

Е. А. Гринько,

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита,

М. С. Беляева,

магистрант кафедры финансов и кредита,

Севастопольский национальный

технический университет

ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОМ БИЗНЕСЕ: ВЛИЯНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Под банковской инновацией понимаются доведенные до клиентов и принятые ими новые или кардинально измененные банковские продукты, новые банковские услуги или услуги более качественного уровня, предоставленные на основе инфокоммуникационных технологий, а также внедренные в банковский процесс организационные и информационные технологии, позволяющие банку напрямую или опосредованно получать экономический или социальный эффект [1].

Первым и одним из наиболее перспективных направлений банковских инноваций является Интернет-банкинг, современный уровень развития которого оказывает влияние на изменение структуры доходов банка. Делая ставку на развитие дистанционного банковского обслуживания (ДБО), ряд украинских банков в начале 2000-х годов внедрил технологию Интернет-банкинга. Наиболее прогрессивные банкисоздали уникальные комплексы программного обеспечения, которые на сегодня позволяют клиентам получить комфортное и полноценное обслуживание без посещения отделения банка.

Банки, активно предлагающие новые технологии и услуги, получают возможность не только более оперативно и качественно обслуживать клиентов, но также имеют конкурентные преимущества в продвижении банковских услуг в регионы с недостаточно развитой инфраструктурой банковского обслуживания [2].

Опыт зарубежных банков показывает, что стандартное банковское обслуживание предполагает быть именно дистанционным, а обслуживание клиента в отделении банка переходит в разряд персонального и, следовательно, более дорогого для клиента. Имеется в виду, что получение первоначальных банковских продуктов и услуг, таких как получение пластиковой карты, оформ-

ление кредита и т.д. безусловно проводится в отделении банка. А вот проведение всевозможных платежей должно осуществляться посредством Интернет-банкинга.

За последние несколько лет количество клиентов-физических лиц, которые используют систему дистанционного обслуживания счетов в Украине увеличилось в несколько раз (с 1,4 млн человек в 2007 г. до 14,9 млн человек в 2012 г.). Количество клиентов — субъектов хозяйствования, которые используют систему дистанционного обслуживания, увеличилось с 287 тысяч в 2007 году до 897 тысяч в 2012 году [2].

Обучая клиентов работе на удаленном доступе, банки получают следующие преимущества:

- уменьшение очередей в отделениях банка;
- доступ клиента сразу ко многим банковским и другим сопутствующим услугам без помощи менеджеров банка, и соответственно экономия времени самого клиента и работников банка;
- банк выступает в роли «финансового супермаркета», предлагая клиентам получить через интерфейс систем дистанционного обслуживания не только традиционные банковские услуги и продукты, но и широкий спектр дополнительных финансовых продуктов, таких как пополнение мобильных телефонов, покупка автобусных, авиа- и железнодорожных билетов, заказ гостиниц, формирование SMS-рассылки, оформление страховки и др. Таким образом, банк получает дополнительный комиссионный доход;
- клиент привыкает быть мобильнее и идти в ногу с мировыми банковскими тенденциями, что формирует его лояльное отношение к банку;
- клиенты, использующие каналы удаленного доступа к счету, склонны оставлять на своих банковских картах большие остатки средств для удобства расчетов, нежели клиенты, не обученные работе в системе ДБО. Таким образом увеличивается объем ресурсов банка;
- через каналы удаленного доступа банк информирует клиента о новых услугах и продуктах, проводит различные опросы;
- высвобожденное от обслуживания уже имеющихся клиентов время менеджеры банка направляют на привлечение новых клиентов.

Также важным аспектом, влияющим на структуру доходов банка, является тенденция к централизации проведения внутренних банковских операций, позволяющая существенно снизить себестоимость обработки отдельной транзакции. Сегодня менеджеру в

отделении банка нужно продавать услуги и продукты и обучать клиентов элементам самообслуживания посредством инфокоммуникационных технологий. А обработка отдельных операций производится непосредственно в головном офисе автоматически или специальным подразделением back-оффиса.

Безусловно для эффективной и удобной работы клиентов и сотрудников банка предлагаемые программные продукты должны быть современными, технологичными и обслуживаться сильной командой программистов.

Приучая клиентов работать в системах ДБО, банки получают комиссионный доход от проведения каждой операции. При этом себестоимость такой транзакции минимальна. Таким образом структура доходов банка изменяется в сторону увеличения доли комиссионных доходов.

Список літератури

1. *Кох Л. В.* Инновации в банковском бизнесе / Л. В. Кох, Е. Н. Смольянинова, В. С. Просалова. — СПб.: Изд-во Политех. ун-та, 2009. — 490 с.

2. Розвиток безготівкових роздрібних платежів і технологій самообслуговування клієнтів банків в Україні // Вісник Національного банку України. — 2013. — № 1. — С. 20—25.

УДК 364.22:331.5

К. О. Гродзієвська,

аспірант відділу форм і методів господарювання
в агропродовольчому комплексі,

ДУ «Інститут економіки та прогнозування» НАН України

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ

Ціновий механізм у ринковій економіці функціонує у відповідності з об'єктивними законами ринку, перш за все, з законом вартості, принципом вартісної еквівалентності. В основі цього механізму лежать вільні ринкові ціни, закономірно вони відхиляються від вартості внаслідок змін співвідношень попиту і пропозиції, а також інших, часто суперечливих факторів та умов процесу відтворення.