

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Збірник матеріалів
II Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Суми, 23 листопада 2017 року)



Суми
Сумський державний університет
2017

досвід та перспективи для України / Л. О. Ковриженко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – № 2. – Т. 1. – С. 126-128. – Серія „Економічні науки”

3. Мінфін оцінив докапіталізацію „Приватбанку” в 148 мільярдів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/news/2016/12/19/615020/>

4. Напрямки та принципи розвитку державних банків до 2025 року: Стратегічні рекомендації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eim.g.pravda.com/files/2/1/216feaf-c-----pdf>

5. UNCTAD (2013). Trade and Development Report, 2013. Adjusting to the Changing Dynamics of the World Economy, United Nations publication, Sales No. E.13.II.D.3, New York and Geneva.

УДК 336.71

Кривич Яна Миколаївна,

к.е.н., доцент,

Протиняк Т.О.,

магістрант,

Сумський державний університет, м. Суми

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ СУЧАСНИХ CALL-ЦЕНТРІВ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Як показує практика, в момент піку розвитку фінансової установи, більшість банків мають змогу інвестувати кошти в різні інновації та розширення діяльності на ринку. Проте, в момент економічної кризи, коли стабільність ринку функціонально порушена – менеджмент установи має можливість використовувати лише ті інструменти та практики [1], які допомагають

утримати клієнта і не витрачають додаткових витрат на розробку та впровадження.

Одним із таких давно відомих та широко застосовуваних засобів клієнтоорієтованої політики банку є call-центр – організована система по прийому викликів від клієнтів, що направлена на вирішення нагальних питань та задоволення потреб, які стосуються банківських продуктів установи, за допомогою використання програмних комплексів та консультації кваліфікованих співробітників.

Основними складовими call – центру можуть бути: роботизоване IVR-меню, гаряча лінія з різними функціональними напрямками, NPS – опитування, call-back меню, чат-онлайн, електронна пошта. В залежності від виду продуктів чи послуг, клієнтської бази та фінансових можливостей установи, правління банку приймає рішення про використання тих, чи інших елементів або їх комплексне поєднання[3].

В Україні за обсягом представлених call-центрів банки займають 3-тє місце на ринку. Більше 30 установ мають власну гарячу лінію, яка є найтипівішим видом call-центру, тому що є простішим за інші у впровадженні.

Call-центри вітчизняних банків можна поділити на групи за різними ознаками. За графіком роботи їх можна поділити наступним чином:

1. Перша група call-центрів складається з 9 представників банківських установ (серед них: ПриватБанк, Ощадбанк, ОТП Банк, Сбербанк, Таскомбанк), що мають цілодобовий графік підтримки 24/7. Ви можете зателефонувати на гарячу лінію і отримати будь-яку консультацію по банківським продуктам: як загальну, так і з конкретного питання.

2. Друга група характеризується частково цілодобовим графіком роботи. Отримати консультацію

згідно вашої карти ви можете як і в нічний час, так і в робочий. Якщо вас цікавлять інші питання, наприклад, перекази, загальні питання по банку, робота додатку чи сайту, необхідно звертатись з 8:00 до 18:00. Сюди входять: Райффайзен банк Аваль, Credit Agricole, Укресімбанк, Укрсіббанк.

3. Третя група call-центрів є найбільшою і включає в себе банки, які мають долю ринку менше 1%, або займають конкретний сегмент ринку, наприклад банк Центр, що орієнтований на роботу виключно з фінансовими інститутами чи юридичними особами або банк Січ, який також має вузьку спеціалізацію. Такі банки надають підтримку з загальних питань не клієнтів в робочий час банку. Якщо ви клієнт і у вас є питання з приводу операції банку або карти – ви можете цілодобово звернутись за підтримкою.

Основними завданнями call - центру є: покращення якості клієнтського обслуговування та якості обслуговування регіональних підрозділів та місць, які територіально є віддаленими; збільшення продажів банку шляхом періодичного контакту з кожним клієнтом; зменшення навантаження на відділення банку; зменшення черги в відділеннях.

Чітка залежність між динамікою зростання кількості call-центрів і зменшенні кількості відділень банків в Україні простежується протягом останніх 3 років, коли почався різкий вибух збільшення їх кількості [3].

За статистикою кожне закрите відділення банку надає робоче місце 2-ом операторам в call-центрі, чим зменшує обсяги витрат на утримання персоналу і обслуговування самого приміщення. Більшість банків намагаються перевести чисельну кількість операцій в он-лайн, відкриваються нові канали самообслуговування. Відділення на сьогоднішній день слугують для надання

базових послуг, які немає змоги виконати маючи ПК (або смартфон) та доступ до мережі Інтернет: видача пластикових карток, реєстрація нового клієнта та ін.

Станом на 01.01.2017 рік банки займають 10% від всього ринку послуг call-центрів. Така зацікавленість пояснюється низькою вартістю «оренди» оператора та низькою вартістю одного дзвінка [4].

В середньому територіальне відділення з чисельність міста до 100 тисяч в день може відкрити 20 карток, зробити 52 комунальні платежі, виконати 17 переказів та надати консультацію 18 особам. Один оператор за 12 робочий годинний день може виконати більшу в 2 рази суму альтернативних операцій (окрім оформлення / перевипуску карт) : проконсультувати клієнта, як самостійно виконати переказ, допомогти провести платіж за допомогою мобільного банкінга або інших каналів самообслуговування, проконсультувати та ін. При цьому, вартість одного дзвінка на гарячу лінію, в середньому складає 0,7 гривень, оплата дзвінка оператору складає від 1,20 – 2,80. В день оператор може виконати 120 – 180 дзвінків. Отже, за один рік банки зберігають від 20 – 70 млн грн на утримання відділення, використовуючи послуги call-центру.

Проте, якщо поглянути на ситуацію в глобальному вимірі, то в порівнянні з світовим ринком, потенціал росту call-центрів в США більше, ніж в Україні в 22 рази [4]. На 1 млн населення в Америці припадає 10 930 операторів (в Україні – 500). Якщо використовувати досвід світових лідерів на практиці українських банків, можна отримати не лише економію, а й додатковий дохід в розмірі 10 – 20 млн грн, тільки на комісійних від операцій в он-лайн режимі, за допомогою безготівкового обігу. Для операції буде достатньо мати реквізити карти при зверненні на гарячу лінії та грошові кошти на ній.

Єдиною проблемою при реалізації даної практики є недостатня обізнаність населення та фінансова грамотність пересічних громадян. За результатами досліджень, лише через 3 роки кожен 10 українець зможе самостійно виконати банківську операцію самостійно, без допомоги спеціаліста.

Попри всі особливості та позитивний вплив від діяльності call-центру на імідж банку є певні недоліки call-центрів: відсутність централізованого нагляду за окремими складовими механізму надання підтримки; людський фактор при обслуговуванні клієнтів; різна кваліфікаційна підготовка співробітників; технічні ризики при обслуговуванні тих чи інших каналів; витрати на утримання call-центру не завжди приносять очікуваних результатів.

Тому робота call-центру повинна забезпечувати не лише позитивне враження клієнта про банк, але і задавати гранично широкі рамки цієї співпраці за рахунок правильної ідентифікації всього комплексу проблем клієнта, пропонувати йому розв'язувати ці проблеми за допомогою користування послугами і надання рекомендацій супутніх послуг, що забезпечують додаткові зручності обслуговування. Такий стан можливо досягнути лише при організації діяльності повноцінної клієнтської служби.

Список використаних джерел

1. Бердина Е. С. Основні положення й елементи клієнтоорієнтованої стратегії банку // Фінанси та кредит. – 2007. – № 15. – С. 13–16.
2. Семенча І. Є. Сучасний стан формування клієнтських служб в банках України: проблеми та перспективи розвитку // Вісник КНЕУ ім. В. Гетьмана. . - 2014. - №2. С. 15-20.

3. Пасічник І. В. Трансформація каналів продажу банківських послуг у контексті забезпечення конкурентоспроможності банків // Вісник НБУ. – 2014.- №10. С. 28-33.

4. Рынок контактных центров Украины // Исследование Всеукраинской ассоциации контактных центров Украины. – №17. -2015. С.10-13.

УДК 336.71

Кривич Яна Миколаївна,

к.е.н., доцент,

Цирулик Сергій Вадимович,

магістрант,

Сумський державний університет, м. Суми

FINTECH ІННОВАЦІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА БАНКИ І БАНКІВСЬКУ СИСТЕМУ

Цифровізація економіки та дезінтермедіація з боку небанківських провайдерів послуг, зокрема, не тільки фінансово-кредитних установ, але й високотехнологічних компаній та стартапів призвели до того, що традиційні підходи до надання банківських послуг вже не відповідають потребам ринку та вимогам підвищення ефективності і прибутковості банківського бізнесу. В результаті таких тенденцій для того щоб залишитися на ринку та зберегти свої конкурентні позиції, банки змушені впроваджувати FinTech (Financial technology) розробки і приймати інноваційні рішення, тому все більшої популярності набирає концепція «FinTech».

FinTech – це технологічно підтримувані фінансові інновації, які можуть призвести до появи нових бізнес-моделей, програм, процесів або продуктів, що роблять