

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКТОВ И БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ОАО «ПАРИТЕТБАНК»

О. В. Машевская¹⁾, М. Н. Хохолко²⁾

¹⁾ кандидат экономических наук, доцент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: omachevskay@gmail.com

²⁾ студентка 4 курса, Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: miropihoholko@gmail.com

В статье рассмотрена динамика оборота по карточкам «VISA» по кварталам на примере ОАО «Паритетбанк», проведен анализ эмитированных банковских карт, рассмотрено развитие технической инфраструктуры по обслуживанию держателей пластиковых карт.

Ключевые слова: дистанционное банковское обслуживание; реализация банковских услуг; техническая инфраструктура; банковские пластиковые карты.

DISTRIBUTION OF PRODUCTS AND BANKING SERVICES ON THE EXAMPLE OF JSC «PARITETBANK»

O. V. Mashevskaya¹⁾, M. N. Khokholko²⁾

¹⁾ PhD of Economic, Associate Professor, Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus, e-mail: omachevskay@gmail.com

²⁾ 4th year Student, Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus, e-mail: miropihoholko@gmail.com

The article considers the dynamics of turnover on VISA cards by quarters using the example of «Paritetbank» OJSC, analyzes issued bank cards, and considers the development of a technical infrastructure for servicing plastic card holders.

Keywords: remote banking service; implementation banking services; technical infrastructure; bank plastic cards.

Актуальность исследуемой проблемы заключается в том, что стремительный рост цифровизации и внедрение информационных технологий оказали значительное влияние на общую оценку привлекательности банков. Развитие технологического процесса позволило банкам ускорить обработку документов и проведение кассовых операций, что привело к повышению эффективности и производительности. Кроме того, цифровизация расширила клиентскую базу, поскольку доступ к банковским услугам стал более удобным и доступным по средствам интернет.

Интернет позволил банкам установить связь в режиме реального времени между собой и своими клиентами, предоставляя более персонализированные услуги, учитывающие индивидуальные потребности, предпочтения и склонность к риску каждого клиента. В результате банки получили возможность устанавливать более глубокие отношения со своими клиентами, понимать их потребности и предлагать индивидуальные решения с учетом их уникальных обстоятельств.

Кроме того, развитие цифровых технологий значительно сократило расстояние между банками и их клиентами. Это привело к увеличению количества и качества доступных банковских услуг, сделав возможным предоставление банковских услуг даже в отдаленных районах.

Распространение банковских услуг среди клиентов имеет большое значение для успеха банка, и банки должны убедиться, что их каналы предоставления услуг удобны, доступны и отражают меняющиеся предпочтения клиентов. Это может включать в себя сочетание традиционных отделений банка и новых цифровых каналов, чтобы предоставить клиентам широкий выбор вариантов.

«Дистанционным банковским обслуживанием принято называть оказание банковских услуг (предоставление банковских продуктов) на расстоянии, без посещения клиентами офиса банка, без непосредственного контакта с сотрудниками банка - из дома, офиса, автомобиля и т. д. Такой вид обслуживания позволяет клиенту самостоятельно иметь постоянный доступ к собственным счетам, осуществлять полный контроль и выполнение банковских операций, проводить безналичные платежи [1, с. 24]».

Распределение товаров и услуг среди потребителей банковских услуг (клиентов) является одним из важнейших элементов комплекса маркетинга в политике ОАО «Паритетбанк».

По данным ОАО «Паритетбанк», клиенты банка все более активно используют карты Visa для оплаты товаров и услуг: в 2022 г. по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. отмечается рост общего объема оборотов, который составил 19 %. При этом рост объема оборотов в торговой сети проходил более активно и составил 26 %.

Динамика оборота по карточкам «VISA» по кварталам в ОАО «Паритетбанк» представлена на рис. 1.

Анализируя итоги работы на начало анализируемого периода, т.е. за 2020 г, необходимо отметить, что за данный период отмечалась позитивная динамика развития бизнеса Visa в Беларуси. По состоянию на 1 января 2022 года общее количество эмитированных ОАО «Паритетбанк» банковских пластиковых карточек составило 4,8 млн шт. Из них: в си-

системе «MasterCard» – 0,8 млн шт., в системе «VISA» – 1,3 млн шт., в системе «БелКарт» – 2,7 млн шт. (рис. 2).

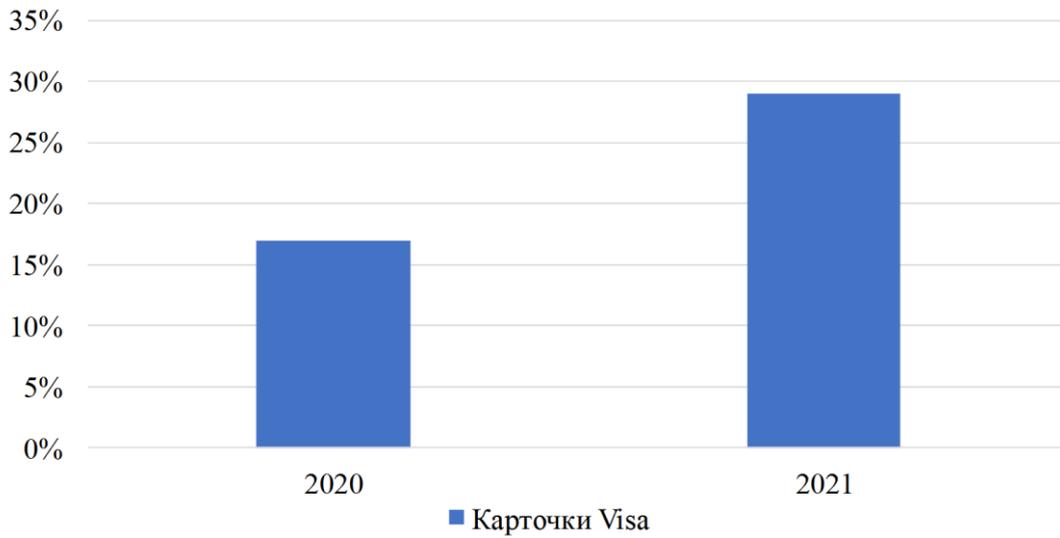


Рис. 1. Динамика оборота по карточкам «VISA» по кварталам ОАО «Паритетбанк»
Источник: собственная разработка по данным банка.

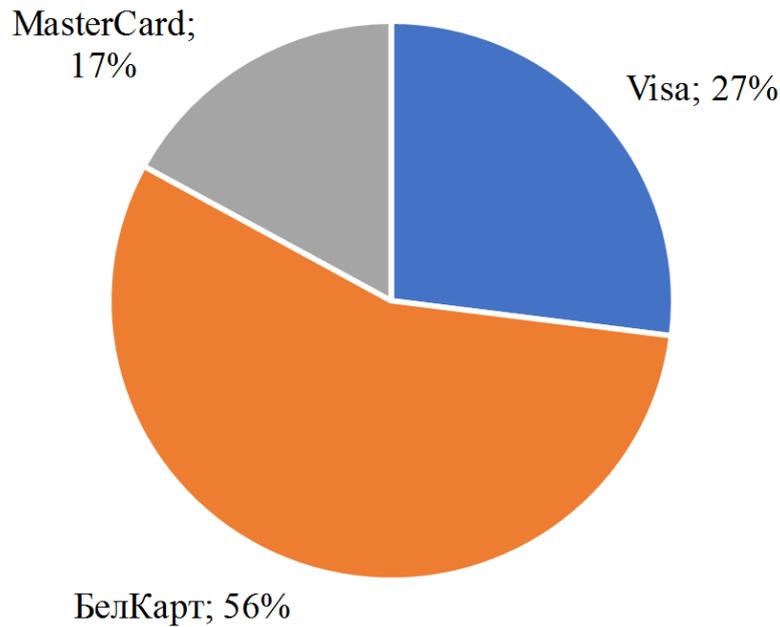


Рис. 2. Анализ эмитированных ОАО «Паритетбанк» банковских пластиковых карточек

Источник: собственная разработка по данным банка.

Развитие технической инфраструктуры по обслуживанию держателей пластиковых карточек за 2022 год:

- установлено 56 банкоматов;

- установлено 197 инфокиосков;
- организовано 42 пункта выдачи наличных;
- организовано 165 пунктов приема коммунальных платежей (ППКП).

Организовано 5647 новых рабочих мест по обслуживанию держателей пластиковых карточек в организациях торговли и сервиса (ОТС). Так, по состоянию на 01.01.2023 г.; 14315 ОТС принимают к обслуживанию пластиковые карточки, общее количество рабочих мест по приему пластиковых карточек составляет 22 699.

На территории Республики Беларусь в сети ОАО «Паритетбанк» функционируют 597 банкоматов, 919 инфокиосков, 9,4 тыс. электронных терминалов на предприятиях торговли и сервиса, 913 пунктов выдачи наличных, 914 пунктов приема коммунальных платежей.

Доля безналичных операций по пластиковым картам ОАО «Паритетбанк» в общем объеме расходных операций с использованием пластиковых карт в сети банка за 2022 г составила 18,77 % при 17,62 % за 2021 г.

По результатам представленных данных, мы считаем, что для достижения наибольшего коммуникационного эффекта ОАО «Паритетбанк» необходимо использовать средства взаимодействия с клиентами в различных комбинациях. А действующая политика продвижения ОАО «Паритетбанк» будет оказывать на потребителей максимальное воздействие, когда отдельные инструменты будут дополнять друг друга.

ОАО «Паритетбанк» стремится качественно улучшить уровень обслуживания своих клиентов и предоставить возможность потребителям свободно отслеживать и оценивать качество предоставляемого сервиса. Главная задача банка – максимальная клиентоориентированность.

В общем виде для реализации банковских услуг мы считаем, что банк должен и дальше развивать следующие каналы:

1. Собственные каналы сбыта – основная форма сбыта:

- головное отделение банка;
- стационарные и передвижные отделения банка, филиалы;
- сбыт с использованием автоматизированных стоек и автоматов.

Ввиду специфики банковских услуг банки используют в основном прямой сбыт, при котором банк-продавец и покупатель банковских услуг вступают в непосредственный контакт друг с другом.

Для банков крайне важно иметь эффективные каналы связи со своими клиентами. Наличие различных каналов связи, таких как телефонные сети и электронная почта, может значительно повысить способность банка предоставлять качественное обслуживание клиентов.

Библиографические ссылки

1. *Тарасова Г. А.* Внедрение нового банковского продукта через дистанционное банковское обслуживание // *Промышленно-торговое право.* 2020. № 1. С. 24–27.
2. *Машевская О. В.* Цифровая трансформация банковской сферы: цифровая валюта // *Экономическое развитие России: вызовы и возможности в меняющемся мире: материалы Международной научно-практической конференции / под редакцией профессора И. В. Шевченко; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Кубанский государственный университет.* Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2023. Т. 3. С. 265–270.