

УДК 336.6

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ БАНКОВ ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ:
ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ

В. Д. ЧЕРНОГАЛОВА

Научный руководитель А. С. ЗУБКОВ, канд. экон. наук, доц.
Белорусско-Российский университет
Могилев, Беларусь

В настоящее время совершать платежи и другие банковские операции в смартфоне могут не только физические, но и юридические лица. Использование приложений позволяет бизнес-клиентам делать платежи, формировать выписки, продавать валюту и совершать другие операции без привязки к рабочему месту, где находится компьютер с определенным программным обеспечением и флешкой с электронной цифровой подписью (ЭЦП).

В ряде банков для полноценного использования приложения потребуется SIM-карта с установленным криптоключом (SimID). Если такой карты нет – доступен только просмотр остатков, возможность совершать платежи и формировать выписки не предусматривается. Помимо этого, приложение позволяет значительно упростить механизм авторизации – бизнес-клиенты так же, как и физические лица, могут входить в мобильный банк с помощью биометрии, а также коротких ПИН-кодов.

Основные функциональные возможности мобильных приложений для юридических лиц: информация о состоянии счетов, совершение платежей, перевод зарплаты сотрудникам, купля/продажа валюты, формирование выписки, выставление требований, создание заявлений на акцепт.

Кроме этого, большинство приложений белорусских банков позволяют клиентам подключать услуги по информированию – СМС- и/или PUSH-уведомления. Еще одна важная функциональная возможность – подключать в один аккаунт несколько юридических лиц, что позволит осуществлять быстрый и удобный переход между ними.

Использование мобильных приложений дает банку следующие новые возможности.

1. Клиенты смогут пользоваться услугами банка существенно быстрее и из любой точки мира, без привязки к офису или терминалу.

2. Стимулирование продаж: банк получает возможность продавать больше банковских продуктов с помощью маркетинговых инструментов: PUSH-уведомлений, контекстных предложений и программ лояльности.

3. Аналитика пользователей: мобильное приложение собирает множество данных пользователя – от геолокации до времени сна.

4. Улучшение имиджа: компания, которая не использует современные каналы связи, кажется не развивающейся.

5. Сбор обратной связи: собирать обратную связь через приложение проще, чем через рассылки или звонки отдела работы с клиентами.