

К. М. Зеленко

Магистрант

*Сибирско-американский факультет менеджмента
Байкальской международной бизнес-школы
Иркутского государственного университета*

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА
ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ БАНКА
«РЕНЕССАНС КРЕДИТ» НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ
СОВРЕМЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Интенсивный рост конкуренции в секторе банковского обслуживания и активная позиция дочерних иностранных банков заставляют российские банки искать новые, более перспективные и экономичные пути повышения плотности и качества взаимодействия с клиентами. На фоне бурного развития информационных технологий и крупные корпорации, и простые граждане хотят совершать как можно меньше действий для того, чтобы осуществлять свои финансовые операции. Новые условия деятельности требуют не только активного использования традиционных банковских решений, но и внедрения передовых достижений науки и техники, реализованных в различных методах дистанционного банковского обслуживания. Интернет-банкинг является одним из наиболее динамичных секторов электронной коммерции.

Сегодня программы интернет-банкинга запустили более половины всех российских коммерческих банков, в том числе проекты для частных лиц – свыше трети участников рынка.

Итак, проблема внедрения нововведений, связанных с сетью Интернет, в кредитных организациях является актуальной и наиболее значимой при построении принципиально новой формы ведения банковского бизнеса, поэтому ее освоение имеет большое значение для коммерческого банка ООО «Ренессанс Кредит».

«Ренессанс Кредит», один из лидирующих банков сектора потребительского кредитования в России, предлагает физическим лицам потребительские кредиты, банковские карты, вклады и другие дополнительные услуги.

Основанный в 2003 г. «Ренессанс Кредит» входит в ТОП-100 крупнейших российских банков и ТОП-5 специализированных розничных банков России. В настоящий момент работает с 5 млн клиентов. География деятельности «Ренессанс Кредит» охватывает 61 регион России. Основными владельцами «Ренессанс Кредит» являются «Ренессанс Групп» и «Группа ОНЭКСИМ». Их доли составляют 57,27 % и 32,25 % соответственно.

«Ренессанс Групп» – независимая группа компаний, специализирующаяся на инвестиционно-банковской деятельности, управлении активами, прямых инвестициях и потребительском кредитовании на перспективных развивающихся рынках. Группа ведет деятельность в России, Азии, Центральной и Восточной Европе и в странах Африки, а также обеспечивает своим клиентам доступ к этим рынкам через финансовые центры Лондона, Нью-Йорка и Гонконга. «Группа ОНЭКСИМ» – один из ведущих российских инвесторов, под управлением которого находятся активы компаний, представляющих финансовую, энергетическую, металлургическую и другие отрасли экономики. По состоянию на 30 сентября 2012 г. сеть «Ренессанс Кредит» насчитывает 119 отделений и 19 904 точки продаж.

SWOT-анализ ООО КБ «Ренессанс Кредит» позволил определить, что в компании существует ряд слабых сторон таких, как:

- удовлетворение не всех потребностей клиентов;
- долгое ожидание клиентов до момента их обслуживания;
- недостаточная известность бренда;
- использование ограниченных методов продвижения банковских услуг;
- низкое качество обслуживания географически удаленных клиентов;
- работа с ограниченным числом клиентов в одно время;
- невозможность отслеживать все этапы обработки платежных документов в банке в режиме реального времени;
- качество обслуживания клиентов не всегда соответствует желаемому, из-за чего происходит потеря клиентов.

Для решения этих проблем в банке следует внедрить дистанционное банковское обслуживание, а именно интернет-банкинг.

Услуги интернет-банкинга будут включать:

- получение выписок по счетам;
- предоставление информации по банковским продуктам (депозиты, кредиты, ПИФ и т. д.);
- заявки на открытие депозитов, получение кредитов, банковских карт и т. д.;
- внутренние переводы на счета банка;
- переводы на счета в других банках;
- конвертация средств;
- оплата услуг;
- получение информации об имеющихся кредитах, а также информации о начисленных процентах за кредит;
- погашение кредита;
- управление договорами (самостоятельное подключение счета к системе, подключение счета к услуге SMS-информирования или E-mail-

информирования клиента о движении денежных средств по счету, о напоминании о погашении кредита и т. д.).

Можно выделить следующие этапы внедрения интернет-банкинга:

1. Выбор модели внедрения (своя система / покупка и запуск системы у внешнего подрядчика / локализация зарубежной системы).

2. Выбор партнера (внешнего или внутреннего, кто будет реализовывать техническое решение).

3. Написание / согласование со всеми необходимыми подразделениями в банке технического задания (включая функционал, дизайн, меры безопасности).

4. Разработка и тестирование ПО.

5. Анализ существующей клиентской базы на предмет перехода, со старой системы Клиент-Банка на новую интернет-банкинга.

6. Разработка документов: договоров, тарифов, обучающих материалов и т. д.

7. Организация службы поддержки.

8. Предупреждение клиентов и подписание с ними новых договоров.

9. Запуск системы.

Основными достоинствами и недостатками внедрения интернет-банкинга для банка является:

Достоинства:

- экономит время операционистов на прием и обработку документов клиентов;

- позволяет унифицировать работу с документами клиентов и обеспечить их разнообразной справочной информацией;

- привлечение «удаленных» клиентов.

Недостатки:

- требует затрат на приобретение либо создание системы, ее внедрение и обучение сотрудников;

- требует затрат на обслуживание (в том числе и каналов связи с высокой пропускной способностью при обслуживании большого числа клиентов).

Результат:

- сервис доступен круглосуточно;

- большая скорость по сравнению с традиционными методами зачисления средств и прохождения их между банками;

- сокращение себестоимости операций и издержек для банка и клиента;

- уменьшение трудоемкости операций при безбумажной технологии;

- снижение рисков не прохождения платежей;

- для банка исчезает необходимость трудоемкой работы с наличностью;

- удобство в использовании (виртуальный банк может работать круглосуточно, у клиента имеется возможность не посещать банк, не нужно иметь наличные средства для небольших покупок, быстрота оформления сильно сокращает время от заказа до доставки товара и проч.).

Список литературы

1. Иванов А. Н. Банковские услуги: зарубежный и российский опыт / А. Н. Иванов. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 176 с.
2. Проконина С. С. Формирование сферы услуг на основе информационных технологий / С. С. Проконина // Социология власти. – 2006. – № 4. – С. 169–175.
3. URL: <http://www.banki.ru/banks/bank/rencredit/>.
4. URL: <http://www.onexim.ru/ru/>.
5. URL: http://rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=7780092.
6. URL: <http://www.interna.biz/banki/renessans-kredit.html>.
7. URL: <http://rating.rbc.ru/>.
8. URL: <http://cbr.ru/credit/coinfo.asp?id=450039265>.