

12. *Лисянська О. О.* Деякі аспекти управління доходами і витратами банку / О. О. Лисянська // Збірник наукових праць «Проблеми і перспективи банківської системи України», Вип. 22. — Суми, УАБС НБУ, 2007. — С. 99—104.
13. *Мертенс А. В.* Ефективність банківської системи України / А. В. Мертенс, Дж. Урга // Банківська справа. — 1999. — № 6. — С. 29—36.
14. *Орлов А. И.* Эконометрика: Учеб. пособие для вузов / А. И. Орлов. — М.: Экзамен, 2004. — 576 с.
15. *Парасій-Вергуненко І. М.* Стратегічний аналіз у банках: теорія методологія і практика : [монографія] / І. М. Парасій-Вергуненко. — К.: КНЕУ, 2007. — 360 с.
16. *Пласкова Н. С.* Качественные характеристики и аналитические критерии оценки результативности бизнеса / Н. С. Пласкова // Аудит и финансовый анализ. — 2008. — № 2. — С. 285—293.
17. *Харченко В. Г.* Статистика: Учебник / Л. П. Харченко, В. Г. Ионин, В. В. Глинский и др.; под ред. В. Г. Ионина. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 445 с.
- Стаття надійшла до редакції 13.09.2012 р.*

УДК 336.77

**Т. М. Гордіца**, канд. екон. наук, доцент,  
докторант кафедри банківської справи,  
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

У статті розглянуто авторський концептуальний підхід щодо визначення категорії «банківське обслуговування фізичних осіб» в умовах впливу факторів інформаційно-мережевої економіки. Проаналізовано сучасні теоретичні напрями щодо функцій банків у контексті обслуговування клієнтів. Банківське обслуговування фізичних осіб досліджено на рівнях як процесу, так і результату.

В статье рассмотрен авторский концептуальный подход к определению категории «банковское обслуживание физических лиц» в условиях воздействия факторов информационно-сетевой экономики. Проведен анализ современных теоретических направлений относительно функций банков в контексте обслуживания клиентов. Банковское обслуживание физических лиц исследовано на уровнях, как процесса, так и результата.

The article deals with the author's conceptual approach to the category of «banking service of households» definition under the influence of information-netting economy factors. The modern theoretical tendencies have been analyzed regarding the banks functions in the context of customer's service. The banking service of households is identified in terms of both the process and the result.

**Ключові слова:** банківське обслуговування, клієнт, процес, результат, сервіс, теорії фінансового посередництва.

**Ключевые слова:** банковское обслуживание, клиент, процесс, результат, сервис, теории финансового посредничества.

**Key words:** banking, customer, process, result, service, theory of financial intermediation.

**Постановка проблеми.** В умовах інформаційної економіки будь-яке розширення банківської діяльності вимагає, в першу чергу, від нього покращення системи обслуговування, тобто впровадження більш оперативного, так званого мультіканального сервісу надання послуг, виконання операцій, пропонування та продажу продуктів. Упродовж цього, доречним є погляд Іванової О.В., яка в межах запропонованої стратегії вдосконалення інноваційної діяльності та інноваційного розвитку комерційних банків, пропонує розглядає банк як «сервісну» компанію [7, с. 10]. Проте, на наш погляд, сервіс може бути розглянутий лише як

певний інструмент, що надає можливість підвищити якість банківського обслуговування. В загальному, обслуговування чи сервіс банківських установ відносно задоволення потреб фізичних осіб виступає як категорія, що в першу чергу характеризує зростання питомої ваги їх послуг, операцій і продуктів у фінансово-кредитних відносинах, у другу — сприяє міжнародній інтеграції цієї діяльності під впливом глобалізаційних процесів. Власне, глобалізаційні процеси передбачають таку мережеву взаємодію інтегрованих ринків, як товарів і послуг, так і прав і компетенцій. Логічно, що це змінює відносини між продавцем і покупцем, у яких основою взаємодії виступає не лише капітал, але й мережі та інформація [4, с. 20]. Вірність такого підходу підтверджується тим, що протягом останніх десятиліть широко впроваджується інноваційно-технологічні способи пропонування банківських продуктів, послуг, операцій, особливо в ракурсі традиційного розрахунково-касового обслуговування для фізичних осіб із врахуванням індивідуальних фінансових і технологічних можливостей клієнта («home banking», «wap-banking», банкоматів із розширеними функціями, «internet banking» тощо). Отже, для успішної роботи, утримання й розширення клієнтської бази, банки повинні оперативнo реагувати не тільки на коливання фінансових ринків, а в певному ступені — на швидкозмінні потреби наявної та потенційної клієнттури, вагомим сегментом якої виступають фізичні особи. Таким чином, така категорія, як «банківське обслуговування фізичних осіб» потребує всебічного дослідження в аспекті впливу умов інформаційно-мережевої економіки, є однією із проблематик сучасної теорії банківської справи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Банківське обслуговування фізичних осіб є предметом розгляду як ділової преси та публіцистики, так і комплексних наукових досліджень. Зокрема, окремі аспекти впровадження інноваційної діяльності системи банківського обслуговування в сучасних умовах відображено в роботах Антонова К.А. [1], Боднара А.Ю. [2], Васильєва А.В., Герасимової Є.Б., Тишиної Л.С. [3], Іванової О.В. [7], Кривич Я.М. [9], а останнім дослідженням пріоритетних напрямків обслуговування фізичних осіб комерційними банками присвячені наукові праці Гончарука О.С. [5], Старенкова М.Ю. [10]. Проте, незважаючи на значну кількість наукових розробок у зазначеній галузі, категорія обслуговування фізичних осіб в умовах банківської «сервісализації» суспільства, яка є результатом впливу чинників інформаційно-мережевої економіки, розглянута фрагментарно. Отже, подальшого дослідження вимагає ряд питань, які стосуються, зокрема, забезпечення термінологічної узгодженості понять «банківське обслуговування» та «банківський сервіс», а також формалізації концептуальних засад системи банківського обслуговування фізичних осіб.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є розвиток науково-методичних засад щодо визначення категорії «банківське обслуговування фізичних осіб».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Згідно із Законом України «Про банки та банківську діяльність», банківська діяльність розглядається як «залучення у вклади грошових коштів фізичних і юридичних осіб і розміщення зазначених коштів від свого імені, на власних умовах і на власний ризик, відкриття, ведення банківських рахунків фізичних та юридичних осіб» [6]. Таке тлумачення потребує у врахування того, що і специфіка банківського ринку, як і специфіка ринку споживчих товарів, а також як і специфіка фінансового ринку, простежується через механізм попиту та пропозиції, в нашому випадку попиту клієнтів і пропозиції фінансово-кредитних інститутів. Логічно, що попит на банківські продукти, послуги, операції буде формуватися виходячи із потреб клієнтів (у нашому дослідженні фізичних осіб), які формують його фінансову поведінку представлену у трьох рівнях: споживчому, ощадному та сервісному напрямках. Отже, потреби клієнтів можна згрупувати у три основні категорії: 1) потреби у споживанні матеріальних цінностей (як грошових коштів, так товарів, які можна придбати за рахунок грошових коштів); 2) потреби у заощадженні грошових коштів з метою збереження та/або примноження; 3) потреби у забезпеченні якісного обігу грошових коштів. Тоді, ви-

значення категорії «банківське обслуговування фізичних осіб» (чіткий підхід до якої, при наймі, відсутній у банківській літературі), можна подати у наступному вигляді: «банківське обслуговування фізичних осіб — це банківська діяльність, що забезпечує високий рівень пропозиції банківських послуг, операцій, продуктів для задоволення клієнтського попиту домашніх господарств у заощаджувальних, споживчих потребах і потребах, пов'язаних із обігом грошових коштів, кінцевою метою якої є отримання прибутку».

У більшості джерелах із питань банківської справи, особливо зарубіжних, завжди присутній аналог визначення дефініції «банківське обслуговування» як «банківський сервіс». Обґрунтуємо це твердження з двох напрямків.

З одного боку, обслуговування населення в перекладі з англійської мови означає «сервіс». Отже, така діяльність, яка спрямована на задоволення потреб будь-кого, називається сервісом. Така категорія, як «банківський сервіс» на ринку інформаційно-сервісного обслуговування населення, більш є доцільною в сьогоденні, тому що передбачає: по-перше, використання інформаційного ресурсу, а саме: бази даних клієнтів; бази даних документів за різноманітними операціями; сукупності мереж, що забезпечують можливість роботи з різними інформаційними об'єктами; по-друге, зворотний обмін інформацією із клієнтами за допомогою як персонального, так і інтерактивного зв'язку; по-третє, різноманітну обробку інформації в автоматичному режимі, так звану «сервісну підтримку» в наступній після продажу стадії. Доказом такого твердження є продаж продуктового ряду із можливостями онлайн-сервісних технологій, тобто визначеного набору послуг, продуктів, якими можна скористатися завдяки функціонуванню програмно-технічних комплексів самообслуговування (банкоматів, терміналів, кіосків самообслуговування тощо) та інших засобів Е-банкінгу. Проте, дані продукти, зрозуміло, не можуть охопити всі види банківського обслуговування, і здебільшого містять найпростіші операції, які підкріплені наданням оперативної інформації. Крім цього, можна навести приклад використання так званого розширеного сервісу у вигляді персонального підходу, що стосується обслуговування фізичних осіб за програмами «*privat banking*», тощо.

З іншого боку, доречним є підхід щодо врахування відмінностей, які спроможні розрізнити дефініцію «обслуговування клієнтів» у таких ракурсах, як: «банківський сервіс» і «банківське обслуговування». Це обґрунтовує логіку розмежування таких понять: процес і результат. Щодо процесу, зрозуміло, до нього належить якість та ефективність банківського сервісу, щодо результату, відповідно, — якість та ефективність банківського обслуговування, яке передбачає реалізацію банківського продукту, надання банківської послуги, проведення банківської операції. Саме, з точки зору клієнта, під час дії банківського процесу («банківського сервісу») він отримує набір певних цінностей, у тому числі задоволення від споживчих характеристик та якості банківських продуктів, операцій, послуг. Проте, кінцевим етапом його відносин із банківською установою є отримання певної матеріальної вигоди від отриманого набору запропонованих банківських продуктів і технологій, тобто від загального банківського обслуговування, що постає у вигляді комплексу цих сервісів, а це і є результатом проведеного процесу (рис. 1).

Таким чином, завдяки набору таких сервісів, потрібно розрізнити: чи банк надає традиційне банківське обслуговування, чи комплексне банківське обслуговування, чи взагалі належить до системи фінансового супермаркету.

Враховуючи вищенаведене, проаналізуємо взаємозв'язок елементів системи: «клієнт» — «сервіс» — «банківське обслуговування» за трирівневим підходом щодо задоволення потреб клієнтів:

- 1) «банківське обслуговування» та «клієнт»;
- 2) «банківське обслуговування» та «сервіс»;
- 3) «клієнт» та «сервіс».

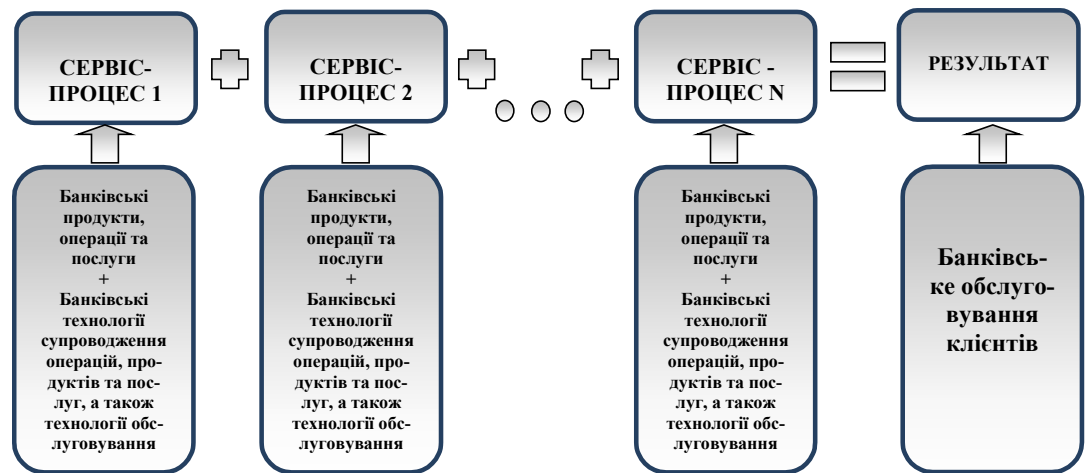


Рис. 1. Формула банківського обслуговування клієнтів

(розроблено автором)

Для першого (найвищого) рівня характерно, що і клієнт, і банк очікують певні результати від взаємодії ланцюга «банківське обслуговування — клієнт». Відповідно до своїх потреб, мета клієнта постає у тому, що очікувані характеристики банківського продукту (послуги, операції) мають співпасти із реальним їх споживанням, при чому обов'язково повинно бути визначено певний рівень безпеки, тобто прийнятний для фізичної особи ризик. З іншого погляду, мета для банку, постає як пропозиція банківських продуктів, послуг та операцій, з прийнятним також для себе ризиком, що задовольняє потреби клієнтів і приносить запланований прибуток. Отже, цей рівень задоволення попиту пропозицією є рівнем результату. Для другого (середнього) рівня — «банківське обслуговування — сервіс» — притаманне задоволення сервісних потреб банку. Для банку сприйняття сучасного сервісу полягає в таких характеристиках, як: рівень автоматизації; застосування інноваційних технологій; оперативність налагодження та усунення недоліків (збоїв); рівень власних розробок чи залежність від інших комунікаційно-технологічних організацій; наявність комплексних систем; безпека (уникнення можливості втручання ззовні); гнучкість автоматизованої системи; наявність безпаперового супроводження операцій. Тобто, це рівень попиту, який виникає у процесі банківської діяльності. Для третього (найнижчого) рівня — «клієнт — сервіс» — головним для клієнта є те, щоб функціональні характеристики продуктового ряду задовольняли попит у сервісному обслуговуванні, що, в свою чергу, містить таке поняття, як «якісне обслуговування», а саме: доступність (належність розгалуженої мережі); інформаційна та консультаційна підтримка; оперативність проведення операцій; системність; функціональна наповненість комплексного пакету продуктів і послуг; безпека надання послуг і продуктів; цінова політика; наявність програм лояльності. Таким чином, «сервіс» — очікуване задоволення потреби у якісному банківському обслуговуванні, яке містить не тільки функціонально-технологічні характеристики, але й організаційний підхід. Щодо точки зору банку, то це рівень пропозиції, який він пропонує в процесі банківської діяльності. Отже, на наш погляд, *банківське сервісне обслуговування* можна охарактеризувати як діяльність із зменшення тривалості обслуговування, оперативності прийняття рішень, послідовності виконання операцій, зручності форми надання продуктів і послуг (особисте відвідування банку та/або використання ДБО), якості продуктового ряду, відсутності прихованої інформації та дотримання фінансової безпеки в загальному.

Таким чином, «банківський сервіс», який передбачає конкретну діяльність з супроводження розробленого продуктового ряду, в контексті безпосереднього надання конкретної послуги, продажу конкретного продукту, здійснення конкретної операції, є поняттям вужчим, ніж «банківське обслуговування», яке передбачає всю

систему заходів, що забезпечує сервіс всіх видів послуг, продуктів, операцій і є результатом попередньо виконаного процесу, або їх сукупності.

Взаємозв'язок виробництва банківського продуктового ряду з його подальшим споживанням супроводжується різноманітними банківськими сервісами (технологічним, масовим, індивідуальним, інноваційним тощо). По-перше, сучасний розвиток банківських сервісів характеризується потужним використанням різноманітного маркетингового інструментарію, що спрямований на впровадження так званої клієнтоорієнтованої стратегії; по-друге, такий підхід передбачає те, що виробництво конкретного банківського продукту націлене на конкретного споживача; по-третє, обов'язково існує залежність споживання банківських продуктів, послуг та операцій від виробництва, особливо це стосується стандартизованих масових продуктів, послуг, операцій; по-четверте, точкою перетину клієнтського попиту із можливостями банку є знаходження певної узгодженості, яка призводить цей процес у дію, тобто клієнтський попит задовольняється банківською пропозицією через сервісні технології, а це вже константує безперервність відтворювального процесу. Доречним є підхід Старенкова М.Ю., в якому «клієнтоорієнтована банківська послуга» розглядається як послуга, яку потрібно тлумачити, з одного боку, «як процес, що спрямований на формування і задоволення потреб клієнта в інноваційних банківських інструментах і технологіях», а з іншого, — «як результат взаємовідносин банку з клієнтами, який характеризується ступенем залучення клієнтів до прийняття банком організаційно-економічних рішень, а також ступенем їхньої задоволеності і лояльності» [10, с. 10]. Така позиція розглядає клієнта не як масового споживача, а в певному змісті як унікального контрагента, який максимально може бути залученим у розробку продукту. Відповідно цей продукт наділений максимально можливими ключовими характеристиками, які в подальшому будуть задовольняти споживчу потребу. Тобто, в період розробки продуктової лінії, в першу чергу, потрібно враховувати максимально можливі індивідуальні споживчі цінності, якими цей продуктове ряд буде наділений, тоді подальша співпраця із банком, як сервісною організацією, буде характеризуватися вже не як процес надання, а як певний результат. Якість сервісу — за природою не матеріальна складова, проте вона є основним фактором, що впливає на матеріальну складову цього процесу — тобто, на споживання певного банківського продукту, послуги, операції з метою отримання матеріального зиску у вигляді збільшення грошових та інших ресурсів, як клієнта, так і банка. Враховуючи дані припущення, можна навести наступний тривірневий концептуальний підхід про значення банку для фізичних осіб у сучасній інформаційно-мережевій економіці (рис. 2).



Рис. 2. Концептуальний підхід про значення банку для фізичних осіб у сучасній інформаційно-мережевій економіці

(розроблено автором)

Якщо такий підхід (див. рис. 2) порівняти із двома основними трактуваннями макроекономічної теорії щодо основної функції банків, то концепція розгляду банку, як «виробничої» системи — чітке дотримання емісійної функції, тобто створення платіжних засобів (коштів, фінансових інструментів). Якщо розглядати, другу позицію — банки, як «сервісна компанія», ми бачимо чітку відповідність її теорії посередництва або перерозподілу. В цьому ракурсі, банки — це посередники в обслуговуванні процесу «заощадження-інвестиції». Доречним буде використання інституціонального підходу Коррігана Е. про існування банків, як особливої організації, сутність функціонування яких полягає в наступному: 1) вони забезпечують угоди своїми послугами і проводять адміністрування платіжної системи; 2) вони забезпечують резервні накопичення, чим підтримують ліквідність в економіці; 3) вони є носіями грошової політики [13]. Проте, як що ще до першої половини минулого століття функція банків полягала у проведенні посередницьких функцій фінансової системи в цілому шляхом прийому вкладів і видачі кредитів, то на сьогодні, завдяки бурхливому розвитку фінансової системи, банки починають втрачати монополію на банківські послуги для фізичних осіб (грошові перекази, споживчі кредити, депозити тощо). На думку російських учених А.В. Васильєва, Є.Б. Герасимової та Л.С. Тишиної, в ХХІ столітті завдяки системі Інтернету, банки втратять свою переважну роль в обслуговуванні клієнтів через те, що клієнти напряму, вже без посередників будуть особисто проводити фінансові операції на провідних біржах, що на даний час є одним із видів банківської діяльності [3, с. 32]. Саме, з теоретичної точки зору, теореми Модильяні—Міллера показують, що фінансова структура, в якій банкам відведена провідна роль, втрачає своє значення для фізичних осіб, так як домогосподарство може, як створювати, так і змінювати свої депозитні і кредитні портфелі самостійно в будь-якій ніші, яка вже зайнята посередником, і таким чином, інститут посередництва вже не спроможний створювати матеріальні цінності. Крім цього, в традиційній моделі Ерроу—Дебре розподіл ресурсів, як фірм, так і домашніх господарств, взаємодіє безпосередньо через ринки, тоді фінансові посередники в цій взаємодії не відіграють жодної ролі. Умова при даній ситуації має бути єдина — досконалість ринку, при якому розподіл ресурсів є ефективним по Парето, і таким чином, отримання прибутку для посередників стає просто не можливим [11, с. 2]. Впродовж цього, Левелін Д. у своїй «теорії банківської фірми» акцентує увагу власне на недосконалість ринків, виокремлюючи даний чинник із решти восьми, що пояснюють раціонально-економічне існування банків. Лише тільки в тому випадку, коли вкладники і інвестори будуть володіти такою інформацією, яка надасть можливість без певних ризиків і витрат укласти угоду одних з іншими, що свідчить про досконалість ринку, посередники втратять своє значення [14]. Крім того, доречним є те, що традиційні теорії посередництва в певному ступені засновані на розгляді так званих транзакційних витрат і впливу асиметричної інформації. Роль транзакційних витрат, на думку Франкліна А. та Сантомеро А., має сенс через те, що, по-перше — витрати з оцінки майна для посередників, на відміну від того, як би їх витрачали просто особи, не є конкретними, а мають загальний характер; по-друге — торговельні витрати посередниками можуть бути диверсифіковані набагато легше, ніж це зробив би звичайний споживач [11; 14]. Упродовж цього, фінансові інновації розширили спектр можливостей ринку капіталу, особливо це стало відчутно завдяки впровадженню банками технологічних та інформаційних ноу-хау, що створило ефект надання продуктів, операцій і послуг більш масштабним. Саме в контексті мінімізації транзакційних витрат доречним є підхід Касуа М. про застосування багатопрофільної теорії виробництва до банківського сектору, аргументом якої є те, що диверсифікація та впровадження якісно нових послуг банківського бізнесу, надасть у майбутньому ефект масштабу і підвищить прибутковість. Дана концепція заснована на теорії ефекту масштабу Панза Дж. і Віллінга Р., які ввели це поняття ще в 1975 році [12, с. 59]. Згідно концепції Касуа М., економія на транзакційних витратах виникає тоді, коли фактор виробництва, що стосується виробництва даного продукту використовується у вироб-

ництві іншого продукту без додаткових витрат. У випадку, якщо присутні технологічні та інформаційні ноу-хау, які банки виробляють для внутрішнього споживання, дані продукти можуть бути використані й іншими учасниками ринку за певну плату, що в певній мірі здешевлює витрати виробництва і надає знов ж таки банкам ознаки функціональної унікальності в цьому напрямку бізнесу. Такий підхід дозволяє відокремити ще один чинник порівняльної переваги банків у наданні фінансових послуг — масштабність впровадження інновацій. З іншого боку, мінімізацію дії асиметричної інформації за концепцією Діамонда Д. вирішує власне фінансове посередництво банків. Доказом цього є те, що банки відіграють роль делегованого моніторингу для вирішення питань між позичальником і кредитором [11, с. 3]. Через дію асиметричності інформації, виникнення морального ризику позичальника може проявитися вже після того, як підписаний кредитний договір, і кредитор не буде в повній мірі обізнаний про реальний стимул позичальника, який може змінити свою поведінку після того, як кредит був виданий. Таким чином, банк, як фінансовий посередник, у цілях мінімізації такого ризику проводить певну політику моніторингу та диверсифікації кредитного портфелю, через що ризики можуть бути або відсутні, або усунені, або активно керовані на рівні банку. Крім цього, той факт, що сек'юритизація стала в останні роки розповсюдженою, показує те, що асиметричність інформації просто втрачає своє значення для кредитів, які були сек'юритизовані. У цьому випадку, ризики передаються іншим учасникам цього процесу, що надає нам впевненість у виокремленні ще одного чинника щодо порівняльної переваги банків у наданні фінансових послуг — ефективно управління ризиками. Внаслідок того, що зміни на ринку фінансових послуг ще у 1970—80-х роках призвели до появи різноманітних видів фінансових інструментів у вигляді цінних паперів, та широке їх використання протягом останніх тридцяти років, докорінно змінили традиційні посередницькі функції банків. Таким чином, використання сек'юритизації кредитів змінило функції банківського кредитування, перетворивши банки в посередників з перепродажу більшої частини своїх активів. Упродовж цього, на думку О.В. Канаєва «найважливішою відмінністю банків від інших посередників є те, що в межах трансформації заощаджень в інвестиції банки здійснюють комбіновану діяльність по створенню кредиту (кредитних інструментів) і грошових коштів» [8, с. 14]. Отже, як залучення депозитних коштів, за рахунок яких надаються кредитні кошти «...самим «природним» чином для банків супроводжуються емісією кредитних грошей» [8, с. 15], так і трансформація кредитів через сек'юритизацію в цінні папери завдяки механізму повернення коштів, зрозуміло, супроводжуються емісією. Власне у цьому ракурсі виникає грошовий характер виконання функції банківського посередництва, а банки постають як унікальні грошово-кредитні посередники.

Таким чином, і грошова, і посередницька функції банків притаманні сучасному банківському обслуговуванню, яке постає у вигляді процесу об'єднання всіх сервісних функцій і функцій створення платіжних засобів, результатом виконання яких, в умовах інформаційно-мережевої економіки, є інноваційний підхід щодо побудови системи взаємовідносин між клієнтом і банком, де значення банку для клієнта постає у трьох взаємодоповнюючих основних ракурсах: як виробничої системи; як сервісної компанії; як системи банківського обслуговування.

**Висновки з проведеного дослідження.** Банківське обслуговування фізичних осіб — це банківська діяльність, що забезпечує високий рівень пропозиції банківських послуг, операцій, продуктів для задоволення клієнтського попиту домашніх господарств у заощаджувальних, споживчих потребах і потребах, пов'язаних із обігом грошових коштів, кінцевою метою якої є взаємне отримання прибутку.

«Банківський сервіс», який передбачає конкретну діяльність з супроводження розробленого продуктового ряду, в контексті безпосереднього надання конкретної послуги, продажу конкретного продукту, здійснення конкретної операції, поняття вужче, ніж «банківське обслуговування», яке передбачає всю систему заходів, що

забезпечує сервіс за всіма видами послуг, продуктів, операцій і є результатом попередньо виконаного процесу, або їх сукупності.

Банківське сервісне обслуговування — діяльність, що забезпечує: зменшення тривалості обслуговування; оперативність прийняття рішень; послідовність виконання операцій; зручність форм надання продуктів і послуг; якість продуктового ряду; відсутність прихованої інформації та дотримання фінансової безпеки в загальному.

Дослідження показало, що грошова і посередницька функції банків притаманні сучасному банківському обслуговуванню, яке постає у вигляді процесу об'єднання всіх сервісних функцій і функцій створення платіжних засобів, результатом виконання яких в умовах інформаційно-мережевої економіки є інноваційний підхід щодо побудови системи взаємовідносин між клієнтом і банком, де значення банку для клієнта постає у трьох взаємодоповнюючих основних ракурсах: як виробничої системи; як сервісної компанії; як системи банківського обслуговування.

### Література

1. Антонов К. А. Развитие инновационных систем банковского обслуживания и оценка эффективности их внедрения: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / К. А. Антонов. — М.: МЭСИ, 2012. — 28 с.
2. Боднар А. Ю. Информационно-сервисные инструменты обслуживания клиентов как основа обеспечения конкурентоустойчивости банков: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / А. Ю. Боднар. — Ростов-на-Дону: РГУПС, 2012. — 26 с.
3. Васильев А. В. Мониторинг качества банковских услуг: монография / А. В. Васильев, Е. Б. Герасимова, Л. С. Тишина. — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. — 112 с.
4. Гарин Н. С. Финансовый супермаркет как система обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг в условиях кризиса: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / Н. С. Гарин. — Ростов-на-Дону: ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2009. — 33 с.
5. Гончарук А. С. Институциональные аспекты развития сегмента розничных банковских услуг: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / А. С. Гончарук. — Владикавказ: ФГБОУ ВПО «Северо-Осетинский государственный университет им. К. Л. Хетагурова», 2012. — 30 с.
6. Закон України «Про банки і банківську діяльність» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/2121-14>
7. Иванова О. В. Банковские инновации и направления их развития в РФ: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / О. В. Иванова. — Краснодар: КГУ, 2011. — 24 с.
8. Канаев А. В. Стратегическое управление как инструмент обеспечения экономической безопасности национальной банковской системы (теоретико-методологические основы): автореф. дис. на соиск. учен. степ. докт. экон. наук / А. В. Канаев. — СПб: Санкт-Петербургский государственный университет, 2008. — 36 с.
9. Кривич Я. М. Управління інноваційним потенціалом банку: автореф. дис. на здобут. наук. ступ. канд. экон. наук / Я. М. Кривич. — Суми: ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України», 2010. — 24 с.
10. Старенков М. Ю. Компетентностные императивы клиенто-ориентированного развития сферы банковских услуг: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / М. Ю. Старенков. — Ростов-на-Дону: ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», 2012. — 29 с.
11. Franklin A., Santomero A. The theory of financial intermediation [Електронний ресурс] / A. Franklin, A. Santomero A. // Journal of Banking & Finance. — 1997. — Elsevier, vol. 21(11-12), December, p. 1461-1485. — Режим доступу: <http://www.fic.wharton.upenn.edu/fic/papers/96/9632.pdf>
12. Kasuya M. Economies of Scope: Theory and Application to Banking [Електронний ресурс] / M. Kasuya // J. Monetary and economic studies: economies of scope. — 1986. — October, p. 59-104. — Режим доступу: [www.imes.boj.or.jp/english/publication/mes/1986/me4-2-2.pdf](http://www.imes.boj.or.jp/english/publication/mes/1986/me4-2-2.pdf)
13. Kwan S. Financial Modernization and Banking Theories: Research Department Federal Reserve Bank of San Francisco [Електронний ресурс] / S. Kwan. // FRBSF Economic letter. — 2001. -Number 2001-37, December 21. — Режим доступу: <http://www.frbsf.org/publications/economics/letter/2001/el2001-37.pdf>



14. The Traditional Theory of Banking [Електронний ресурс]: 17 серпня 2012. — Режим доступу: <http://www.123helpme.com/traditional-theory-of-banking-view.asp?id=150048>.

Стаття надійшла до редакції 05.09.2012 р.

УДК 368

**А. Л. Баранов**, канд. екон. наук,  
докторант кафедри страхування,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»

## ЗАСТОСУВАННЯ ВМ ВІТЧИЗНЯНИМИ СТРАХОВИМИ КОМПАНІЯМИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розглянуто основну суть концепції вартісно-орієнтованого менеджменту та етапи її розвитку, досліджено можливість застосування цієї концепції вітчизняними страховиками з врахуванням специфіки розвитку страхового ринку України та охарактеризовано подальші перспективи розвитку.

Рассмотрена основная сущность концепции стоимостно-ориентированного менеджмента и этапы ее развития, исследована возможность применения этой концепции отечественными страховщиками с учетом специфики развития страхового рынка Украины и охарактеризованы последующие перспективы развития.

Basic essence of conception is considered value-based management and the stages of its development, investigational possibility of application of this conception by domestic insurers taking into account the specific of insurance market of Ukraine development and the subsequent prospects of development are described.

**Ключові слова:** Вартість, страхова компанія, страховий ринок, управління, ринкова капіталізація, транспарентність, вартісно-орієнтований менеджмент.

**Ключевые слова:** Стоимость, страховая компания, страховой рынок, управление, рыночная капитализация, транспарентность, стоимостно-ориентированный менеджмент.

**Key words:** Value, insurance company, insurance market, management, market capitalization, transparency, value-based management.

**Постановка проблеми.** Страховий ринок України в останні два десятиліття характеризується постійним зростанням. Збільшення стосується як кількісних, так і якісних показників. Такий стрімкий розвиток пояснюється низьким рівнем охоплення страхового поля. Фактично ринок розвивається на сучасному етапі екстенсивно. Проте, великі страхові компанії — лідери ринку все частіше мають справу з жорсткою конкурентною боротьбою на ринку, вичерпанням можливостей подальшого екстенсивного розвитку, удосконаленням державного нагляду за діяльністю страховиків. Вирішення цих та інших проблем спонукає вітчизняні страхові компанії до пошуку нових ідей подальшого розвитку бізнесу. Наявність великої кількості компаній з іноземними інвестиціями також сприяє застосуванню ними передових ідей управління бізнесом, які є поширеними на сучасному етапі на Заході.

Особливої популярності на Заході набула концепція управління компанією на основі вартісно-орієнтованого менеджменту (VBM). Хоча ця концепція зародилася у США і була покликана удосконалити систему правління великими корпораціями, поступово основні принципи цієї концепції починають використовувати підприємства різних країн, різних форм і різної величини.

В Україні ця концепція тільки починає розвиватися, особливо в таких секторах як банківський. Страховий сектор на сучасному етапі залишається осторонь світових тенденцій. Хоча багато положень та ідей концепції VBM були б корисними для вітчизняних страховиків, особливо це стосується нарощення капіталізації страхового ринку України.

© А. Л. Баранов, 2012