

УДК 336.7

Деречинський Ю.Н., к.е.н., доцент, завідуючий кафедрою
«Менеджмент організацій»

Токарева Г.В., магістрант спеціальності
«Менеджмент організацій»

Автомобільно-дорожній інститут

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ КОМЕРЦІЙНИМИ БАНКАМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У статті розглянуті особливості взаємодії комерційного банку з клієнтами, визначені ключові фактори, що зумовлюють трансформацію моделі їх взаємодії, побудована графічна модель взаємозв'язків між комерційним банком, споживачем банківських послуг та іншими фінансовими і нефінансовими установами.

Ключові слова: фінансова операція, послуга комерційного банку, дистанційне обслуговування, управління персональними фінансами, комерційний банк універсального типу.

Y. Derechinsky, A. Tokarieva

TRANSFORMATION MODEL OF UKRAINIAN COMMERCIAL BANK CUSTOMER SERVICE IN THE MODERN CONDITIONS

The article describes the features of interaction of a commercial bank with clients, identifies the key factors that contribute to the transformation of the interaction model, contains the graphical model, that describes relationship between commercial banks, consumers and other financial and nonfinancial institutions.

Keywords: financial transaction, service of commercial bank, remote maintenance, management of personal finances, commercial bank of the generic type.

Деречинский Ю.Н., Токарева А.В.

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛІ ОБСЛУЖИВАННЯ КЛІЄНТІВ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ УКРАЇНИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье рассмотрены особенности взаимодействия коммерческого банка с клиентами, определены ключевые факторы, обуславливающие трансформацию модели их взаимодействия, построена графическая модель взаимосвязей между коммерческим банком, потребителем банковских услуг и другими финансовыми и нефинансовыми учреждениями.

Ключевые слова: финансовая операция, услуга коммерческого банка, дистанционное обслуживание, управление персональными финансами, коммерческий банк универсального типа.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Сучасна українська економіка характеризується великими темпами розвитку фінансового ринку. Продуктом діяльності комерційного банку є послуга, якій притаманні певні особливості, серед яких найважливішими є невіддільність від постачальника та можливість оцінити якість послуги лише в момент користування нею. На ринку банківських послуг існує високий рівень конкуренції. Отже, банківська установа повинна відповідати найкращим вимогам, щоб максимально задовольнити споживача і, відповідно, залучити якомога більше клієнтів та максимізувати прибуток.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Останнім часом в Україні з'явився ряд робіт вітчизняних фахівців, в яких розглянуті

відносини на рівні «клієнт-банк» та проблеми підвищення конкурентоспроможності на ринку банківських послуг. Серед вітчизняних дослідників потрібно відзначити І.Г.Брітченка, Н.В. Бутенко, С.О. Корецьку, Г.П.Макарову, А.В.Нікітіна, І.О.Новікову, Л.Ф.Романенко, А.О.Старостіну. Проте серед існуючих робіт відсутні фундаментальні дослідження, присвячені детальному вивченню особливостей обслуговування клієнтів комерційного банку в сучасних умовах господарювання.

Цілі статті. Розгляд особливостей взаємодії комерційного банку з клієнтами, визначення ключових факторів, що зумовлюють трансформацію моделі їх взаємодії, побудова графічної моделі взаємозв'язків між комерційним банком, споживачем банківських послуг та іншими фінансовими і нефінансовими установами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відносини комерційного банку з клієнтами регламентуються Законом № 2121-III від 7 грудня 2000 року «Про банки та банківську діяльність» [1]. Зокрема ст.3 даного Закону містить перелік операцій та послуг, які можуть надавати банки. Найчастіше клієнти користуються послугами комерційного банку, як фінансового посередника (наприклад, оформлення кредиту) або як проміжної ланки у здійсненні певної операції (наприклад, клієнт знімає гроші через банкомат, а потім здійснює певні платежі). Такий тип відносин банку з клієнтами можна зобразити графічно (рис. 1).



Рис. 1 – Графічна модель взаємодії клієнта з банком та іншими фінансовими та нефінансовими організаціями

Для забезпечення ефективної конкурентної позиції у своїй галузі на довгостроковий період комерційному банку необхідне позиціонування на ринку послуг з точки зору сприйняття споживачів, а отже, підвищення споживчої цінності послуг [2]. Комерційні банки України вже рухаються в даному напрямку, в зв'язку з чим у сфері фінансових послуг спостерігаються такі основні тенденції:

1. Зміна методів надання фінансових послуг, застосування інноваційних технологій в обслуговуванні клієнтів.

2. Універсалізація фінансового бізнесу, наприклад, об'єднання Citicorp (банківська справа) з Travelers group (страхування), за рахунок чого досягається наплив нових клієнтів, здійснюється пакетне обслуговування [3].

Стосовно до першої тенденції банки використовують технології дистанційного банківського обслуговування (офіси самообслуговування, телебанкінг, Інтернет-банкінг та WAP-банкінг, активне використання електронних грошей і інші технології віддаленого управління рахунками), що дозволяє забезпечувати: цілодобовий доступ до банківських продуктів незалежно від місця розташування клієнта, підвищення швидкості і якості обслуговування при одночасному зниженні собівартості операцій, реалізацію комунікаційної функції, формування іміджу банку, як високотехнологічної клієнтоорієнтованої фінансової організації [4]. Сьогодні передові банки застосовують новий формат банківського обслуговування, а саме павільйони для банкоматів і автоматизовані банківські міні-офіси. Мобільний банківський міні-офіс являє собою спеціалізований автономний павільйон загальною площею від 10 до 20 квадратних метрів, всередині якого встановлені банкомати, інформаційні кіоски, додаткове обладнання, необхідне для забезпечення нормальної роботи і необхідного рівня безпеки. Всередині павільйону можлива організація робочих місць для співробітників банку. Такі павільйони найбільш ефективні в разі, якщо вони розташовані поблизу торгових центрів, в аеропортах, зонах відпочинку, в місцях великих людських потоків. Застосовуючи даний підхід побудови роздрібною мережі, можна скоротити кількість універсальних відділень: побудувати одне універсальне відділення на район, навколо якого розгорнути мережу автоматизованих банківських міні-офісів та павільйонів для банкоматів. Це дозволить охопити значну територію, а також при цьому банк виявиться максимально наближеним до клієнта[5].

Стосовно другої тенденції в умовах глобалізації традиційні комерційні банки відійдуть в минуле, а на зміну їм придуть комерційні банки універсального типу (КБУТ). Вони здійснюватимуть свою діяльність на основі стабільності, передбачуваності і надійності, забезпечать собі майбутнє завдяки активному розвитку. Такий банк матиме солідний капітал, високий рейтинг, хорошу репутацію, привабливість, а також буде відрізнятися сильними позиціями на внутрішньому ринку. Створення КБУТ може стати вирішальною умовою стандартизації, зменшення вартості послуг, участі в крупних проектах і ефективного управління ризиком. Розширюючи свої послуги, банк отримує можливість використовувати систему філій у поєднанні із сучасними мультимедійними формами збуту, буде відрізнятися високим рівнем гнучкості при створенні нових комбінацій і рекомбінацій банківських послуг. КБУТ підтримуватиме відносини з приватними особами, фірмами і інституційними клієнтами, розвиватиме конкурентоздатний індивідуальний менеджмент [6].

Така тенденція зумовлює популярність серед приватних клієнтів послуг онлайнного управління персональними фінансами: пакетування та його узагальнення продуктів і послуг. Управління персональними фінансами полягає в наданні клієнту можливості оптимізувати використання своїх витрат і коштів особистого бюджету, що залишилися. Пакетування продуктів і послуг полягає в тому, що банк продає своєму клієнтові відразу набір (пакет) послуг. Даний прийом стає одним з найпопулярніших у віртуальних торгових і сервісних пунктах, оскільки сприяє збільшенню обсягів надаваних послуг. Пакетування пов'язане зі швидким розвитком персоналізації на ринку електронної комерції. Ця тенденція починає проявлятися в інтернет-банкінгу, де споживач має можливість отримати доступ відразу до декількох продуктів і видів послуг, підібраних відповідно до його запитів. За допомогою агрегування банківських послуг на персональних сторінках клієнтів на веб-сайтах банків споживачі можуть здійснювати і контролювати свої транзакції, отримувати інформацію про баланс рахунку, стан справ на фондових ринках, в інвестиційних або страхових фондах та

іншу важливу для нього інформацію [7]. На рис.2 зображено трансформовану модель взаємовідносин комерційного банку з клієнтами.

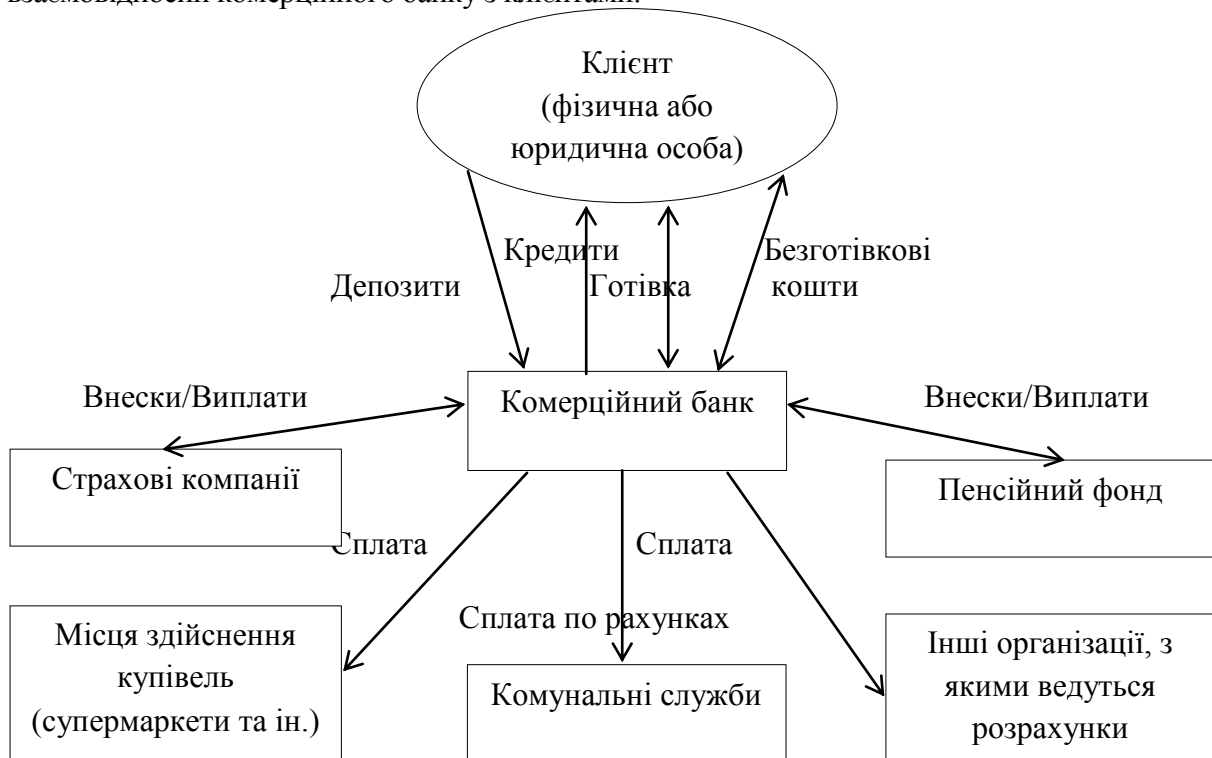


Рис. 2 – Трансформована графічна модель взаємодії клієнта з банком та іншими фінансовими та нефінансовими організаціями

Висновки. Таким чином, ключовими факторами, що зумовлюють трансформацію моделі взаємодії комерційного банку з клієнтами, є збільшення загальної кількості фінансових операцій, здійснюваних клієнтами, а також високий рівень конкуренції на ринку банківських послуг, що змушує керівництво банків створювати найбільш сприятливі умови обслуговування клієнта. В сучасних умовах поступово реалізується ідея перетворення будь-якого комерційного банку у фінансовий супермаркет, в якому клієнт може придбати необхідний пакет послуг, не вдаючись до складних маніпуляцій з роздільним використанням власних фінансових ресурсів. Час невеликих спеціалізованих банків проходить, і виникає потреба у створенні нових, специфічних, індивідуальних банківських продуктів, впровадження яких обумовить перехід на новий рівень розвитку ринку фінансових послуг в цілому.

Список літератури:

1. Закон № 2121-III від 7 грудня 2000 року «Про банки та банківську діяльність». - Електронний ресурс. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua
2. Корецька С.О. Особливості розробки конкурентної стратегії комерційного банку на ринку цінних паперів/ С.О. Корецька // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. - № 23. – с.15-18
3. Мецераков А.А. Організація діяльності комерційних банків. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 608 с.
4. Сергеєнкова А.А. Современные технологии обеспечения конкурентоспособности многофилиального коммерческого банка на рынке финансовых услуг. – Електронний ресурс. – Режим доступу: www.lib.ua-ru.net/diss/cont/217879.html
5. Автоматизированный мини-офис – Ближе к частному клиенту! – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://bankir.ru/news/article/1469056
6. Козьменко С.М., Горіна С.О., Андронов О.М. Глобалізація банківської діяльності й регіональні інтереси // Фінанси України. – 2000. – № 9. – С. 141-148.
7. Управленческие IT-решения в банковском секторе. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.cnews.ru/reviews/free/finance/abs/1.shtml