

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В
ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЕ

Турсунова Ибодат Хўжаёр кизи,
ведущий специалист ЦБ РУз.

Качественные изменения в характере и ориентации современного общества, произошедшие в XX веке, обусловили хронологию последовательной смены конкретных моделей экономического развития и соответствующих парадигм управления в банковской сфере в особенности при совершенствовании банковских продуктов и услуг.

За фактической ситуацией, касающейся эволюции макроэкономической системы, а именно, в качестве общего описания, явлений экономических кризисов, следуют эффекты, проявляющиеся в большинстве областей экономики. Природа этих эффектов носит либо экономический, либо поведенческий характер. Что касается банковского рынка, то названные эффекты подталкивают к новой ситуации в стратегиях банков по поддержанию оптимальных уровней подверженности риску и экономических показателей в связи с повышением характеристик рыночного риска, а также снижением характеристик рыночных экономических показателей. Для банков такая ситуация диктует новые направления в рыночных стратегиях и стратегиях управления. Основная стратегическая цель банков, а именно сохранение доли, делает обязательным в новых условиях выявление и привлечение новых сегментов рынка для обеспечения возможности развития устойчивых отношений.

В связи с этим производство услуг, предназначенных, по сути, для обслуживания клиентов с целью удовлетворения их основных личных или корпоративных потребностей, становится доминирующим для менеджмента современных организаций, его концепций, методов и техник и определяет конкурентные стратегии, основанные на навыках и способности предоставлять качественные услуги. Общество, чьи институты, в первую очередь экономические, готовы внедрять такие подходы, является в истинном смысле сервисным, а экономика из индустриальной превращается в сервисную.

Инновации в настоящем - это не просто одно из явлений, определяющих экономический рост, развитие и структурные изменения. Инновации стали сутью современного развития во всех сферах экономики, включая банковское дело. Под влиянием внешних факторов в комплексной банковской практике происходят следующие инновационные изменения[1]. Новые банковские продукты (услуги) на основе новых информационных технологий.

- Виртуальный банкинг и финансовые технологии: управление банковским счетом, кассовые операции, электронные подписи, контракты, финансовые учреждения (фондовые биржи, банки).

- Комплексное использование новых информационно-коммуникационных технологий для электронного и смешанного (традиционного и нового) маркетинга
- Сбор, хранение и анализ внутренней обработки информации.
- Новые возможности системы внутреннего контроля и аудита.
- Изменения в обучении сотрудников: менеджера по продукту, консультанта, специалиста по консультациям и транзакциям.
- Новые автоматы самообслуживания (одно- и многофункциональные, информационные).

Результатом является изменение структуры и внешнего вида общей "мультидеятельности" банка с сочетанием новых и традиционных технологий и инструментов; самообслуживание; удаленное обслуживание; использование Интернета, колл-центров.

Последние десятилетия были периодом внедрения новых компьютерных технологий, кредитных карт и важных инноваций денежно-кредитного и финансового рынка. К ним относятся инструменты хеджирования банковских рисков, кредитные деривативы, интернет, смарт-карты. Их можно охарактеризовать инновациями в банковском секторе в результате инновационной деятельности банка, совершенно новым набором банковских продуктов и услуг. Банковская инновация - это синтетическая концепция цели и результатов операций в области новых технологий, направленных на получение дополнительного дохода в процессе создания благоприятных условий для формирования и размещения ресурсного потенциала, использования внедрения инноваций, поддерживающих клиентов в получении прибыли.

Новый банковский продукт - комбинированная или альтернативная форма банковского обслуживания, созданная на основе маркетинговых исследований потребностей рынка. Новый продукт может быть банковским, кредитным и финансовым инструментом.

В связи с переносом центра тяжести на дистанционное обслуживание функции существующей розничной сети постепенно сужаются и все больше напоминают филиалы специализированных сервисных центров. Эволюция банковской системы в направлении модели дистанционного банковского обслуживания обусловлена рядом объективных особенностей экономической и социальной среды, в которой существуют банки, в первую очередь - изменениями в образе жизни людей, внедрением новых информационных технологий и автоматизацией банковских операций, усилением конкуренции.

Учитывая развитие всех этих технологий, пользователь Интернета может вновь встретиться с сотрудником банка лицом к лицу по видеосвязи. Это можно сделать из любой точки мира с вашего компьютера, телевизора или мобильного телефона с изображениями высокой четкости. Эта инновационная услуга будет называться видеобанкинг как следующая эволюция мобильного и интернет-банкинга.

Эта услуга будет доступна в режиме 24-часового обслуживания. То есть у клиента будет "свой" менеджер, с которым он лично знаком и который будет знать все индивидуальные особенности клиентского сервиса. Если банк предоставляет видеозапись, возникает вопрос о количестве и графике работы сотрудников, которые могут быть доступны клиентам одновременно с видеозаписью. Эта проблема может быть решена с помощью реалистичного видео-аватара робота. Действия позволят настроить диалоговую систему робота с помощью тонального сигнала сенсорного управления на вашем мобильном телефоне, интерактивном телевизоре высокой четкости с сенсорным экраном, компьютере с сенсорным экраном[2]. С развитием следующего поколения система управления будет встроена уже в сенсорные технологии и механизмы распознавания голосовых команд. То есть, как только записанное видео ответит персональному менеджеру на возможные стандартные запросы клиентов, такие как балансирование счетов, последние транзакции и т.д., клиенты смогут "встретиться" со своим менеджером 24 часа в сутки.

Банки, которые могут идти в ногу с технологическим прогрессом: своевременно разрабатывать бизнес-процессы, обновлять программное обеспечение, делая его адаптируемым к виртуальным сервисам, получают неоспоримое преимущество перед другими участниками рынка. Аппаратно независимый высокоскоростной Интернет позволяет пользователю с помощью любого беспроводного устройства или мобильного устройства получать доступ к сервисам в режиме онлайн круглосуточно 365 дней в году [3]. Только банки, которые будут готовы постоянно предоставлять онлайн-услуги, смогут пережить технологическую революцию. Поэтому основным аспектом конкурса будет размер инвестиций в разработку и внедрение информационных технологий, отвечающих требованиям рынка. Для успешного участия в конкурсе, по вашему мнению, вам необходимо решить следующие задачи:

- повысить гибкость и адаптивность к рынку, не только внедрить принципиально новые технологии, но и развить "кайдзен-подход" (философию, которая фокусируется на постоянном совершенствовании всех аспектов жизни);

- перейти к новым компьютерным технологиям самообслуживания, удаленному обслуживанию, виртуальному банкингу и финансовым технологиям;

- разрабатывать и внедрять новые кредитные продукты, основанные на новых технологиях; удовлетворять потребности клиентов следующим образом: ожидаемые - за счет необходимых характеристик;

- желаемые - за счет одномерности; вызывающие восхищение - за счет привлекательного качества продукта;

- комплексное использование новых информационно-коммуникационных технологий для электронного маркетинга;

- инновации в области форм и методов управления, изменения в обучении сотрудников; в области управления инновациями за рубежом была разработана модель, отвечающая потребностям клиентов;

- имейте в виду, что технологические инновации могут снизить эффективность контроля за банками со стороны Центрального банка.

В этих условиях совершенствование банковских услуг за счет развития сервисных технологий становится просто необходимым для конкурентоспособности и развития банковского рынка банка. Новые виды услуг, предоставляемых коммерческими банками, несомненно, создаются в связи с изменениями в информационных технологиях и телекоммуникациях. Новыми каналами доставки являются банкоматы, мобильный банкинг и интернет-банкинг. Банкам следует уделять больше внимания мобильным приложениям и интеллектуальному банкингу при создании цифровых банковских услуг в будущем. Сегодня клиенты начали испытывать дискомфорт при использовании традиционных банковских услуг филиалов, поскольку, учитывая важность времени для людей, затраты времени на пользование банковскими услугами высоки. В этом случае операционные расходы банка снизятся, а качество обслуживания клиентов изменится в положительную сторону.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Bhat, M. A. Correlates of service quality in banks: An empirical investigation. *Journal of Services Research*, 5(1), 77-99.
2. Popkova, E., Akopova, E., Alekhina, E., Dubova, J., Popova J., Avdeeva I., & Proskurina, I. Methodology of development of strategy of development of economic systems. *World Applied Sciences Journal*, 26, 489-493.
3. Kozak, S. The role of information technology in the profit and cost efficiency improvements of the banking sector. *Journal of Academy of Business and Economics*, 2(1), 34-38.
4. Al-Hawari, M., Hartley, N., & Ward, T. (2005). Measuring banks automated service quality: A confirmatory factor analysis approach. *Marketing Bulletin*, 16, 25-29.
5. Berger, A. N. (2003). The economic effects of technological progress: Evidence from the banking industry. *Journal of Money, Credit, Banking*, 35(2), 141-176.
6. Birch, D., & Young, M. A. (1997). Financial Services and the Internet - What does Cyberspace mean for the Financial Services Industry? *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 7(2), 120-128.
7. Bloemer, J., de Ruyter, K., & Peeters, P. (1998). Investigating drivers of bank loyalty: The complex relationship between image, service quality and satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 276-286.
8. Centeno, C. (2004). Adoption of Internet Services in the Acceding and Candidate Countries, Lessons from the Internet Banking Case. *Telematics and Informatics*, 1, 293-315.