

управления персоналом должно предшествовать изменениям внутренней и внешней среды предприятия, а не следовать за ними, т.е. прогностическое проектирование систем управления представляет собой основное условие эффективного функционирования любой организации. Это возможно только при непрерывной оптимизации системы управления персоналом, включающей не только первичную разработку проекта, но и постоянную оценку эффективности спроектированной системы, выявление причин и факторов отклонений достигнутых результатов от намеченных в проекте и, как следствие, корректировку проекта развития системы управления персоналом в связи с изменяющимися целями и стратегией развития фирмы.

Необходимо отметить, что эффективность деятельности современных организаций индустрии гостеприимства будет обусловлена грамотным подходом к формированию кадрового потенциала, и как следствие, необходимостью совершенствования системы управления персоналом.

#### **Список литературы**

1. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства : учеб. пос. / Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. – М. : Дашков и Ко, 2010. – 248 с.
2. Егоршин А. П. Управление персоналом : учеб. для вузов / А. П. Егоршин. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с.
3. Минченкова О. Ю. Управление персоналом организации : учеб. / Н. В. Фёдорова, О. Ю. Минченкова. – М. : КНОРУС, 2011. – 536 с.
4. Широкова Е. А. Пути совершенствования развития международного туризма в Крыму / Е. А. Широкова // Культура народов Причерноморья. – 2001. – № 18, т. 2. – С. 206–209.
5. Бизнес и проблемы долгосрочного устойчивого социально-экономического развития. Сборник научных статей студентов и аспирантов, вып. 14 / под общей ред. проф. В. В. Тумалева. – СПб. : НОУ ВПО «Институт бизнеса и права», 2013. – 194 с.

#### **References**

1. Elkanova D.I., Osipov D.A., Romanov V.V., Sorokina E.V. *Osnovy industrii gostepriimstva* [Bases of the industry of hospitality]. Moscow: Dashkov & Ko, 2010, 248 p.
2. Egorshin A.P. *Upravlenie personalom: uchebnik dlja vuzov* [Human resource management: the textbook for higher education institutions]. N. Novgorod: NIMB, 2003, 720 p.
3. Minchenkova O.Ju., Fjodorova N.V. *Upravlenie personalom organizacii: uchebnik* [Human resource management of the organization: textbook]. Moscow: KNORUS, 2011, 536 p.
4. Shirokova E.A. Puti sovershenstvovanija razvitija mezhdunarodnogo turizma v Krymu [Ways of improvement of development of the international tourism in the Crimea]. *Kul'tura narodov Prichernomor'ja* [Culture of the people of Black Sea Coast]. 2001, no. 18, v. 2, pp. 206–209.
5. Biznes i problemy dolgosrochnogo ustojchivogo social'no-jekonomicheskogo razvitija [Business and problems of long-term sustainable social and economic development]. *Sbornik nauchnyh statej studentov i aspirantov* [Collection of scientific articles of students and graduate students], no. 14; Under the general edition of professor V.V. Tumaleva. Sankt-Peterburg: NOU VPO «Institut biznesa i prava», 2013, 194 p.

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭЛЕКТРОННЫХ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

**Полховский Дмитрий Владимирович**, доцент

Астраханский государственный технический университет  
414025, Российская Федерация, г. Астрахань, ул. Татищева, 16  
E-mail: kaspregion@inbox.ru

**Кенина Ксения Александровна**, бакалавр

Астраханский государственный технический университет  
414025, Российская Федерация, г. Астрахань, ул. Татищева, 16  
E-mail: kaspregion@inbox.ru

**Тришкина Мария Николаевна**, бакалавр

Астраханский государственный технический университет  
414025, Российская Федерация, г. Астрахань, ул. Татищева, 16  
E-mail: kaspregion@inbox.ru

Данная статья посвящена вопросам эффективного использования электронных услуг в банковской сфере. Авторы выделили в статье понятие электронных банковских услуг, а также основные теоретические аспекты. Авторами был выполнен анализ эффективности работы электронных услуг банка ВТБ 24, а также произведен опрос, в результате чего разработано предложение по созданию новой банковской карты.

**Ключевые слова:** банк, электронные услуги, пластиковые карты, ВТБ 24, платежные системы

## PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC BANKING SERVICES

*Polkhovsky Dmitry V.*, Associate Professor

Astrakhan State Technical University  
16 Tatishchev st., Astrakhan, 414025, Russian Federation  
E-mail: kaspregion@inbox.ru

*Kenina Ksenia A.*, Bachelor

Astrakhan State Technical University  
16 Tatishchev st., Astrakhan, 414025, Russian Federation  
E-mail: kaspregion@inbox.ru

*Trishkina Maria N.*, Bachelor

Astrakhan State Technical University  
16 Tatishchev st., Astrakhan, 414025, Russian Federation  
E-mail: kaspregion@inbox.ru

This article focuses on the effective use of e-services in the banking sector. The authors identified in the paper the concept of electronic banking services, as well as the basic theoretical aspects. The authors analyzed the effectiveness of electronic banking services, VTB 24, and made a survey, resulting in a developed a proposal for a new credit card.

**Keywords:** bank, e-services, plastic cards, VTB 24, payment systems

Среда банковского обслуживания требует крайне внимательного контроля над тем, отвечают ли происходящие в ней процессы современным стандартам в мире, так как информационное пространство с каждым годом уплотняется все интенсивнее.

Электронные банковские услуги – услуги, оказываемые банковскими организациями с использованием электронных средств. Несмотря на относительную новизну применения электронных услуг в банковской практике, сегодня с трудом можно представить функционирование всех существующих структур без этого [1, с. 14]. Они обеспечивают электронное движение документооборота, циркулирование потоков безналичных денежных средств по всему миру, сокращают издержки, установление тесного контакта клиента и банка.

В данной статье основной упор сделан именно на выпуске банковских карт в сфере потребительского обслуживания, а также на особенностях подхода к клиенту при разработке банковских карт различного типа. Несмотря на относительную новизну применения электронных услуг в банковской практике, сегодня с трудом можно представить функционирование всех существующих структур без этого.

Можно выделить несколько видов предоставления банковских услуг в электронном виде.

Пластиковые карты. Средство расчетов, позволяющее оплачивать товары и услуги, в том числе через Интернет, а также снятия наличных. Необходимы для распоряжения собственными денежными средствами, расположенными на расчетном счете в банке. Именно пластиковые карточки в ряде случаев выступают ключевым элементом электронных банковских и других систем. Они вышли на передовые позиции в организации денежного оборота индустриально развитых стран Запада, вытеснив чеки и чековые книжки [2, с. 120].

Платежные системы. Сервис, позволяющий переводить денежные средства, либо долг по ним, от одного лица к другому. На данный момент функционирование платежных систем автоматизировано. Платежная система обеспечивает возможность перевода средств с помощью программного, аппаратного и технического оснащения.

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО). Сервисы, которые используют компьютерные и телефонные сети для обслуживания клиентов банка удаленным образом, а также терминалы – электронное оборудование, предназначенное для автоматизированной выдачи и приёма наличных денежных средств как с использованием платёжных карт, так и без, а также выполнения других операций, в том числе оплаты товаров и услуг, составления документов, подтверждающих соответствующие операции.

Электронные банковские услуги, или электронный банкинг (е-банкинг) – это не экзотический финансовый инструмент и не дополнительное направление банковской деятельности – это способ осуществления банковских услуг (действий, направленных на перемещение стоимости) с помощью электронных сетей.

Информационизация общества сказывается на всех сферах его жизни, в первую очередь это касается сферы услуг. Изменяется подход к клиенту, а также способ формирования продуктов. Мировой опыт показывает необходимость создания продукта или услуги не ради самого продукта, а ради удовлетворения потребности определенной части общества. Следовательно, продукт из конечной цели превращается в средство.

Под влиянием различных факторов, таких как, удаленность участников расчетов, ускорения момента передачи стоимости, возросшая конкуренция между банковскими учреждениями и парабанками, усиления процесса глобализации мировых хозяйственных связей, прогресс в области телекоммуникаций и компьютерных технологий, поиска банка в удовлетворении новых потребностей клиента и др. электронные услуги постоянно трансформируются и совершенствуются.

Возросшие потребности клиента вынуждают банки тщательнее относиться к целевой аудитории, на которую направлена услуга, в том числе электронная. Разные слои населения, в зависимости от возраста, уровня дохода, социального положения и образа жизни, нуждаются в различных услугах, которые могут не пересекаться между собой. Следовательно, в ближайшем будущем обострится разграничение спектра банковских услуг, исходя из того, для какого типа клиентов данная услуга предназначена.

В современном обществе преобладают две тенденции – активное внедрение информационных технологий в сферу обслуживания и активный мониторинг базы потенциальных клиентов для выработки уникальных предложений. Рассмотрим, насколько это применимо в банковской среде.

Возросшие потребности клиента вынуждают банки тщательнее относиться к целевой аудитории, на которую направлена услуга, в том числе электронная. Разные слои населения, в зависимости от возраста, уровня дохода, социального положения и образа жизни, нуждаются в различных услугах, которые могут не пересекаться между собой. Следовательно, в ближайшем будущем обострится разграничение спектра банковских услуг, исходя из того, для какого типа клиентов данная услуга предназначена.

Например, один из крупнейших банков США Wells Fargo при выпуске пластиковых карт ориентируется на разные социальные группы, преимущественно на молодых людей и студентов, и развивает функционал именно в этой области [3]. В странах Западной Европы и Америки услугами интернет-банкинга пользуется более 50 % взрослого населения, а среди совершеннолетних пользователей Интернета эта цифра достигает 90 %. Пользуясь услугами банка, клиент в зависимости от своего образа жизни и своих нужд выбирает наиболее удобный и выгодный для него вариант.

Пока что для российской банковской среды такие изменения все еще являются новшеством, но мировая практика продемонстрировала успешность этого подхода.

В целом можно отметить, что при выпуске и предоставлении электронных услуг банки стремятся к их дифференциации для того, чтобы как можно больше персонализировать их под нужды клиента. Так как прогресс в сфере информационных технологий зарубежом опережает отечественный, применение интернет-услуг в банковском обслуживании давно перестал быть новинкой и стал обыденностью и необходимостью, что и целесообразно перенять российской системе.

Рассмотрим возможность внедрения дифференцированного подхода к клиенту на примере работы банка ВТБ 24. Из данных SWOT-анализа известно, что сильной стороной банка, среди прочих, является широкий спектр услуг, предоставляемых клиенту, однако данная организация не уделяет достаточного внимания своей целевой аудитории, вследствие чего эти услуги не могут быть использованы клиентами в полной мере.

Для того чтобы сделать первый шаг в решении проблемы невыделенной целевой аудитории, мы предлагаем выпустить серию многофункциональных банковских карт «ВТБ YOUNG», ориентированных на людей в возрасте от 14 до 27 лет. Выбранная целевая аудитория требует особого подхода, так как молодые люди только знакомятся с понятием безналичного расчета и впервые сталкиваются с банковской системой напрямую. Заинтересовывая данную группу лиц сейчас, банк получает прирост клиентской базы в долгосрочной перспективе, уже в качестве вкладчиков или инвесторов.

Чтобы сформировать целостный пакет опций, сопутствующий именно этой карте и отличающий ее от других, было проведено социологическое исследование, выявившее основной список ожиданий клиентов и их потребностей. Помимо стандартных операций, функционал карты расширяется в нескольких направлениях – расширенная возможность бонусного накопления и дизайн самой карты.

Суть бонусного накопления заключается в том, что клиент получает различного рода выгоды, баллы, скидки при совершении операций с картой – оплате товаров и услуг в определенных магазинах, бронировании билетов, участии в акциях. Таким образом, расплачиваться картой для клиента становится выгоднее, чем наличными средствами.

В ходе социологического опроса практически вся фокус-группа положительно отреагировала на возможность создания уникального оформления банковской карты. Таким образом, карта из платежного средства превращается в дополнительный аксессуар, присутствующий совре-

менной молодежи. В целом, опция индивидуального оформления карты сейчас набирает популярность на отечественном рынке. В рамках молодежной системы ее можно развить для использования также и корпоративными клиентами, работающими с этой целевой аудиторией. К примеру, для университета, сотрудничающего с банком для начисления студентам стипендий, разрабатываются банковские карты с логотипом учебного заведения, которые потом и используются учащимися.

Большинство молодых людей сегодня активно пользуются смартфонами, и этот фактор нельзя игнорировать. Существующий интернет-банкинг, ориентированный на мобильные платформы, должен перерабатываться, чтобы отвечать новейшим требованиям. В том числе, это касается добавления функционала, присущего карте – акции и бонусы, возможность проверить или реализовать свой бонусный баланс.

Выпуск подобной карты – лишь первая ступень в изменении подхода к потребностям клиента. Необходимо достичь такого уровня, чтобы потребитель сам мог выбрать необходимые ему функции в зависимости от его образа жизни, социального статуса и нужд. Нельзя также забывать о том, что в данный момент происходит освоение новых, еще не занятых полностью ниш, таких как электронное ведение бизнеса, интернет-трейдинг, электронное страхование и прочее. Чтобы держать на рынке услуг высокий статус, банку необходимо ни на шаг не ослаблять внимание и следить за новейшими тенденциями, как в сфере экономики, так и во всем мире.

Помимо всего прочего, в данный момент происходит освоение новых, еще не занятых полностью ниш, таких как электронное ведение бизнеса, интернет-трейдинг, электронное страхование и прочее. Непосредственный контакт клиента и банка все меньше осуществляется через офис, и все больше – дистанционно. Немаловажную роль здесь играет удобство сетевых и мобильных сервисов, предоставляемых банком. Они, с одной стороны, экономят время клиента, а также обеспечивают ему больший комфорт при проведении операций, так и существенно сокращают издержки самой кредитной организации, как денежного, так и временного характера.

С трансформацией мирового общества в постиндустриальное происходят коренные изменения во всех сферах его жизни. Это затрагивает и экономику, в частности, банковскую систему. Значительный прогресс в сфере информационных технологий позволяет внедрить новейшие разработки в среду банковского обслуживания и тем самым сделать ее удобнее для всех ее участников. А так как информационное пространство с каждым годом уплотняется сильнее и сильнее, эта среда требует крайне внимательного контроля за тем, отвечают ли происходящие в ней процессы современным стандартам в мире.

#### **Список литературы**

1. Черненко В. А. Электронные банковские услуги: зарубежный опыт и отечественная практика / В. А. Черненко, И. А. Резник. – СПб. : Инфо-да, 2007. – С. 14.
2. Быстров Л. В. Пластиковые карты / Л. В. Быстров, А. С. Воронин, А. Ю. Гамольский // Экономические науки / Банковское дело. – 2010. – С. 120.
3. Режим доступа: <http://www.wellsfargo.com/credit-cards>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
4. Финансы : учеб. пос. / под ред. Н. Е. Гаврилина, Е. В. Чудакова. – Астрахань : Издатель Сорокин Роман Васильевич, 2014. – 132 с.
5. Гаврилина Н. Е. Новая модель экономического развития России в рамках Единого экономического пространства / Н. Е. Гаврилина // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2014. – № 1. – С. 108–112.

#### **References**

1. Chernenko V.A., Reznik I.A. *Electronic Banking Services: international experience and national practice*. SPb.: Info-da, 2007, P. 14.
2. Bystrov L.V., Voronin A.S., Gamolsky A.J. Plastic cards. *Economics / Banking*. 2010. P. 120.
3. Rezhim dostupa: <http://www.wellsfargo.com/credit-cards>, svobodnyy. Zagl. s ekrana. Yaz. rus.
4. *Finansy*: ucheb. pos.; pod red. N.Ye. Gavrilina, Ye.V. Chudakova. Astrakhan: Izdatel Sorokin Roman Vasilevich, 2014. 132 p.
5. Gavrilina N.Ye. Novaya model ekonomicheskogo razvitiya Rossii v ramkakh Yedinogo ekonomicheskogo prostranstva. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kultura*. 2014, no. 1, pp. 108–112.