ЭКОНОМИКА

Порфирьева Лидия Геннадьевна
студентка 3 курса
Катаева Ольга Сергеевна
студентка 3 курса
Панова Татьяна Александровна
доцент кафедры банковского дела и финансового менеджмента

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)
г. Владимир, Владимирская область

ИТ-РЕВОЛЮЦИЯ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

***Аннотация**: в статье рассматриваются возможности мобильного банкинга. Автор статьи обращает внимание на проблемы, существующие в системе обслуживания банковской сферы, описывает преимущества использования интернет-банкинга. Автор делает вывод об удобстве и полезности мобильного банкинга, однако, несмотря на выдающиеся преимущества мобильный банкинга, люди прибегают к традиционным способам банковского обслуживания.*

***Ключевые слова**: мобильный банкинг, интернет-банкинг, банковская сфера, IT-революция.*

Банковские услуги существовали еще в средневековой Италии. На протяжении веков они развивались и совершенствовались, пока не приняли тот вид, в котором мы пользуемся ими сейчас. Однако в XXI веке мир меняется стремительнее, чем когда-либо прежде, и в банковской сфере происходят пока мало заметные, но необратимые изменения. В дополнение к стандартным на сегодня средствам управления своими деньгами добавляются такие инновационные инструменты, как интернет-банкинг, мобильный банкинг и многоканальный банк. Миллионы людей уже используют мобильные приложения для управления сво-

ими счетами, бесконтактные карты, текстовые оповещения и ряд других оповещений. Все это делает наши взаимоотношения с банками более гибким и удобным. Возможно ли, что скоро знакомые нам банковские инструменты уйдут в прошлое? Способна ли IT-революция кардинально изменить банкинг или это просто временные улучшения, которые никогда не заменят стандартных банковских услуг?

На сегодняшний день в мире существует около 2,47 млн. различных мобильных банковских приложений. Число скачиваний этих приложений в AppStore и GooglePlay достигает 14,7 млн за год. Данное нововведение распространилось с потрясающей скоростью – быстрее, чем интернет-банкинг или телефонный банкинг. Согласно отчету Lloyds Banking Group, использование их специального мобильного приложения возросло с 2.1 млн. в 2012 году до 4,7 млн. в 2013 году и во втором квартале 2014 достигло 6,6 млн. [1].

Эксперты полагают, что данная тенденция продолжится в 2015 году. Такая картина характерна для многих других клиентоориентированных банков, использующих мобильные приложения.

Однако, из опросов самих пользователей следует, что клиенты воспринимают мобильный банкинг, как удобное и быстрое дополнение к уже существующим стандартным процедурам обслуживания, но не как замену им. 80% пользователей для проведения крупных транзакций предпочитают использовать интернет-банкинг или же обратиться в офис обслуживания. 45% опрошенных используют мобильные приложения только для проверки баланса и получения уведомления о совершенных транзакциях, т. е. мобильный банкинг для них только средство контроля [2].

При появлении альтернативных видов банковских услуг потребители стали использовать несколько каналов. Так, например, ранее они шли к банкомату, чтобы снять наличные, проверить свой баланс, перевести на счет свои денежные средства. Затем, появился интернет-банкинг, который стал первой онлайн услугой, включающей в себе несколько ранее названных операций по счету. Это было время, когда потребитель был нацелен на несколько каналов. Недостатком таких

услуг стало то, что каждый канал был изолирован от других. Например, если потребитель инициировал сделку в call-центре, а потом возобновил ее в отделении банка, то ему приходилось заново объяснять ситуацию. Это и стало толчком к появлению мультиканального банка. В настоящее время, банковская сфера интегрирована через устройства, каналы, продукты и функции для удобства работы с клиентами для каждого канала и в любой момент времени. Таким образом, клиенты могут плавно совершать несколько операций при одной транзакции.

Какие же преимущества получает банк при инвестировании в многоканальность?

Во-первых, это снижение затрат. Используя улучшенные возможности самообслуживания, розничные банки могут существенно снизить расходную часть бюджета, при этом сохраняя (или повышая) уровень качества обслуживания по стандартным транзакционным запросам. Банкам предоставляется возможность снизить объем балансовых запросов, стоп-платежных требований, информационного обновления счетов и других стандартных операций, используя более дешевые (т. е. прямые) каналы, являющиеся при этом простыми в использовании и достаточно надежными [3].

Во-вторых, удовлетворенность клиентов. Многоканальный банк трансформирует банковские услуги в более удобные и простые для использования клиентов, так как клиент может совершить транзакцию в любое время и в любой точке мира. Поскольку транзакции и информация о них отображается в режиме реального времени, клиенты имеют доступ к самой последней информации. Кроме того, интеграция предоставляет клиентам единый вид счетов, принадлежащих им в том же банке. Эти факторы могут повлиять на психологию клиента, тем самым повысить его удовлетворенность и приверженность к этому банку.

В-третьих, привлечение клиентов. Банки, которые располагают развитым многоканальным банком может привлечь клиентов других банков, отстающих в интеграции каналов.

В-четвертых, увеличение доходов. Предоставляя информацию об унифицированном просмотре клиентов и позволяя отследить использование канала, многоканальный банк повышает эффективность перекрестных продаж банков. Снижая затраты на сделки и улучшения продаж, как упоминалось ранее, с помощью него можно оказывать влиять на рейтинг, а именно на верхнюю и нижнюю строчку [4].

Таким образом, банкинг сейчас кардинально отличается от банковских услуг, какими их знали наши родители и их родители. Удобство, быстрота и облегчение транзакций стали основными ориентирами банков. Банки внедряют целый ряд технологий, чтобы сделать банковские услуги более гибкими. Вице-президент по IT в ТНК-ВР Мартин Пилецки говорит, что банки превращаются в IT-компании с банковской лицензией, и это вполне подтверждается на практике. Постепенно даже появившийся относительно недавно интернет-банкинг замещается мобильным банкингом. Банки выстраивают сложные иерархические системы для всестороннего взаимодействия с клиентом на каждом шаге оформления транзакции с помощью мультиканального банкинга. Однако IT-революция далека от завершения. Многие клиенты по-прежнему предпочитают традиционные услуги новейшим технологиям. Предстоит еще многое сделать, прежде чем все системы смогут работать на полную мощность с низкой степенью риска.

Список литературы

1. Anthony Browne «The way we bank now» (при поддержке EY) BBA.: 2014.

2. «Bank governance leadership network» квартальный обзор рынка IT компании EY, 2014.

3. «Banking on Multichannel» отчет компании McKinsey & Company, 2014.

4. An Overview of Multi-channel Banking //Infosys (Finacle from Infosys). – 2014. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.infosys.com/finacle/ (дата обращения 20.10.2014).