

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АВТОМАТИЗАЦИИ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

О. А. Новокрещенова, магистрант I курса экономического факультета
ГОУВПО «Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва»

Е. С. Петрова, канд. экон. наук, доцент кафедры информационных систем в
экономике и управлении ГОУВПО «Мордовский государственный университет
имени Н. П. Огарёва»

В статье рассматриваются основные тенденции развития рынка банковских услуг. Приведен опыт оказания услуг банками США и России. Авторами рассмотрены дистанционные банковские услуги, оказываемые ОАО АККСБ «КС БАНК».

Ключевые слова: банковские услуги, дистанционное банковское обслуживание, удовлетворенность клиентов банка

Устойчивая и эффективная работа большого предприятия всегда базируется на отлаженном технологическом процессе. От того, насколько он управляем, контролируем, оптимален, зависит и качество продукта, и рентабельность производства. Так и банк, как предприятие, выдающее свою собственную продукцию – банковские услуги, – должен постоянно заботиться о совершенствовании своих технологических процессов. В настоящее время одним из ключевых факторов такого совершенствования являются информационные технологии.

Компьютерная обработка информации, сопровождая все значительные элементы технологического процесса, дает качественно новые возможности для ведения бизнеса. Это, прежде всего наличие всесторонней и актуальной информации, необходимой для управления банком и дающей возможность оказывать клиентам услуги качественно иного уровня.

Развитие информационных технологий принципиально меняет условия оказания банковских услуг во всем мире. При этом развитие новых направлений банковской деятельности проходит столь быстрыми темпами, что опозда-

ние с принятием решения об оказании нового спектра банковских услуг может привести к потере значительной части бизнеса банка.

Еще в 2007 г. одним из основных конкурентных преимуществ банков была развитая сеть региональных отделений. В этот период наблюдался интенсивный рост числа розничных отделений кредитных организаций за счет открытия региональных филиалов и внедрения различных форм предоставления услуг населению, увеличивающий возможность потребления банковских услуг розничными клиентами. Темпы роста филиальной сети в этот период возросли в 5-6 раз.

В настоящее время одной из тенденций развития рынка банковских услуг является появление новой группы клиентов, которая часто пользуется услугами Internet-banking. При этом одно из традиционных конкурентных преимуществ банков – развитая филиальная сеть – частично теряет свое значение. Сегодня информационные и коммуникационные технологии все шире используются для привлечения клиентов, финансовые услуги активно предлагаются через Интернет, а физические контакты банков с клиентами постепенно вытесняются электронной почтой и связями через компьютерные сети. Это позволяет добиться большей индивидуализации предложения банковских продуктов и услуг и оказывать их клиенту в любом месте и в любое время по его запросу.

В последнее время очень популярны системы, позволяющие предоставлять дистанционные услуги. Внедрение практики предоставления стандартных банковских услуг без участия персонала, дистанционно, позволяет экономить расходование ресурсов кредитной организации с целью увеличения доли рынка и охвата потребителей. Все большее количество банков открывает возможности по управлению счетами и проведению операций на фондовом рынке с использованием Интернет – технологий.

Интернет-банкинг, получивший широкое распространение на Западе, реализуется в двух формах: посредством виртуального банка, предоставляющего все виды услуг исключительно в дистанционной форме (один из наиболее крупных – First Direct), либо путем осуществления некоторых операций, вы-

полняемых традиционными банками. Виртуальные банки имеют ряд преимуществ перед традиционными. Их посреднические услуги стоят дешевле благодаря экономии на обслуживании (но виртуальные банки пока не предоставляют ряда услуг, в частности, консультационных). Что касается многоканальных банков, то большинство крупнейших банков мира, прежде всего транснациональных, предоставляют дистанционные услуги через Интернет.

Мобильный банкинг обеспечивает интерактивные банковские услуги с помощью мобильного телефона. Данная услуга ориентирована на частных лиц и подразумевает исключительно безналичные расчеты (таким образом можно оплачивать услуги операторов, коммунальные платежи, покупки в магазинах). То есть оплата посредством мобильного банкинга позиционируется как альтернатива использованию банковских карт. При этом услуги информационного характера о транзакциях клиента посредством SMS-сообщений относить к мобильному банкингу не следует. Неправомерно также говорить о мобильном банкинге, если клиент использует мобильный телефон в качестве модема или GPRS-терминала для обслуживания через Интернет (по сути, это – интернет-банкинг). Многие эксперты считают мобильный банкинг наиболее перспективным электронным каналом доставки банковских услуг, поскольку он позволяет реализовать маркетинговую концепцию «банк, который всегда с тобой»: пользователи мобильных телефонов – наиболее активная и перспективная для банков часть общества. То есть развитие мобильной связи открывает перед банками новую возможность выйти на розничный рынок, не вкладывая деньги при этом в развитие филиальной сети.

Но на пути развития данного вида банковских услуг имеются препятствия экономического и организационного характера. Среди основных проблем можно выделить следующие:

1. невозможность для банка полностью контролировать ценовую политику при продвижении своей услуги (поскольку завышенные клиентские платежи за пользование мобильным банкингом могут сделать сервис не востребова- ным);

2. отсутствие стандартизированных решений и технологий (мобильный банкинг сегодня возможен лишь в пределах сети «своего» сотового оператора);

3. медленное распространение систем мобильной коммерции (например, по сравнению с торговлей через Интернет) из-за неразработанности международных стандартов, регламентирующих архитектуру мобильных систем, и невозможности разграничения интересов.

Еще одной из перспективных стратегий является развитие сети электронных офисов банка (отделений самообслуживания клиентов). Это – структурные единицы банка, выполняющие ограниченный спектр банковских операций и оснащенных специальным оборудованием, позволяющим клиентам выполнять эти операции самостоятельно. Простейшим примером такого офиса может служить помещение, где расположен банкомат. Через него можно получить не только наличные денежные средства в любой валюте, но и сделать некоторые платежи (например, за мобильную связь и др.), хотя для осуществления таких операций обычно используются инфокиоски, компьютерные терминалы. В рамках данной системы предлагаются следующие виды услуг:

- «help-desk» – предоставление справочных услуг клиентам;
- осуществление безналичных операций для клиента по его счетам (внутрибанковские и межбанковские переводы, открытие и закрытие депозитных и других счетов, пополнение «карточных» счетов, платежи за определенные товары и услуги и т. д.);
- прием наличных денег с зачислением их на счет клиента;
- проведение валютно-обменных операций;
- предоставление выписок по операциям со счетом клиента, распечатка различных документов, форм, анкет для предоставления в отделение банка;
- осуществление рекламной деятельности (инфокиоск может прокручивать звуковые и рекламные ролики услуг банка).

В настоящее время подобные терминалы активно внедряются в западных банках и покрывают практически весь спектр его операций с физическими лицами. Единственный недостаток такого отделения – невозможность открыть

первый счет и стать клиентом. Это можно сделать лишь в традиционном порядке, обратившись в обычное отделение и предъявив документы, удостоверяющие личность, подождав регистрации в базе данных и получив некий элемент идентификации (пластиковую карту или электронный ключ touch-memory), который обеспечит клиенту самостоятельный доступ к его счетам через инфокиоск. Несмотря на наличие некоторых отрицательных моментов, в ближайшем будущем можно ожидать развития данных систем, поскольку преимущества их использования будут проявляться по мере расширения применения.

Компанией «Банк•с софт системс» (BSS) было проведено исследование текущей ситуации состояния услуг и сервисов дистанционного банковского обслуживания в США и России. Выделяют следующие основные способы оказания услуг ДБО банками США, в порядке наибольшей востребованности:

1. интернет-банкинг – оказание услуг ДБО на основе банковской системы платежей через Интернет;
2. мобильный банкинг – оказание услуг ДБО на основе мобильных технологий;
3. внешние сервисы – киоски, банкоматы;
4. телефон-банкинг – оказание услуг ДБО на основе банковской системы голосовых сообщений;
5. классический «Банк Клиент».

Все крупные банки и многие средние банки США используют главную страницу сайта банка как вход в систему онлайн-сервисов. Обычно банк не специализируется на каком-то одном виде сервиса – это всегда широкий спектр услуг, и кроме того, всегда что-то свое, выгодно отличающее банк от конкурентов. Широко распространены АТМ-сервисы (на базе банкоматов). Адреса банкоматов можно найти на большинстве сайтов кредитных организаций, причем АТМ делается по языкам, принадлежности к собственно банку, и также перечислены банкоматы других организаций. По сравнению с применением в России возможности банкоматов качественно расширены. Например, во многих автоматах есть возможность подключить наушники для голосового сопровождения.

дения. Подобные технологии позволяют банку расширить территорию предоставления услуг. Таким образом, в сфере услуг ДБО США наблюдается перевес в сторону мобильного обслуживания.

С точки зрения способов оказания услуг ДБО российскими банками, можно выделить следующие основные в порядке наибольшей востребованности:

1. классический «Банк Клиент».

2. интернет-банкинг – оказание услуг ДБО на основе банковской системы платежей через Интернет;

3. телефон-банкинг – оказание услуг ДБО на основе банковской системы голосовых сообщений;

4. мобильный банкинг – оказание услуг ДБО на основе WAP, КПК и SMS– технологий.

Первое место среди представляемых отечественными банками услуг ДБО занимает «Банк-Клиент». Это объясняется привычным интерфейсом услуги, соответствием нормам безопасности, независимостью по времени работы и возможностью ведения своей базы данных. За ним следует «Интернет – Клиент», причем пока технологии Интернета улучшаются динамически, с той же экспонентой будет расти и качество и форма интернет-банкинга. Очевидно, что Интернет – идеальная транспортная среда для передачи информации. Достаточно часто «Банк- Клиент» и «Интернет-Клиент» используются одновременно для обеспечения базовых алгоритмов акцепта документов клиентами банка. Телефон-банкинг выполняет информационные функции и, как правило, является частью фронт-офиса банка. На эту услугу приходится основная нагрузка по удаленному информированию клиентов. Конечно, «тонкие» решения для доставки информации через Интернет обеспечивают более удобные для обработки и восприятия данные, но в России Интернет пока не распространен повсеместно. Крупные и средние банки, работающие в регионах, очень активно используют телефон-банкинг. [2, с. 24]

Таким образом, постепенно меняется сама культура потребления финансовых услуг, которая идет из крупных городов к периферии. Эта тенденция многими экспертами названа тенденцией автоматизации банковского обслуживания. Также отмечается и существование обратной тенденции – деавтоматизации банковского обслуживания. Электронные терминалы и программное обеспечение, формируя новую культуру потребления, берут на себя однообразные и стандартные банковские операции. Они высвобождают время сотрудников банка для личного общения с клиентами и решения их нестандартных финансовых задач. [1, с. 17]

В одном из региональных банков Республики Мордовия – ОАО АККСБ «КС БАНК» также происходит отслеживание основных тенденций развития рынка банковских услуг. Постепенно внедряются банковские услуги с использованием глобальной сети Интернет и мобильного телефона.

Наряду с развитием традиционных форм обслуживания клиентов с использованием банкоматов и электронных терминалов «КС БАНК» занимается продвижением современных устройств, позволяющим клиентам получить банковские услуги, не заходя в офисы банка.

Одним из таких устройств является Инфокиоск, который дополняет функции банкомата и предоставляет новые возможности. Банковский информационный киоск – терминал самообслуживания, поскольку с его помощью можно самостоятельно выполнять различные банковские операции, не привлекая банковских работников. Банк, установив такой терминал с круглосуточным режимом работы, предоставляет банковские услуги в любое время суток, семь дней в неделю, а гибкость в оснащении дополнительным оборудованием и программном обеспечении удовлетворит различные требования клиентов.

На терминалах самообслуживания ОАО АККСБ «КС БАНК» можно оплачивать наличными, а в самое ближайшее время и по карте ОАО АККСБ «КС БАНК» осуществлять:

1. Оплату жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ), оплату за газ;
2. Погашение кредита «КС БАНК»;

3. Услуги сотовых операторов: БИЛАЙН, МТС, МЕГАФОН, СМАРТС;

4. Оплату за спутниковое и кабельное телевидение: НТВ+, Контакт ТВ, Контакт Плюс, Контакт-ТВ Эфир.

Еще одним направлением в инновационной деятельности «КС БАНКА» является система ГОРОД, которая начала функционировать с начала 2006 года. Система ГОРОД – единая база данных платежей населения за коммунальные услуги, электроэнергию, связь, газ, тепло и другие услуги. Владельцы карт системы ГОРОД могут оперативно отслеживать свои задолженности по указанным услугам на интернет – сайте системы (www.gorod.ru), и производить свои платежи через кассы «КС БАНКА» и терминалы самообслуживания. Данная система предоставляет ее пользователем очевидные удобства:

Для клиента: оплата услуг без квитанции; возможность частичной оплаты услуг; информация о задолженности по платежам; экономия времени. Для поставщика: единый реестр; безбумажная технология; экономия средств. Для банка: привлечение новых клиентов; получение дополнительного дохода.

Следует отметить, что одним из достижений банка является удобная система расчетов «Клиент – Банк», которая позволяет клиентам, не выходя из рабочего кабинета, передавать и получать платежные документы и информацию о состоянии счета конфиденциально, используя новейшие технологии связи и кодирования информации. В феврале 2006 года данная система была дополнена новой оперативной информационной системой «Телефон – Клиент», в рамках которой клиент также может получить информацию о состоянии своего счета, позвонив по телефону и назвав свой PIN-код, присваиваемый индивидуально каждому клиенту.

Но необходимо отметить, что хотя Интернет увеличивает количество контактов клиентов с банком, но при этом необходимость очного контакта не отпадает, а даже возрастает, т.к. не все вопросы можно решить в электронном порядке. Многие нестандартные финансовые задачи требуют личного общения клиента с сотрудником банка. Для ОАО АККСБ «КС БАНК» решением такой сложной задачи как направленность на автоматизацию или деавтоматизацию

может стать совмещение двух этих, казалось бы, несовместимых направлений. Так, для клиентов, которые ценят свое время в большей степени необходимо предлагать автоматизированные услуги. Также, на наш взгляд, было бы целесообразным создание форума на сайте ОАО АККСБ «КС БАНК», где клиенты банка смогут обсудить между собой и с сотрудниками банка свои проблемы в сфере банковских услуг. Еще одним способом привлечения внимания клиентов, которые берегут свое время, может стать онлайн-консультирование. Внедрение данной услуги позволит оперативно решать любые нестандартные финансовые проблемы клиентов банка. Эти мероприятия позволят не только привлечь внимание клиентов, но и организовать обратную связь с ними, т.е. получать необходимую дополнительную информацию об их новых потребностях. Это позволит банку постоянно оценивать удовлетворенность клиентов и вносить какие-либо изменения в свою деятельность. Также в банке необходим постоянный мониторинг новых технологий, возникающими в сфере обслуживания клиентов, анализ полученной информации и постепенное внедрение новых технологий в свою деятельность. Но необходимо отметить, что районы Республики Мордовия развиваются неравномерно. Поэтому в тех районах республики, в которых наблюдается наименьшее использование глобальной сети Интернет, нужно обращать наибольшее внимание именно на личное консультирование клиентов сотрудниками банка.

В ощущении комфортного пребывания клиента в банке важное значение имеет тщательность и продуманность принятых в банке технологий обслуживания клиентов. Все процедуры обслуживания клиента должны быть прописаны для специалистов по операциям обслуживания, т.е. должна быть разработана и утверждена так называемая клиентская технология. Не менее важное условие – удобство для работы и самих клиентов, экономия их времени и средств. Главное условие эффективности таких бизнес-технологий в том, что она должна вобрать в себя самые современные и наиболее успешные приемы по обслуживанию клиентов, в том числе и то, что они должны быть конкурентными по отношению к подобным технологиям других банков.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Крылов А. Будущее банков – персональный продукт каждому клиенту / А. Крылов // Рекламные технологии. – 2008. – №2 – С. 16-21.
2. Серегин А. Рынок ДБО в России и в мире / А. Серегин, К. Червонный // Банковские технологии. – 2008. – №10 – С. 22 – 26.
3. Сайт ОАО АККСБ «КС БАНК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ks-bank.ru