

Таблица 1

Преимущества банковского ритейла в сравнении с традиционным банковским обслуживанием

Сравнительные признаки	Недостатки традиционного банковского обслуживания	Преимущества банковского ритейла
Отношение – «покупатель–продавец»	Господствует продавец Универсальный подход	Господствует покупатель Индивидуальный подход
Менталитет продавца	Психология исключительности, хозяина положения	Психология продавца крупного торгового супермаркета
Фактор мобильности	Поиск наиболее выгодных условий в разных кредитных организациях	Гибкое обслуживание по технологии «одного окна»
Методы продаж	Стационарные продажи	Дистанционные, перекрестные и прямые продажи
Информационное взаимодействие	Клиент сам ищет информацию о продукте и банке	Информационно-справочные системы, call-центры, CRM-технологии

Источник: составлено автором

Решением проблем, связанных с недостатками организационных систем коммерческих банков, является использование матричных организационных структур, которые выстраиваются по взаимосвязанным направлениям: региональная диверсификация, диверсификация клиентов, диверсификация продуктов.

Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет» предполагают обслуживание большого количества схожих по своим потребительским предпочтениям клиентов и проведения однотипных банковских операций. Розничные продажи, как правило, осуществляются стационарно и требуют создания широкой филиальной сети. В связи с этим основной риск розничного бизнеса

– ненаполнение необходимым объемом банковских операций тех мощностей, которые создаются под этот бизнес. Основная проблема розничных продаж – создание системы качественного управления расходами на всех стадиях жизненного цикла продукта. В связи с высокими первоначальными затратами на формирование инфраструктуры продаж особенно актуально для финансового супермаркета создание доступных и дешевых продуктов. Однако многие розничные банки чрезмерно увлекаются расширением продуктового ряда, что ведет к другой проблеме – созданные продукты не находят спроса.

В долгосрочной перспективе развитие финансовых супермаркетов, видимо, станет одним из наиболее важных направлений организационно-экономических инноваций в банковской сфере. Прогресс средств коммуникаций, финансовых технологий способствуют сокращению традиционных банковских услуг по схеме «один клиент – одна услуга». Фактически такие российские банки, как Уралсиб, Росбанк, ВТБ24, и ряд других уже функционируют как финансовые супермаркеты.

Таким образом, развитие розничных услуг отечественными банками является существенным фактором конкурентоспособности в условиях выхода из посткризисной рецессии. Ритейл является основой формирования сетевых межбанковских отношений, обеспечивающих устойчивость и работоспособность национальной банковской системы.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Омельченко В. В. Нарушение налогового законодательства : ответственность банков / В. В. Омельченко [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.nnk.ru/journal/archives/2003/7/>

2. Тальская, М. Бегом за вкладчиком / М. Тальская. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/34/begom_zavkladchikom

УДК 336.717.061

ББК 65.262.1

Коросташивец Мария Владимировна,

аспирант кафедры корпоративных финансов и банковской деятельности,
Волгоградский государственный университет.

E-mail: mariak06@mail.ru

Инновационные банковские технологии как фактор конкурентоспособности российских коммерческих банков**Innovative banking technology as the factor of competitiveness of Russian commercial banks**

В условиях последствий финансового кризиса усиливается конкуренция на банковском рынке, что требует от банков особой гибкости и маневренности деятельности. Российская банковская система еще молода, но, несмотря на это, она активно развивается и имеет хорошие перспективы. Для достижения максимального эффекта банкам на данном этапе развития необходимо ориентировать свою деятельность на удовлетворение потребностей клиентов. Одним из факторов повышения конкурентоспособности для банка является применение инновационных банковских технологий. В данной

статье предпринята попытка провести анализ влияния указанного фактора на конкурентоспособность российского банковского сектора.

Under conditions of the consequences of financial crisis the competition in the bank market is strengthened. It requires special flexibility and maneuverability of activity from banks. The Russian banking system is still young, but, in spite of this, it actively develops and has good prospects. So as to achieve maximum effect with banks at this stage of development it is necessary to orient its activity towards

the satisfaction of the needs of clients. The application of innovative banking technology is one of the factors that increase competitive ability for a bank. In this article the author makes an attempt to analyze the influence of the factor on the competitive ability of the Russian banking sector.

Ключевые слова: межбанковская конкуренция; конкурентоспособность банка; банковские услуги; инновации в банковском секторе; банковские технологии; мобильный банкинг; банковский рынок; банк; банковская система; коммерческий банк.

Keywords: interbank competition; competitiveness of a bank; bank services; innovations in the banking sector; bank technology; mobile banking; banking market; bank; banking system; commercial bank.

Для современной России конкуренция в банковском бизнесе является объективной реальностью. По мере развития сети кредитных учреждений и небанковских кредитно-финансовых институтов она постоянно возрастает. Переход российской банковской системы от одноуровневой к двухуровневой, от государственной банковской монополии к рыночной конкуренции поставил проблему конкуренции в банковском деле на первое место.¹

В литературе, посвященной проблемам конкуренции, существует три подхода к ее определению. Первый характеризует конкуренцию как состязательность на рынке. Второй подход, характерный для классической экономической теории, определяет конкуренцию как элемент рыночного механизма, который позволяет уравновесить спрос и предложение. Третий – основывается на современной теории понимания рынка и рассматривает конкуренцию как критерий, определяющий тип отраслевого рынка.²

Конкуренция на финансовом рынке – это процесс соперничества между его участниками – финансовыми организациями. Под финансовой организацией законодатель понимает хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, – кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.³

¹ Уткин Э. А. Инновационный менеджмент // Э. А. Уткин, Н. И. Морозова, Г. И. Морозова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economiclib.narod.ru/biznes-37/6.htm>. (дата обращения: 20.09.2010).

² Кудашева Ю. С. Совершенствование методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка : автореф. дис. ... к. э. н. / Ю. С. Кудашева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/kon_diser/diskudasheva.pdf. (дата обращения: 22.02.2010).

³ Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 05.04.2010) “О защите конкуренции” // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. – № 31 (1 ч.). – ст. 3434.

Завьялов П. С. под конкурентоспособностью коммерческого банка понимает возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее прибыльной практической реализации в условиях конкурентного рынка.⁴

Международную конкурентоспособность блока российских коммерческих банков можно проанализировать, рассмотрев «конкурентный ромб» М. Портера с акцентом исключительно на банковский сектор. «Конкурентный ромб» М. Портера включает систему четырех групп показателей: факторные условия, условия внутреннего спроса, родственные и поддерживающие отрасли, а также структура и стратегия фирм, внутриотраслевая конкуренция.

Среди факторных условий следует уделить особое внимание развитым факторам, включающим наличие высококвалифицированных специалистов, наличие и условиям применения капитала, научно-информационному потенциалу, а также инфраструктуре. Для банковского сектора базисные факторы производства малозначимы.⁵

В отношении условий внутреннего спроса самым главным является не его объем, а качество и соответствие тенденциям развития спроса на мировом рынке. В конкурентной борьбе чаще выигрывает та страна, где развитию определенного сегмента рынка уделялось большое внимание в связи с особыми внутренними условиями, в то время как спрос на эту продукцию в других странах был невысок. Это правило справедливо и для банковского сектора. Кроме того, при рассмотрении условий внутреннего спроса фокус внимания смещается и на такие качества потребителя, как его требовательность к товару или услуге, осведомленность о спектре банковских услуг и желание их использовать. У российских банков по сравнению с международными число услуг невелико. Из десяти эмитированных карт девять используются только для получения наличных в рамках зарплатных проектов.⁶ По мнению автора, эта точка в «конкурентном ромбе» для банковского сектора является самой слабой.

Конкурентоспособность российских коммерческих банков на мировом рынке невысока. Однако модель М. Портера позволяет выявить перспективы повышения этой конкурентоспособности. В стране присутствуют высококвалифицированные кадры, достаточно лояльно законодательство, высока конкуренция банков на национальном рынке, быстрыми темпами развивается самая главная для банков отрасль информационных технологий и связи. Только с помощью ИТ банк может добиться существенных конкурентных преимуществ и выйти на мировой уровень, так как в рамках взаимодействия банковского сектора и сферы информационных технологий рождаются инновационные банковские технологии.

Под инновационной банковской технологией понимают создание новых банковских продуктов, а также совершенствование уже существующих банковских продуктов с использованием современных информаци-

⁴ Пасечникова О. В. Конкурентоспособность организации и методы ее оценки / О. В. Пасечникова, А. В. Малеева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.science.ncstu.ru>. (дата обращения: 20.09.2010).

⁵ Международные экономические отношения : учебник / под ред. Н. Н. Ливенцева. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – С. 192.

⁶ Смирнов И. Е. Свет и тени российского рынка банковских карт / И. Е. Смирнов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.reglament.net/bank/retail/archive.htm> (дата обращения: 20.09.2010).

онных технологий, использование в банках современного технологического оборудования в целях повышения эффективности и конкурентоспособности оказываемых услуг, изменение технологии обслуживания клиентов банка.

Технологические банковские инновации являются в большинстве случаев внешними для банка, поскольку возникают преимущественно в других отраслях экономики, таких как электроника или телекоммуникации. Те же технологические инновации, которые разрабатываются банком самостоятельно, как правило, связаны с изменением внутрибанковской структуры и внедрением новых банковских продуктов. Если при внедрении технологических инноваций в деятельность организаций прежде всего учитывается величина затрат на НИОКР, то в случае с банками в основном имеет место оценка затрат на покупку уже имеющихся на рынке технологий.⁷

Основные направления повышения конкурентоспособности банковской сферы Российской Федерации под влиянием технологических инноваций:

1. Возможность экономии на издержках вследствие ускорения стандартизации предлагаемого клиентам сервиса;

2. Изменение роли и сути филиальной системы, в том числе снижение абсолютного числа филиалов; дифференциация между филиалами; изменение штата филиалов; совместные банковские филиалы, предлагающие услуги многих конкурирующих банков; появление новых офисов самообслуживания и модернизация существующих банкоматов.

3. Использование различных каналов предоставления информации: Интернет, электронная почта, телефон, а также персонализации услуг на основе анализа истории взаимоотношений с клиентом, учитывающая потребности целевых групп клиентов;

4. Переход банков на интегрированные системы обслуживания, позволяющие получить все услуги в режиме «одного окна»;

5. Появление новых возможностей на основе технологических инноваций в сфере хранения и обработки данных и снижение на этой основе операционных рисков;

6. Продолжение процесса концентрации банковского капитала, вызванного появлением новых видов риска и конкуренцией;

7. Увеличение значимости CRM-систем, которые позволяют определить наиболее выгодных и ценных клиентов наряду с увеличением лояльности остальных клиентов через персонализацию работы с ними и общее повышение качества обслуживания.⁸

Каждый год журнал *The Banker* присуждает награды за наиболее инновационные проекты крупнейших мировых финансовых институтов. Премии присуждаются лидерам глобального финансового сектора за высокое качество и инновации в банковских технологиях, которые

⁷ Киселевич Ю. В. Влияние технологических инноваций на повышение конкурентоспособности банковской сферы РФ / Ю. В. Киселевич [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://economyar.narod.ru/kislevich.pdf> (дата обращения: 20.09.2010).

⁸ Киселевич Ю. В. Влияние технологических инноваций на повышение конкурентоспособности банковской сферы РФ / Ю. В. Киселевич [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://economyar.narod.ru/kislevich.pdf> (дата обращения: 20.09.2010).

играют неоценимую роль в удовлетворении постоянно меняющихся нужд банковского бизнеса.⁹

В отдельных случаях ведущие зарубежные банки ежегодно расходовали на разработку нового программного обеспечения больше средств, чем ведущие в мире провайдеры программных продуктов.¹⁰

Однако расходы сами по себе не являются показателем эффективности. Индустрии, традиционно вкладывающей значительные средства в развитие информационных технологий, зачастую сталкиваются с неэффективностью, ненужными расходами, а в самом худшем случае – с прямыми провалами, подавляющее большинство из которых могут негативным образом отражаться на банковском бизнесе как таковом. Как считают в *The Banker*, именно по этой причине эффективные, прогрессивные и непрерывно развивающиеся сферы информационных технологий, призванные удовлетворять все возрастающие потребности банковского бизнеса, должны быть надлежащим образом признаны и оценены.

Каждый год акцент в развитии всех сфер банковского бизнеса смещается: все шире и шире распространяется банковское регулирование; быстрыми темпами растет глобализация; имеют место кризисные явления – как на рынках, так и в реальной жизни; постоянно возникают новые рынки – как с географической точки зрения, так и в разрезе выделения на том или ином рынке отдельных сегментов, постепенно приобретающих самостоятельное значение.¹¹

В банковской индустрии масштабы каждой из этих задач, зачастую связанных между собой, увеличиваются по мере того, как развиваются рынки и как целый ряд природных катастроф все сильнее испытывают инфраструктуру информационных технологий на масштабируемость и надежность (в частности, сетевые системы и центры обработки данных).

В банковском бизнесе требования к проведению операций на новых рынках и привлечению новых клиентов с использованием новых каналов сопровождаются инновациями в области мобильных технологий и расширением использования услуг Web 2.0 в режиме он-лайн.

Развитие современных мобильных технологий позволяет банкам существенно расширить возможность коммуникации со своими клиентами. Мобильный банкинг как актуальный и наиболее передовой инструмент управления банковским счетом гарантирует повышение лояльности вкладчиков и тем самым обеспечивает банкам существенные преимущества, что особенно важно в условиях высокой конкуренции в банковском секторе.¹²

Несколько лет назад банки в России начали внедрение услуг, базирующихся на возможностях Интернета. Однако инновационные технологии не стоят на месте и

⁹ Официальный сайт журнала «The banker» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.thebanker.com/about_us.php (дата обращения: 20.09.2010).

¹⁰ См. подробнее : Суворов А. В. Международные аспекты использования информационных технологий в банковском бизнесе / А. В. Суворов // Международные банковские операции. – 2009. – № 1. – С. 18–22.

¹¹ См. подробнее : Суворов А. В. Международные аспекты использования информационных технологий в банковском бизнесе / А. В. Суворов // Международные банковские операции. – 2009. – № 1. – С. 18–22.

¹² См. подробнее : Подунова В. А. Мобильный банкинг – эффективный канал коммуникации банка с клиентом / В. А. Подунова // Банковское кредитование. – 2007. – № 1. – С. 103–106.

наиболее прогрессивные банки обзавелись услугами нового типа, основанными на возможностях сотовой связи. Сегодня уже можно говорить об отдельной категории сервисов в банковском бизнесе – услугах мобильного банкинга, которые обеспечивают клиенту получение информации от банка и позволяют управлять банковским счетом при помощи сотового телефона.

Услуги мобильного банкинга впервые были реализованы в 1992 году. Пионером в этой области стал банк Merita Nordbanken, а с 1999 года мобильный банкинг получает распространение в странах Юго-Восточной Азии, Европы и США.

Сервисы мобильного банкинга различаются, прежде всего, по своим функциональным возможностям (Enquiry Based и Transaction Based), а также по способу активации (Push Based services и Pull Based services).¹³

При помощи Push Based services банк может по собственной инициативе и в автоматическом режиме делать рассылку разнообразной информации клиентам, тогда как работу Pull Based services, напротив, инициирует сам клиент, который отправляет запрос на получение той или иной информации. Кроме того, pull-сервисы обеспечивают также совершение многочисленных банковских операций: с их помощью можно осуществлять платежи за сотовую связь, кабельное и спутниковое телевидение, жилищно-коммунальные услуги, а также производить конвертацию и переводить деньги со счета на счет.

Сервисы Enquiry Based и Transaction Based работают по запросу клиента. Различие в том, что Enquiry Based обеспечивают получение справочной информации, например, сведений о балансе, а Transaction Based позволяют совершать банковские операции – такие как перевод денежной суммы с одного счета на другой. Сервисы Transaction Based более сложны в реализации, поскольку требуют введения дополнительной системы защиты передачи данных с мобильного телефона клиента в банк.

В сервисах мобильного банкинга в настоящий момент применяется несколько технологий – SMS, WAP и Java, каждая из которых имеет свои преимущества.¹⁴

Самые первые сервисы мобильного банкинга базировались на технологии SMS (Short Messages Services). Эту технологию поддерживают абсолютно все мобильные телефоны, существующие на рынке, она не требует осуществления никаких дополнительных настроек. Кроме того, обмен SMS-сообщениями широко распространен практически среди всех категорий абонентов мобильной связи, особенно в молодежной среде. Именно SMS-технология лежит сегодня в основе всех существующих push-сервисов.

SMS-технология также успешно применяется и для реализации pull-сервисов, однако здесь есть один важный фактор, который необходимо учитывать банку. Если банк самостоятельно реализует такую услугу, он использует длинные федеральные номера, на которые клиенты должны отправлять свои SMS-сообщения с за-

просом. Причем для абонентов разных сетей номера будут разные. Конечно, это довольно существенное неудобство, как для вкладчиков, так и для самого банка: клиентам трудно запоминать длинные номера, особенно если абонент меняет сотового оператора, у которого сервис для данного банка работает уже на другом номере. Банку в свою очередь придется заключать договоры со всеми операторами, действующими в регионе, а это очень долгий и трудоемкий процесс.

Эти проблемы решает сотрудничество банка с сервис-провайдером мобильных услуг, который предоставляет единый короткий номер для сетей всех сотовых операторов, действующих в России, и обеспечивает возможность пользования услугами мобильного банкинга на всей территории страны, где доступна мобильная связь.¹⁵

Сервисы мобильного банкинга могут базироваться и на технологии WAP (Wireless Application Protocol), которая представляет собой протокол беспроводного доступа к информационным и сервисным ресурсам Интернета непосредственно с мобильных телефонов.

В случае использования WAP сервис фактически является портированной версией услуги «Интернет-банк», и клиенту не требуются для работы с ним специальные навыки. WAP-технология получает сегодня все более широкое распространение. Росту популярности WAP способствуют и сотовые операторы, большинство из которых обеспечивают автоматическую настройку WAP на телефоне при подключении абонента к сети. Так что WAP – перспективная технология для мобильного банкинга.

Другие технологии, актуальные для современного мобильного банкинга, в частности для pull-сервисов – это GPRS (General Packet Radio Service) и J2ME (Java to Micro Editions). Технология GPRS, также как SMS, поддерживается всеми современными телефонами. Правда, абоненту необходимо настроить поддержку GPRS на своем телефоне, однако это нетрудно, так как сегодня практически все сотовые операторы осуществляют эти настройки в автоматическом режиме, когда абонент подключается к сети.

GPRS обеспечивает пакетную передачу данных, а J2ME-приложение управляет услугами мобильного банкинга. Оно устанавливается на телефон клиента в виде самостоятельного раздела и обеспечивает доступ к услугам мобильного банкинга в буквальном смысле слова («в одно касание»): при загрузке приложения владелец телефона сразу попадает в меню банка. В это время происходит соединение с сервером и проверка обновлений приложения, то есть идут процессы, подобные тем, которые происходят при установке или первом запуске компьютерных программ.

Главное меню приложения находится в памяти телефона: это набор иконок, за каждой из которых стоит раздел с услугами определенного вида. При активировании раздела происходит подключение к серверу и осуществляется доступ к услугам. В приложении может содержаться полезная для клиента информация – об услугах банка, тарифах, сезонных акциях, адресах филиалов др., а также опция, позволяющая клиенту сделать запрос

¹³ См. подробнее: Подунова В. А. Мобильный банкинг – эффективный канал коммуникации банка с клиентом / В. А. Подунова // Банковское кредитование. – 2007. – № 1. – С. 103-106.

¹⁴ См. подробнее: Подунова В. А. Мобильный банкинг – эффективный канал коммуникации банка с клиентом / В. А. Подунова // Банковское кредитование. – 2007. – № 1. – С. 103-106.

¹⁵ См. подробнее: Подунова В. А. Мобильный банкинг – эффективный канал коммуникации банка с клиентом / В. А. Подунова // Банковское кредитование. – 2007. – № 1. – С. 103-106.

на получение информации о балансе, выписки по счету. В меню может быть также представлен и раздел, содержащий дополнительную информацию, - прогноз погоды, сведения о курсе валют, кредитный калькулятор и т.п.

Уникальность и главная особенность J2ME-приложения состоит в том, что оно позволяет полностью скрыть от абонентов всю техническую сторону вопроса, обеспечив пользователю максимальные удобства: ему не нужно нажимать никакие лишние клавиши на телефоне, запоминать коды, отправлять SMS на специальный номер. Для получения информации о балансе необходимо лишь выбрать нужную картинку и нажать кнопку 'Получить'. При этом вся технологическая цепочка начинает работать в скрытом от пользователя режиме: телефон отправляет SMS, оно проходит биллинг оператора, далее идет запрос на платформу банка, которая связана с платформой сервис-провайдера и так далее. Таким образом, J2ME-приложение позволяет избавить пользователя при получении услуги от совершения дополнительных операций.

Не менее важно также и то, что в такое приложение можно включить дополнительную систему защиты передаваемых данных, чего не могут гарантировать другие технологии.

Решения на базе J2ME являются инновационным продуктом в области IT и с каждым днем получают все более широкое распространение в России. Уверенный рост рынка J2ME-приложений обеспечивается бурным ростом числа владельцев мобильных телефонов с поддержкой Java. Число уверенных пользователей Java-приложений сегодня превышает 7 млн. и увеличивается на 6 - 7% ежемесячно.¹⁶

Развитие аналогичных решений в области мобильной коммерции и мобильного банкинга на мировом рынке идет сегодня стремительными темпами - в США, в странах Азии и Европы. Компания Butler Group провела исследование, которое показало, что банки во всех странах мира сотрудничают с транспортными компаниями, стремясь создать универсальную карточку, которая объединит в себе кредитную и дебетную карту, карту для покупок в Интернете и проездной билет.

Так, например, один из крупнейших банков в Южной Корее уже выпустил 1 млн. микропроцессорных карт, позволяющих держателям совершать повседневные покупки, в том числе и с помощью мобильного телефона. Существуют также успешные технические решения, позволяющие пользователям мобильной связи оплачивать свои счета, даже находясь за границей, переводить деньги и расплачиваться в магазинах. Например, технология мобильных платежей M-Wallet, имеющая простой в использовании интерфейс, дает быстрый доступ к миру финансов.

Аналогично, Barclaycard приступил к разработке нового типа платежных карт, которые были призваны занять свою нишу на рынке наличных платежей на небольшие суммы.¹⁷

Сформировав эксклюзивные межотраслевые партнерские отношения с компанией Transport of London и ее технологическим провайдером - компанией Transys, Barclaycard принял решение поднять на новый уровень бренд, инфраструктуру и функциональность хорошо зарекомендовавшей себя микропроцессорной карты Oyster. Карта Oyster представляет собой смарт-карту, предлагающую определенную форму электронного «обилечивания», используемую в сфере общественного транспорта в пределах Большого Лондона. Карта действует в нескольких различных транспортных системах, включая лондонское метро, автобусы, доклендскую легкую ветку, лондонскую надземку, трамваи и некоторые услуги Национальной железной дороги. Карта была разработана в целях снижения количества наличных транзакций в кассах общественного транспорта и сокращения количества одноразовых бумажных билетов, продаваемых в лондонской транспортной сети. Впервые карта Oyster была выпущена в июле 2003 г., а к марту 2007 г. более 80% всех поездок в лондонском общественном транспорте оплачивались с ее использованием.¹⁸

Новая карта Barclaycard Onepulse предлагает возможности и транспортной карты Oyster, и обычной кредитной карты Barclaycard, и безналичной платежной карты, с помощью которой можно расплачиваться за покупки стоимостью менее 10 долл. Проект, в реализации которого приняли участие всего лишь 25 специально выделенных для этой цели сотрудников, включал в себя интегрирование микропроцессоров EMV и применение PIN-кода в приложении Oyster с одновременным усовершенствованием функциональности кредитной карты – с тем чтобы в ней могла быть использована новая функция – Visa's Global Contactless Specification. При этом одной из команд предстояло создать устойчивую к ошибкам масштабируемую инфраструктуру в трех организациях, для того чтобы предложить клиентам кредитную карту с широким спектром основных и дополнительных услуг.

Не менее показателен и другой пример, разработанный испанским банком Bankinter, универсальным испанским банком, уделяющим большое внимание предоставлению банковских услуг через Интернет, через который проводятся более 55% всех операций его клиентов. С тем чтобы увеличить ценность услуг в режиме он-лайн и генерировать новый опыт пользователя, который дополнил бы работу интернет-браузера, в Bankinter были внедрены услуга Videocall (консультация «лицом к лицу») и инструментарий поддержки он-лайн на основании технологии «Голос через интернет-протокол».¹⁹

Этот испанский банк усовершенствовал свою инфраструктуру, внедрив Videocall не только в своих собственных сервисных центрах и банковской телефонной сети, но также и в услуги, предлагаемые банком по Интернету, платформы мобильного банкинга и банковской системы управления клиентскими отношениями.

Используя мультимедийный инструментарий, банк предлагает традиционные услуги в области управления клиентскими отношениями на дистанционной, низкостат-

¹⁶ См. подробнее: Подунова В. А. Мобильный банкинг – эффективный канал коммуникации банка с клиентом / В. А. Подунова // Банковское кредитование. – 2007. – № 1. – С. 103-106.

¹⁷ Суворов А. В. Международные аспекты использования информационных технологий в банковском бизнесе / А. В. Суворов //

Международные банковские операции. – 2009. – № 1. – С. 20.

¹⁸ Там же.

¹⁹ Там же.

ратной и бесплатной основе, при этом сохраняя возможность обмена письменной информацией посредством обмена файлами.

Услуга Videocall предлагает следующее:

- возможность видеть консультанта и задавать ему вопросы в режиме реального времени - точно так же, как это происходит при личном посещении банка;

- при желании можно написать свой вопрос и получить ответ в письменном виде с использованием специального меню, как если бы использовалась традиционная система сообщений;

- по желанию клиента консультант может “сопровождать” его по сайту Bankinter, чтобы помочь провести транзакцию, отобразить необходимую информацию и даже послать документы в режиме реального времени, при этом поддерживается необходимый уровень безопасности и конфиденциальности.

На первоначальную установку системы для клиента требуется лишь одна минута. Специалисты Bankinter обнаружили, что продолжительность видеозвонка приблизительно равна продолжительности обычного входящего телефонного звонка, однако видеозвонок оказался гораздо более эффективным, чем исходящий телефонный звонок.

Этот новый канал был выстроен и интегрирован в течение всего шести месяцев специально подготовленной группой банковских специалистов в составе шести человек. Уже спустя три месяца после введения в эксплуатацию нового канала доля успешных продаж банка ВapIипег выросла на 150%.²⁰

Таким образом, проблема конкуренции и задача поиска конкурентных преимуществ актуальны для российских банков. И хотя на международной арене российские банки заметно уступают европейским и американским по уровню конкурентоспособности, однако имеются резервы для её повышения. Сконцентрированы они, прежде всего, в недрах взаимодействия банковского сектора и сферы ИТ, продуктом которого являются инновационные банковские технологии, в том числе и мобильный банкинг в форме Enquiry Based, Transaction Based, Push Based и Pull Based services.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Киселевич Ю. В. Влияние технологических инноваций на повышение конкурентоспособности банковской сферы РФ / Ю. В. Киселевич [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economyar.narod.ru/kislevich.pdf>.

2. Кудашева Ю. С. Совершенствование методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка : автореф. дис. ... к. э. н. / Ю. С. Кудашева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mirkin.ru/_docs/kon_diser/diskudasheva.pdf.

3. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 05.04.2010) “О защите конкуренции” // Собрание законодательства РФ. - 31.07.2006. - № 31 (1 ч.). - ст. 3434.

4. Международные экономические отношения: учебник / под. ред. Н. Н. Ливенцева. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – 395 с.

5. Официальный сайт журнала «The banker» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.thebanker.com/about_us.php.

6. Пасечникова О. В. Конкурентоспособность организации и методы ее оценки / О. В. Пасечникова, А. В. Малеева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science.ncstu.ru>.

7. Подунова В. А. Мобильный банкинг – эффективный канал коммуникации банка с клиентом / В. А. Подунова // Банковское кредитование. – 2007. – № 1. – С. 103–106.

8. Смирнов И. Е. Свет и тени российского рынка банковских карт / И. Е. Смирнов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.reglament.net/bank/retail/archive.htm>.

9. Суворов А. В. Международные аспекты использования информационных технологий в банковском бизнесе / А. В. Суворов // Международные банковские операции. – 2009. – № 1. – С. 18–22.

10. Уткин Э. А. Инновационный менеджмент // Э. А. Уткин, Н. И. Морозова, Г. И. Морозова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economiclib.narod.ru/biznes-37/6.htm>.

²⁰ Там же.