

канд. экон. наук, доцент

В.А. Молчанова,

И.Б. Скачкова

Белгородский государственный
технологический университет
им. В.Г. Шухова

О РАЗВИТИИ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

На фоне жесткой конкуренции на банковском рынке происходит активное внедрение и совершенствование новых продуктов и услуг для клиентов. Это связано с потребностями предпринимательского сегмента и активным развитием инфраструктуры.

Согласно п. 2 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» банковская услуга рассматривается как составная часть финансовой услуги, характерным признаком которой является взаимосвязь «с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц» [1].

Можно выделить следующие отличительные свойства банковских услуг: их оказание всегда связано с денежным сопровождением; нематериальный характер, но реализация через договорные отношения; определенная протяженность во времени. В экономической литературе при исследовании специфики оказания банковских услуг в качестве типичных рассматриваются: кредитование, депозитные услуги, расчетно-кассовое обслуживание, выпуск пластиковых карт, инкассовые, торговко-комиссионные услуги [2,6,7].

То есть, банковские услуги – это в первую очередь финансовые услуги, оказываемые кредитными организациями в рамках банковской деятельности, заключающиеся в предоставлении, привлечении и (или) размещением денежных средств и их эквивалентов.

Менеджмент банковских услуг активно развивается. Главной задачей банковского менеджмента является обеспечение управленческих воздействий, позволяющих банку обрести и поддерживать устойчивость к неблагоприятным микро- и макроэкономическим возмущениям, конкурентоспособность работы банка, полное удовлетворение потребностей клиентов, освоение свободных рыночных ниш с использованием новейших информационных банковских технологий международного уровня.

Российский рынок банковских услуг характеризуется позитивной динамикой ключевых показателей, но имеется ряд проблемных областей.

Некачественный маркетинг. Маркетинговый подход предполагает прогнозирование, идентификацию, взаимность (посредством проектирования и предоставления услуг, ориентированных на клиента), а также удо-

влетворяет потребности и потребности клиента эффективно, эффективно и с выгодой. [3] Качество обслуживания может стать ключевым фактором сохранения конкурентных преимуществ, развития клиентской базы, поддержания удовлетворительных отношений с клиентами.

Высокая комиссия за предоставляемые услуги. В ряде случаев комиссия относительно высока в сравнении с клиентскими ожиданиями, что может стать потенциальным риском отказа клиента от продукта/услуги и явиться причиной его обращения к конкурентам.

Недостаточная финансовая грамотность населения. Значительная часть населения не имеет уверенных финансовых знаний в отношении предоставляемых банковских услуг. Традиционным фактором для российской практики является и отсутствие должного доверия у населения к отечественным банкам, что является сдерживающим фактором расширения клиентской базы. Очень важна открытость, полнота и доступность информации о реализуемых банковских услугах.

Сегодня все ведущие российские коммерческие банки активно развивают сегмент онлайн-услуг. Онлайн реализуются платежи, оформляются заявки на кредиты, обеспечиваются возможности консультаций через онлайн-чаты, публикуются тесты для потенциальных соискателей. Список таких сервисных услуг каждый день растет и пополняется.

С точки зрения функциональности, для того что бы мобильный банкинг стал флагманским продуктом кредитной организации, нужно обратить внимание на ряд значимых обстоятельств:

- функциональная наполненность: автоматическое заполнение платежных форм, онлайн заявок на любой банковский продукт;
- эргономичность: обеспечение возможностей удобства управления счетами и картами, лёгкого и необременительного пользования банковскими услугами;
- индивидуализация: персональные настройки по всем аспектам управления финансовыми средствами;
- безопасность: у клиента должна быть безусловная уверенность в абсолютной безопасности банковского онлайн обслуживания.

Клиенты кредитной организации получают вероятность самостоятельно осуществить все без исключения требуемые платежи и переводы денежных средств в наиболее короткие сроки, практически в несколько «кликов», и в таком случае маловероятно, что кто-то захочет те же операции осуществлять в филиале банка, занимая большую часть собственного времени.

Интернет-банкинг является своего рода независимостью клиента от банка, которой ряд клиентов не прочь воспользоваться.

По данным исследовательского холдинга «Ромир» [4], 79% клиентов сообщили, что за текущий год пользовались услугами интернет-банкинга. Следует отметить, что 38% респондентов пользовались услугой несколько раз в неделю, 20% – по несколько раз в месяц, 16% – раз в несколько месяцев, а 5% – один раз в год. Структура наиболее популярных операций для клиентов, пользующихся интернет-банкингом представлена на рис. 1

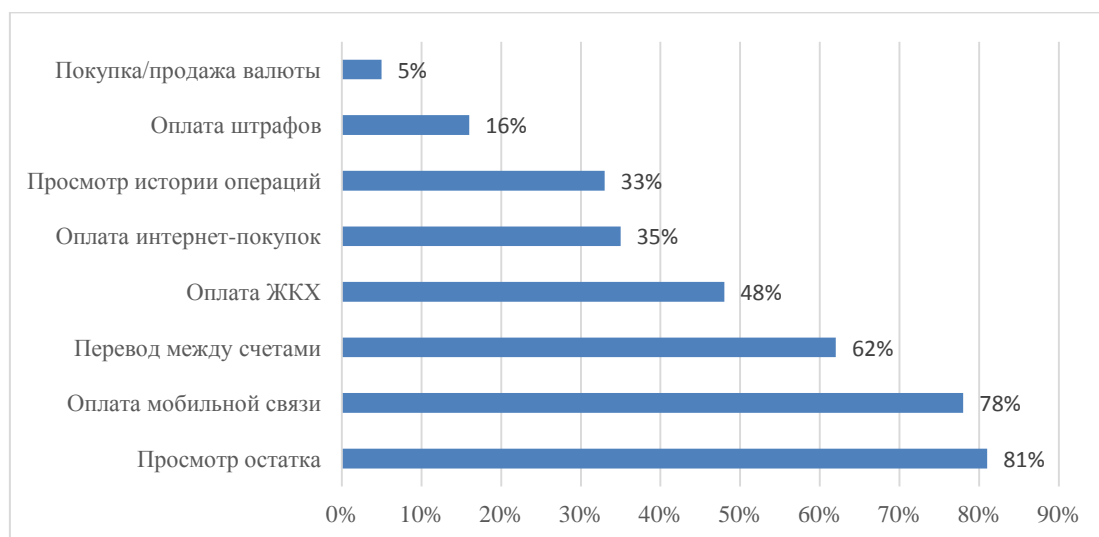


Рис. 1 Популярность операций в интернет-банкинге (по данным [4])

Одним из признанных лидеров российского банковского сектора является АО «Газпромбанк».

АО «Газпромбанк» по показателям и темпам своего развития относится к категории динамично развивающихся банков – качественные и количественные характеристики результатов деятельности банка, темпы показателей его работы сравнимы или опережают значения аналогичных показателей банковского сектора России в соответствующем периоде.

АО «Газпромбанк» как современный банк России предоставляет своим клиентам возможность удаленного доступа к банковским услугам, что в современных условиях безусловно является весомым конкурентным преимуществом. По развитию цифровизации банковских услуг АО «Газпромбанк» идет в ногу со временем. «Интернет-банк» – услуга, обеспечивающая управление карточными счетами и осуществление банковских транзакций посредством дистанционного доступа через сеть Интернет.

В мобильном приложении банка есть все, чтобы не ходить в отделение. Система «Интернет-банк» даёт возможность воспользоваться такими услугами, как получение информации, совершение платежей, внутрибанковские переводы, перечисление платежей в бюджет (налоги, штрафы) и другими. Для работы в системе «Интернет-банк» необходим компьютер или иное, в том числе мобильное, устройство с Web-браузером. Обращает

на себя внимание дизайн клиентского рабочего пространства, обеспечивающий удобство пользования как системой в целом, так и каждым отдельным продуктом. Наиболее востребованные услуги среди клиентов АО «Газпромбанк» в системе мобильного банкинга приведены в табл. 1. Несмотря на огромный спектр услуг, возможных к онлайн реализации, предпочтения клиентов банка остаются традиционными, что свидетельствует о необходимости более продуманной маркетинговой активности.

Таблица 1

Функции мобильного банкинга для частных клиентов АО «Газпромбанк» и количество пользователей в 2018г.

Название функций	Количество пользователей, %
Просмотр информации по своим картам	45
Получение отчетов и информации о десяти последних операциях	15
Переводы между картами банка, в том числе третьих лиц	12
Оплата собственных кредитов	10
Срочная блокировка банковской карты	8
Распечатка бланков стандартных платежных документов для оплаты через отделения банка	10

Сегодня интернет-банкинг все больше приближается к концепции маркетплейса, формируется интегрированная система сервисов, расширяется предложение страховых и инвестиционных услуг. Появляются новые сервисы, выходящие за рамки классических банковских услуг, например, помощь с налоговыми вычетами или перевод пенсии в негосударственный пенсионный фонд.

На наш взгляд, в ближайшие годы заинтересованность клиентов в банковских продуктах, возможность получить которые есть онлайн, только повысится. Банки все больше и больше начнут уделять внимание аспектам развития и внедрения в проведение текущих операций возможностей искусственного интеллекта, биометрической аутентификации, развитию маркетплейса.

Расширение продуктовой линейки и повышение качества банковских услуг является необходимым условием формирования удовлетворенности клиента. Долгосрочные взаимоотношения с клиентами очень значимы для банка, и в условиях нестабильной экономической обстановки страны и относительно высокого уровня конкуренции на рынке банковских услуг для их формирования и поддержания требуется высокое качество банковского менеджмента.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 4135-ФЗ (ред. от 28.11.2018) «О защите конкуренции» [Электронный ресурс]: // <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 13.10.2019).
2. Банковское дело. Управление и технологии: учебник/под ред. А.М. Тавасиева. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. 671с.
3. Ибадуллаева Г. С. Банковский маркетинг новый шаг в современном банковском секторе // Молодой ученый. 2017. №18. С. 306–310. [электронный ресурс] URL <https://moluch.ru/archive/152/43038/>
4. Интернет-банкинг становится для россиян обыденностью //Исследовательский холдинг Romir [электронный ресурс] URL <https://romir.ru/studies/sam-sebe-bankir>
5. Кириченко Л.П., Булавенко О.А. Система интернет-банкинга в России // Фундаментальные исследования. 2017. № 11–5. С. 991–995; [электронный ресурс] URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=33239>
6. Лаврушин О.И. Банковское дело: учебник. 12 е изд.,стер. М.: КноРус, 2016. 416 с.
7. Топильская Д.А. Банковские услуги в России // Финансы и банковское дело. 2019. С. 28–29.
8. О развитии банковского сектора Российской Федерации в январе-сентябре 2019 года – октябрь, 2019 - Информационно-аналитический комментарий [электронный ресурс] URL: Информационно-аналитический материал https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/23947/razv_bs_19_09.pdf
9. Тумин В.М, Бухонова С.М, Молчанова В.А. Приоритеты российского финансового сектора в условиях потенциального роста экономики. // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2017. №12. С. 245–250.
10. Хусаинова Е.А. Банковские услуги в России // Научные исследования. 2019. № 3. С. 20–22.

Рекомендовано кафедрой
финансового менеджмента
БГТУ