

## Deutsche Bank: банки могут потерять рынок безналичных платежей

15.02.2013 17:05 | Информационное агентство "Финмаркет"



*Экономисты, представители банковской отрасли и технологических компаний яростно спорят о будущем безналичных платежей. Банки могут потерять этот бурно растущий рынок, проиграв схватку телекоммуникационной компании, платежным системам и интернет-сервисам, вроде Google и PayPal*

Deutsche Bank в декабре прогнозировал смерть традиционных банков, которые проиграют битву за клиентов IT-компаниям.

Google, Apple, Amazon разрабатывают, а некоторые уже используют собственные платежные системы. У них много лояльных клиентов - эти люди будут постепенно отказываться от обычных банков и использовать более удобные для них Google Bank и Apple Bank.

Томас-Фрэнк Депп из Deutsche Bank оценил ход платежных войн, и выяснил, что процесс идет быстрее, чем казалось совсем недавно.

### **Меняющиеся потребительские привычки приводят к росту конкуренции**

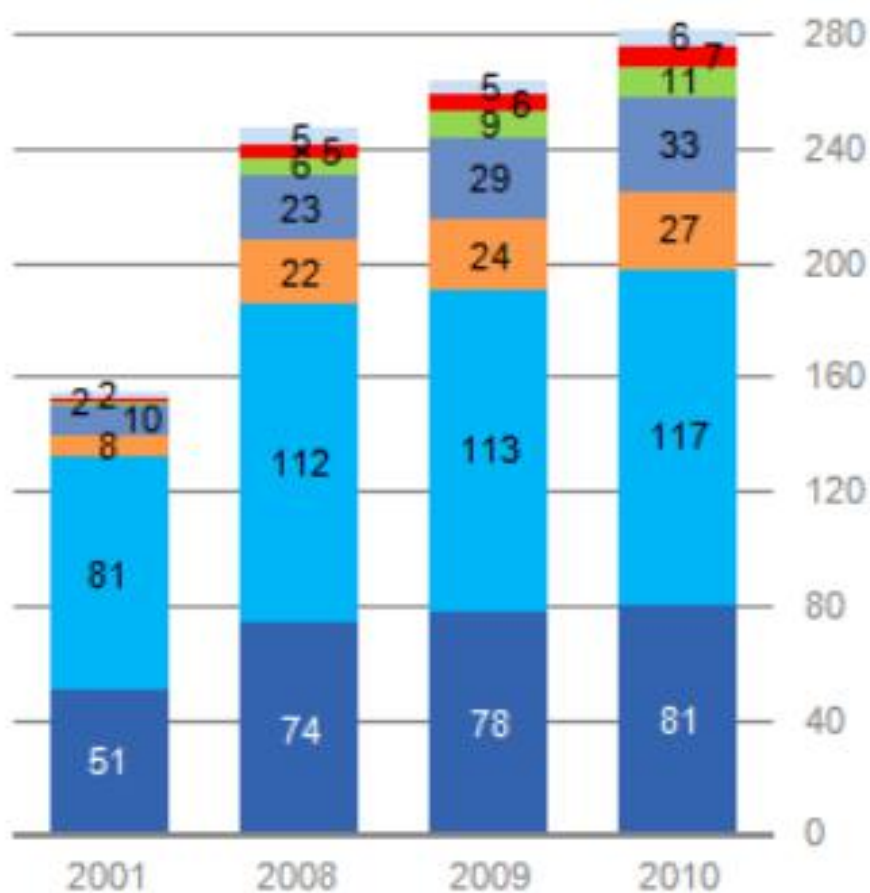
- На рынке мобильных платежей конкуренция усиливается. Особенно тяжелый удар традиционным финансовым институтам будет нанесен, если компании небанковского сектора начнут объединять усилия, чтобы захватить долю на рынке безналичных платежей. В этом случае банки ждет болезненная конкуренция за жизнь или смерть.
- При этом будущее именно за технологиями мобильных платежей - это связано с быстрой скоростью адаптации мобильных устройств, которые все более и более популярны у населения. В одной Германии сейчас уже 30 млн человек владеют смартфонами и их число растет.
- Следующий логический этап развития Интернета - это мобильный Интернет. Из-за популярности смартфонов и планшетов изменится традиционное представление о том, как надо делать покупки. После этого изменится и рынок финансовых услуг.
- Мобильные устройства станут связующим звеном между торговлей в реальных магазинах и виртуальными продажами и рекламой. Пользователи смогут в любом месте и в любое время получать информацию о товаре, покупать продукт или услугу и оплачивать ее.
- Виртуальные вызовы в большей степени угрожают рынку платежей, но затем они будут влиять и на депозиты, и на кредитование.

## Безналичные платежи становятся все популярней

- В мире все чаще расплачиваются с помощью безналичных платежей. С 2001 по 2010 год их количество в среднем увеличивается на 7% в год.
- Однако пока 70% платежей приходится на США и Европу, хотя и развивающиеся страны показывают быстрый рост.
- При этом меняются потребительские привычки, люди предпочитают покупать товары в Интернете или даже с мобильных телефонов - это еще больше ускорит рост электронных платежей.

## Электронные платежи становятся все популярнее

Безналичные платежи в мире,  
млрд



- Европа
- США и Канада
- Азия и Океания (развитые страны)
- СЕМЕА
- Латинская Америка
- БРИК
- Остальная Азия

## **У банков немного шансов выдержать конкуренцию**

- Банки не успевают за этими изменениями. Им приходится заботиться о массе других вещей, например, после финансового кризиса значительно ужесточается регулирование финансового сектора. Им нужно думать о таких показателях, как достаточность капитала и многом другом, а это означает, что денег на инновации будет меньше.
- Многие традиционные клиенты банков теряют к ним доверие, ведь фактически банки виновны в нынешнем кризисе.
- Банки оказались в замкнутом круге: им надо как-то распределить уменьшающиеся бюджеты, чтобы участвовать в войне за платежи.
- При этом предложения от чистых виртуальных игроков - Google, Apple, Amazon, PayPal или Facebook - будут расти: они могут просто распространить свои сервисы на новые ниши, в том числе и стандартизированные платежи. Они уже добились успехов, например, в электронной коммерции и рекламе.
- Поможет им и ликвидность - компании накопили значительные подушки безопасности, например, у Apple есть \$137 млрд, которые вполне можно потратить на эксперименты. Если проект провалится, то им не нужно выходить на рынки за финансированием нового - на это не будет уходить время.

## **Стратегия для банков**

- В DB настоятельно советуют свои коллегам обратить внимание на изменения, которые происходят на рынках благодаря виртуальным технологиям. Им пора более активно предлагать системы мобильных расчетов, причем подходящие для покупателей по цене, удобству и безопасности. Лучше всего, чтобы все расчеты проводились через единый источник с одного счета.
- У банков есть и важное конкурентное преимущество: долгое время они пытались решить вопрос безопасности личных данных. Именно этот вопрос можно поставить в основу стратегии по продвижению мобильных платежей.
- Банкам необходимо использовать свои знания и опыт, которые были доказаны годами и положением на рынке. Этот позволит найти баланс между безопасностью данных и эффективностью и удобством системы.
- Продукты на рынке становятся все сложнее, а их жизненный цикл - короче. Это значит, что одновременно нужно разрабатывать много технологий и много каналов. На этом должна базироваться стратегия банков.
- Хорошо также входить в альянсы с другими конкурентами.
- При этом решения относительно стратегии надо принимать как можно быстрее. Ведь они затронут всю компанию в целом - это касается организационных аспектов и философии компании.

Но битва банков за то, чтобы сохранить свою долю на рынке, только началась, уверены в DB.

*/Финмаркет/*