

image not found or type unknown



Как известно, банки начали обслуживать своих клиентов с помощью мобильных приложений примерно 5-7 лет назад. Дистанционно-банковское обслуживание на данный момент прошло очень большой и сложный этап развития. Обычное обслуживание клиентов в отделениях банков на 60% перешло в самообслуживание, люди начали оплачивать счета, перечислять денежные средства не выходя из дома, или даже в любом месте, в любой момент времени, стало заметно, что число отделений сокращается. В современном мире в качестве платежных средств, вместо банковских карт, начинают использоваться телефоны, смарт часы, кольца, а в некоторых странах, это вышло на такой уровень, что могут оплачивать хрусталиком глаза и этот процесс развивается дальше. Автомобили сами оплачивают бензин, или можно заправиться не выходя из машины, товары можно купить, используя Face ID, электронные счетчики передают данные в управляющую компанию, а деньги за коммунальные услуги автоматически списываются со счета жильца. Но одним из самых важных, так скажем, «трендов» современного дистанционно-банковского обслуживания можно назвать развитие банками собственных экосистем. Что же такое экосистема?

На мой взгляд, стремление банков построить вокруг себя экосистему можно очень легко объяснить — это попытка получить дополнительный источник дохода, стоит впереди всего. Помимо предоставления традиционных финансовых услуг, банки начинают внедрять разные нефинансовые услуги(то бишь вообще не связанные с деньгами): например, доставка еды, продажа билетов кино, ремонт квартир, телефонные услуги — и, естественно, зарабатывать на них деньги. "Экосистема состоит из современных технологий, единого бренда, использования данных, быстрого масштабирования услуг, снижения стоимости привлечения за счет экосистемного эффекта и масштаба. Это очень много услуг, и не только в одной сфере", - сказал Оливер Хьюз, Председатель Правления Тинькофф Банка. Ориентирами для большинства банков в желании создавать экосистемы стали Сбербанк и Тинькофф Банк. Расширение у банка нефинансовых услуг, позволяет банку продвигаться дальше, в плане увеличения клиентской базы, а так же повышает лояльность к нему.

«В рамках реализации Основных направлений развития финансовых технологий на период 2018 — 2020 годов Банком России совместно с участниками рынка

в декабре 2017 года запущен проект «Маркетплейс». Цель проекта — организация системы дистанционной розничной дистрибуции финансовых продуктов (услуг) и регистрации финансовых сделок.» - сообщает нам сайт Банка России. Финансовый маркетплейс – это сервис, объединяющий предложения от поставщиков финансовых услуг, который предоставляет возможность пользователю в рамках одной площадки выбрать необходимые и наиболее подходящие из доступных финансовых операций. Таким образом, маркетплейс расширяет ассортимент услуг и упрощает процесс их выбора для потребителей, а также обеспечивает доступ к потенциальным клиентам для поставщиков финансовых услуг.

В нашем понимании банковский маркетплейс является этапом развития создаваемых экосистем, и, соответственно, эти понятия имеют очень много общих черт, говорит Михаил Полухин. Отличием от классических экосистем можно считать возможность через маркетплейс одного банка получать доступ к услугам других банков-партнеров, которые банк, являющийся платформой для маркетплейса, самостоятельно не смог бы предоставить своим клиентам. При этом маркетплейс может быть организован не только на платформе банка, а являться независимым агрегатором.

Если простыми словами объяснить два этих понятия, то можно сказать, что маркетплейс — это такая рыночная модель, представляющая собой витрину продуктов разных провайдеров, а экосистема — это и есть своего рода набор продуктов, сервисов и решений, предлагаемых одним брендом.

Интернет-банкинг – это весьма удобная банковская услуга, позволяющая покупателям без помощи других управлять своими счетами через Интернет. Концепция формирования такой услуги возникла в Соединенных Штатах. Одной из основных причин стало существующее в США ограничение на открытие банками филиалов в других штатах, в связи с чем перемещение клиента тянуло за собой отрицательные последствия для обеих сторон: банк терял клиентов, а клиент терял все привилегии, приобретенные им в банке, и должен был доказывать свою платежеспособность заново. Банкам пришлось искать варианты предоставления услуг клиенту, находящемуся в другом штате или стране. Таким образом, 18 октября 1995 года в Интернете был создан первый полностью онлайн-банк – Security First Network Bank .

«К тому времени, когда нашим детям исполнится столько же, сколько сейчас нам, они с неподдельным изумлением спросят: как вы раньше жили без online

банкинга?», - говорит управляющий директор Модульбанка Яков Новиков. В современном мире электронный доступ к счетам с любого гаджета делает финансовые операции значительно комфортными, чем конечно приход в отделение банка. Развитие технологий приведет к тому, что через несколько лет в online перейдут все классические оффлайновые услуги – расчетные операции, транзакции, переводы, кредитование. Изменения вынудят традиционные банки сократить количество представительств. Выжившие отделения сфокусируются на индивидуальном подходе и будут консультировать по проектному финансированию или ипотеке.

На самом деле банковская деятельность, это весьма благоприятная основа для внедрения электронных и компьютерных технологий. Быстрая и бесперебойная обработка значительных потоков информации считается одной с основных задач каждой большой экономической компании.

В соответствии с этим очевидна необходимость обладания вычислительной сетью, позволяющей обрабатывать все возрастающие информационные потоки. Помимо этого, непосредственно банки обладают достаточными финансовыми возможностями для использования самой современной техники. Но не стоит полагать, что банк поменьше будет в полной мере готов тратить большие суммы денег на компьютеризацию. Ведь Банк есть прежде всего коммерческая организация, которая предназначена для получения прибыли, поэтому поэтому нужно рассчитывать затраты так, что бы это было приемлемо. В соответствии с общемировой практикой в среднем банке расходы на компьютеризацию составляют не более 20% от общей сметы годовых расходов. Естественно, заинтересованность к развитию компьютеризированных банковских систем обуславливается не желанием извлечь быструю выгоду, а стратегическими интересами. Как мы видим из практики, инвестиции в такие проекты начинают давать прибыль лишь через определенный период времени, необходимый для обучения персонала и адаптации системы к конкретным условиям. Вкладывая средства в программное обеспечение, компьютерное и телекоммуникационное оборудование и создание базы для перехода к новым вычислительным платформам, банки, в первую очередь, стремятся к удешевлению и ускорению своей рутинной работы и победе в конкурентной борьбе.