

УДК 336.02

Борисов Артем Андреевич, студент факультета ФТМИ Университета ИТМО

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ КЛИЕНТОВ

Аннотация. Данная статья посвящена анализу банковской системы Российской Федерации. Предметом исследования является организация деятельности банковских учреждений Российской Федерации, направленная на повышение уровня удовлетворения клиентов. Клиентоориентированный подход прямо влияет на равновесие на банковском рынке и тем самым на стабильность банковской системы и всей денежно-кредитной сферы, данный подход, является одним из приоритетных направлений современного этапа развития рыночной экономики Российской Федерации. Автор рассматривает комплекс мероприятий, которые необходимы для удовлетворения потребностей клиентов.

Ключевые слова: банковский маркетинг, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, качество обслуживания, клиентоориентированность.

Borisov Artem A., *student of the faculty of FEMI, ITMO University*

CUSTOMER FOCUS IN THE BANKING SECTOR TO PRESERVE CUSTOMERS

Annotation. This article is devoted to the analysis of the Russian Federation banking system. The subject of the study is the organization of the Russian Federation banking institutions, that is aimed at improving customer satisfaction. Customer-oriented approach directly affects the banking market balance, the system stability and whole monetary sphere, the achievement of which is one of the priorities of the

modern stage of Russian Federation market economy development. The author considers a set of activities that are necessary to meet the customers needs.

Keywords: bank marketing, competitiveness, competitive advantage, quality of service, customer focus.

Качество банковских услуг в настоящее время является таким же важным конкурентным преимуществом и фактором формирования спроса, как и цена. Согласно результатам современных научных исследований [2], вежливость и компетентность банковского персонала составляют 21% от влияния на лояльность клиентов к нему, еще 27% - внимание банка к потребностям клиентов.

Определяя качество банковских услуг, И. Н. Чуев и Н. Чечевица [3] представляют его как категорию, которая представляет собой совокупность свойств банковских услуг, позволяющих удовлетворять потребности клиентов. На качество банковских услуг влияют следующие факторы:

- имидж банка, его стабильность и популярность;
- сумма уставного капитала и активов;
- постоянная клиентура;

Наличие широкой сети филиалов и перспективы ее расширения;

- реклама;
- квалификация сотрудников банка и их опыт работы.

Качество обслуживания тесно связано с качеством банковских услуг - степенью способности удовлетворить потребности клиента, удовлетворить и превзойти его ожидания - связать клиента с конкретным филиалом и обслуживающим его менеджером [1].

Основными задачами банка по управлению качеством банковских услуг являются анализ рынка и выявление возможностей для открытия региональных филиалов банка; анализ покупательского спроса на банковские услуги, их качества и цен; анализ конкурирующих банков; разработка и реализация маркетинговых планов.

Конкуренция напрямую влияет на баланс на банковском рынке и тем самым на стабильность банковской системы и всей денежно-кредитной сферы, достижение которой является одним из приоритетов современного этапа развития рыночной экономики Российской Федерации.

На решение общих вопросов банковской клиентоориентированности направлены исследования таких ученых, как Волошука И., Дубовик О. В, Заруби Ю.О, Козьменко С. М., Тавасиева А.М., Федуловой Л. И.

Вместе с тем, многие выводы указанных авторов имеют важное научное и практическое значение и могут быть углублены в контексте разработки практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности отечественных банков.

Современный деловой мир активен и быстро меняется благодаря технологическим инновациям, высоким знаниям и потребительскому спросу. Бизнес-институты, в основном банковская индустрия 21-го века, работают в сложной и конкурентной среде с динамичными ситуациями и весьма неожиданными экономическими условиями. Информация и ответственность за происходящие на глобальном уровне изменения лежит на коммуникационных технологиях.

В результате превалирования продвижение в области информационно-коммуникационных технологий, банковская индустрия во всем мире в настоящее время работает в беспрецедентной конкуренции, подкрепленной современной информационно-коммуникационной системой. Электронная коммерция теперь девиз для компаний на протяжении многих лет с высокими знаниями об использовании компьютеров и интернета. Этот интернет отвечает за рост электронной коммерции.

Использование информации и коммуникации очень важны для банковского сектора в современном деловом мире, а интернет-это основная среда, где происходит вся денежно-кредитная, банковская и деловая деятельность. Правильность применение ИКТ (Информационно-коммуникационные технологии) расширяет возможности организаций в плане

получения сравнительных преимуществ; оно помогает организации добиваться ею запланированных целей и приводит к высокой производительности и эффективности. "Технологии открыли новые рынки, новые продукты, новые услуги и эффективные каналы доставки для банковской отрасли. Интернет-банкинг электроники, мобильное банковское дело и интернет-банкинг - лишь несколько примеров".

Мобильный банкинг – это прорывная технология в банковском секторе, которая значительно повысила эффективность работы банков и качество жизни людей. Банки, на сегодняшний день особенно заинтересованы в таких системах, которые предоставляют своим клиентам более качественные услуги. Однако принятие и лояльность к банковскому делу зависит от того, насколько эффективно банки мотивируют своих клиентов внедрять технологию и сохранять их дальнейшее использование. Наглядно можно заметить, что почти каждый банк предоставляет своему клиенту ту, или иную выгоду, если клиент пользуется мобильным приложением, тем самым повышает количество активных клиентов в приложение.

На сегодняшний день, принятие и лояльность к банковскому делу среди клиентов Российских банков значительно и положительно повлияло сопротивление изменениям, предполагаемый риск и низкая осведомленность об услугах и предполагаемые выгоды [5].

Технологические разработки обеспечили банковскую отрасль различными электронными каналами, которые резко снизили значение традиционной банковской деятельности [7]. Среди этих разработок мобильный банк – является прорывной технологией, и, таким образом, он по-прежнему представляет наибольший интерес. Эта технология освобождает клиентов от временных и пространственных ограничений и позволяет им выполнять банковские операции в любое время и в любом месте с постоянным контролем над своими финансовыми активами. Эта свобода предпочтительного времени, места и постоянного контроля также дополняла банковские дела клиентов более низкой. Пользователи считают мобильность и круглосуточную доступность услуг

наиболее важными элементами мобильного банкинга. Эти элементы оказались эффективными в продвижении существующей коммерции и захвата новых рынков на глобальном уровне. Этот предварительный рост привел банки и поставщиков услуг к огромным инвестициям в технологии. Согласно Alalwan, Dwivedi и Rana (2017) , во всем мире в конце 2013 года было инвестировано 115 миллиардов долларов США для внедрения мобильных банковских технологий. Огромные инвестиции в технологическую инфраструктуру также привлекли ученых к прогнозированию будущей ценности инноваций путем прогнозирования их массового использования. Ученые предсказывают, например, что мобильные устройства заменят ПК в качестве основного устройства для доступа в Интернет, мобильный банк превзойдет все другие банковские каналы.

Банковский сектор очень важен в экономике страны [6]. Это ускоряет экономический рост, поскольку он стимулирует уже имеющиеся или будущие сбережения и дает кредит областям, участвующим в торговле и бизнесе. Банковская индустрия известна своей высокой конкурентоспособностью и постоянно меняющимися требованиями клиентов. Поэтому им приходится приспосабливаться к динамической среде. Банки должны использовать различные методы, чтобы стать банками выбранными их клиентами. Для банков очень важно быстро реагировать на многочисленные требования своих клиентов, путем привлечения в различные продукты, которые нравятся им.

Проанализировав ситуацию на рынке, мы наблюдаем ситуацию, в которой банкам не достаточно просто внедрять новый продукт, но и следить в режиме «онлайн» за быстроменяющимися потребностями, всегда слышать скрытые потребности, и предлагать наилучшее решение для своих клиентов, чтобы в дальнейшем, происходил рост клиентов в компании, и так называемый отток-становился минимальным. На сегодняшний день, самый востребованный запрос клиента – это многофункциональный, понятный и удобный мобильный банк.

Библиографический список

1. Антонов, В., Серебрякова Г. Теоретические основы управления организацией// Маркетинг. – 2017. – №5(126). – С.106-124.
2. Березин, А.А. Влияние стратегий издержек на конкурентоспособность компании // Микроэкономика. – 2017. – N 5. – С.47-50.
3. Беркович, М.И. Развитие концепций управления предприятием и его конкурентоспособностью на примере компаний сотовой связи// Экономика, предпринимательство и право. – 2019. – № 1 (22). – с. 41-46.
4. Гафуров, И.Р. Задачи инновационного развития России и мировой рейтинг конкурентоспособности / И.Р. Гафуров, В.Л. Васильев // Инновации. – 2017. – N 4. – С.81-93.
5. Нуралиев, С.У., Нуралиева Д.С. Маркетинг: Учебник для бакалавров. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 184 с.
6. Чижов Н.А.. УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗОЙ БАНКА: Практическое пособие. — М.: Издательство «Альфа-Пресс»,2007. — 284 с.. 2007.-с.67-73.
7. Усоскин, В.М. Современный коммерческий банк: управление и операции / В М.Усоскин. – М. : Все для Вас, 2016. – 320 с.