

УДК 336.717

ДИСТАНЦИОННЫЕ КАНАЛЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ БАНКА

Сидельник Елена Петровна, к.э.н., доцент кафедры банковского дела,

Львовский учебно – научный институт ГВУЗ «Университет банковского дела»

Руденко Зоряна Михайловна, к.э.н., ст.преподаватель кафедры банковского дела,

Львовский учебно – научный институт ГВУЗ «Университет банковского дела»

Sidelnik O.P., Ph.D., assistant professor of banking department, Lviv educational–scientific institute, Of state institution of higher education "University of banking",

helen.sidelnuk@gmail.com

Rudenko Z.M., Ph.D., assistant professor of banking department, Lviv educational–scientific institute Of state institution of higher education "University of banking",

zoryanarudenko@gmail.com

Аннотация. В статье исследован рынок безналичных платежей в Украине, указаны дистанционные каналы обслуживания клиентов банка, а также раскрыта сущность Банка 2.0 и Банка 3.0.

Ключевые слова: инновационная деятельность банка, безналичные расчеты, дистанционные услуги, дистанционное обслуживание, Банк 2.0, Банк 3.0, цифровой банк.

На современном этапе развития финансовой системы Украины внедрение финансовыми учреждениями новых информационных технологий позволяет не только повысить качество услуг, предоставляемых этими учреждениями, но и существенно расширить их перечень. В то же время перспективы развития банковского сектора в значительной степени определяются совершенствованием подходов по обслуживанию клиентов банков. В последние годы в Украине происходил активный процесс автоматизации банковской деятельности, связанный прежде всего с внедрением в банковскую практику технологий дистанционного обслуживания.

Новые технологии и услуги позволяют банкам оперативно и качественно осуществлять операции, упрощать проведение расчетов для населения, создавать условия для продвижения банковских услуг в регионы с недостаточно развитой инфраструктурой банковского обслуживания. Важную роль в этом процессе играют технологии самообслуживания клиентов банков, или так называемые альтернативные каналы продаж. Активное внедрение указанных технологий в практику обслуживания клиентов банков объективно будет способствовать увеличению объемов безналичных расчетов, в том числе розничных платежей.

На сегодня в мире наблюдается тенденция к уменьшению объемов наличного обращения. Активизация безналичных розничных платежей будет способствовать увеличению поступлений финансовых ресурсов в национальную экономику, в частности банковского сектора. Это позволит обеспечить банки дополнительной ликвидностью, сделать более доступными кредиты для населения, а следовательно, оживить развитие экономики в целом. Сегодня в Украине безналичные расчеты и платежи осуществляются преимущественно с помощью платежных карт, что является одним из самых динамичных сегментов рынка розничных платежей.

Если будут проведены мероприятия по улучшению использования безналичных счетов, следует и усовершенствовать каналы дистанционного обслуживания. При таких условиях основная задача инновационной деятельности заключается в том, чтобы превратить потребности общества в новые возможности для прибыльного ведения бизнеса [1, с. 42–43]. Как известно, инновационный потенциал является одним из наиболее важных индикаторов деятельности кредитно–финансовых учреждений, движения их инвестиционных потоков, уровня качества расчетных операций и степени защищенности интересов клиентов. Однако, большинство средних и небольших отечественных банков не имеют четко выраженной и обоснованной концепции инновационного развития, это главным образом связано с проблемами финансового происхождения и незначительным уровнем их инновационного потенциала. Основной причиной возникновения инноваций в банковской сфере, по нашему мнению, как и в других отраслях экономики–перспектива получения прибыли. Однако благоприятные условия возникновения банковских инноваций создаются, прежде всего, изменениями внешней банковской среды. Основным институциональным фактором, влияющим на процесс разработки и внедрения банковских инноваций, существующая в стране система регулирования банковской деятельности, а также законодательство, определяющее развитие других финансовых рынков. Перед отечественными банками встает проблема выбора между двумя вариантами получения информационных технологий: производить самостоятельно или использовать уже существующие (например, разработанные банками, которые действуют на зарубежном рынке) как средство повышения конкурентоспособности на рынке банковских услуг. Основными направлениями инновационной деятельности современных банков Украины является внедрение услуг мобильного банкинга, интернет–банкинга, расширение количества услуг POS–терминалов, мобильные приложения (программы интернет–банкинга для мобильных телефонов) и др. На сегодняшний день в Украине лишь несколько коммерческих банков могут предложить элементы этой услуги.

Рассмотрим стратегии Банк 2.0 и Банк 3.0, которые строятся именно на активном взаимодействии банка и клиента, согласно которым основными чертами банка будущего

являются ориентации на развитие высокотехнологичных продуктов и услуг, на мобильные технологии и интеграция с социальными, медиа инновационная интернет-направленность [2].

Концепция организации банковского бизнеса Банк 2.0 базируется на использовании в работе современных технологий, направленных на построение тесных взаимоотношений с клиентами. Главной задачей является создание доверия, что достигается с помощью постоянного взаимодействия с потребителями банковских услуг, использования технологий Web 2.0, работу в социальных сетях. Клиенты не придут в банк, если банк не будет изучать их поведение и его моделировать. Заметим, что в литературе некоторые авторы ошибочно отождествляют понятие Банк 2.0 и Web 2.0. Концепция Банк 2.0 хотя и включает преимущества использования технологий Web 2.0 (новые подходы и инструменты для разработки веб-сайтов, интернет-банкинга, обмена информацией между банком и пользователями, привлечение клиентов к созданию контента), однако не ограничивается только преимуществами Web 2.0, а наоборот концентрируется на инновационных технологиях в целом (возможности Интернета, мобильного банкинга, мобильных платежей, терминалов самообслуживания, бесконтактных технологий, использование биометрии) и детальном анализе поведения современного клиента [3].

Банк 3.0 [4], или цифровой банк [5] – это современный банк, для которого характерны следующие тенденции:

- 1) мобильные коммуникации;
- 2) социальные технологии;
- 3) неограниченные пропускные способности сетей, огромные объемы хранения данных и их обработки, благодаря использованию облачных хранилищ и вычислений, осуществление моделирования денежных потоков и кредитных услуг, обработка Big Data (информационных массивов большого объема с высокой скоростью роста)
- 4) API-интерфейсы, сотрудничество с конкурентами;
- 5) интеллектуальный анализ данных – сложная обработка данных для поиска связей между различными разрозненными фрагментами данных;
- 6) использование новой модели банковского бизнеса BaaS – Banking as a Service, предусматривающий преобразование банкинга в компонентный бизнес-конструктор. Многокомпонентный банк – основа BaaS-метода, при котором сложные банковские приложения существуют в виде веб-сервисов.

Главной особенностью концепции Банк 3.0 является мобильность. Мобильный банкинг – полноценное финансовое обслуживание с помощью планшетов и смартфонов), включает в себя мобильные платежи (упрощение расчетов), прямые P2P-платежи, бесконтактные платежи с помощью встроенных NFC-чипов, геолокацию потребителей и предоставление предложений относительно возможных услуг по месту потребления, мобильные кошельки и другие инструменты хранения средств, виртуальные деньги и тому подобное. Для современного цифрового банка электронный канал обслуживания становится общей платформой для всех других каналов взаимодействия: мобильной, по телефону, через Интернет, в отделениях [4].

Внедряется проактивное опережающее взаимодействие с клиентами в различных жизненных ситуациях, вместо реактивного обслуживания в отделение банка. Заметим, что существующие на сегодня в Украине исследования по внедрению инноваций, в частности в рамках концепций Банк 2.0, Банк 3.0, ограничиваются выборочными исследованиями, как правило, 50 крупнейшими банками. В Банк 3.0 социальные сети становятся эффективным и экономным инструментом маркетинга, продаж, обслуживания, получения информации и сохранения клиентской базы.

Использование социальных сетей в своей деятельности должно проводиться в нескольких направлениях [3]:

- маркетинговый канал – реклама в социальных сетях, продажи с помощью социальных сетей, отслеживание и поддержка репутации;
- поддержка клиентов – проактивное общения, консультирование, решение проблем клиентов, помощь по финансовым вопросам;

- социальные платежи – платежи с помощью специальных приложений к социальным сетям, разработанные банковской или небанковской финансовой организацией, позволяющие в режиме реального времени осуществлять микроплатежи между пользователями социальной сети;
- социальная CRM система – использование данных о интересах аудитории сообщества, чтобы лучше понять, кто же на самом деле является клиентом банка;
- скоринговые системы, построенные на данных из социальных сетей – оценка кредитоспособности, основанной на данных профиля в социальных сетях, репутации пользователя, уровне доверия других пользователей к данному пользователю;
- социальное кредитование и сбережения.

Инновационные технологии сегодня играют очень важную роль. При создании банка будущего инновационные технологии в сфере банковских услуг – это такие технологии, которым присущен «стратегический эффект» увеличение клиентской базы, уменьшение расходов на осуществление банковских операций при оптимальном уровне операционного риска и операционных затрат. Основными мировыми трендами в развитии банковских инноваций является тесная взаимосвязь банка с клиентом, интеграция банка в ИТ-сектор, взаимодействие банков с социальными сетями и привлечения новейших технологий. Одним из перспективных направлений совершенствования дистанционного обслуживания клиентов в Украине является применение мирового опыта организации дистанционного обслуживания клиентов банковскими учреждениями:

- постоянное совершенствование электронного бизнеса путем внедрения новых электронных продуктов и услуг;
- улучшение удобства пользования интернет-услугами клиентами
- введение бесплатной услуги платежей по счетам через Интернет;
- стимулирование использования новейших услуг по дистанционному банковскому обслуживанию собственным персоналом банка;
- усиление сотрудничества банков и провайдеров мобильной связи для создания мобильных платежных систем.

Список использованных источников:

1. Комісарчик О. В. Банківські послуги та їх специфіка в роздрібному банківництві / О. В. Комісарчик // Формування ринкової економіки. – 2010. – № 23. – С. 430–437.
2. Дульська І. В. Цифрові технології як каталізатор економічного зростання / І. В. Дульська // Економіка і прогнозування. – 2015. – № 2. – С. 119–133.
3. Кинг Бретт. Банк 2.0. Как потребительское поведение и технологии изменят будущее финансовых услуг / Кинг Бретт [Пер. с англ. М. Мацковской. – М : ЗАО «Олимп – Бизнес», 2012. – 512 с.
4. Кинг Бретт. Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете / Кинг Бретт [Пер. с англ. М. Мацковской. – М : ЗАО «Олимп – Бизнес», 2014. – 520 с.
5. Скиннер К. Цифровой банк: как создать цифровой банк или стать им / Крис Скиннер ; пер. с англ. Сергея Смирнова. — М : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 320 с.