

**ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ШЛЯХОМ
ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДИСТРИБУЦІЇ
БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ**

*Бак Т.С., магістрант кафедри прикладної економіки,
ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровськ, Україна*

Управління в цілому та управління в банківській справі зокрема є сьогодні одними з найбільш актуальних дисциплін в економічній науці. Це, в першу чергу, пов'язано зі значними якісними змінами в світовому господарстві, які зачепили як роль банків так і банківської справи в економіці, так і взаємодії всередині самих банків. Сьогодні практично жодний економічний процес не відбувається без активної участі банків.

У сучасних умовах кожен з учасників фінансового ринку, зокрема банківські та небанківські установи, перебувають у стані постійної боротьби за клієнта і в пошукові нових способів надання послуг щодо задоволення потреб різних сегментів споживачів фінансових продуктів.

Інтенсивний розвиток технологій, потреба швидкої та безперебійної обробки значних потоків інформації обумовлюють необхідність створення та використання новітніх високотехнологічних продуктів та інструментів в банківській діяльності. На сьогодні банківська діяльність є однією з найбільш сприятливих сфер для впровадження різноманітних інноваційних технологій. Завдяки ним клієнти як юридичні, так і фізичні особи, мають змогу здійснювати фінансові розрахункові операції зручно, швидко, без посередників, без купів паперових документів та додаткової ідентифікації і головне – без сплати надмірних комісійних витрат. Тому дистанційне банківське обслуговування є тим перспективним та актуальним напрямком дистрибуції банківських продуктів, що потребує додаткового вивчення і подальшого впровадження.

Основна суть дистанційного обслуговування полягає в самообслуговуванні клієнта переважним чином через системи онлайн-банкінгу: Інтернет-банкінгу (Internetbanking), мобільного банкінгу (mobilebanking, m-banking), телебанкінгу (telebanking) тощо. Онлайн технології дозволяють значно зекономити для банку фінансові ресурси за рахунок значного зменшення витрат на оренду й обслуговування приміщення, зменшення кількості персоналу, а відповідно зменшення витрат на оплату праці. Також використання дистанційних систем дистрибуції банківських продуктів дозволяє охопити ширший сегмент клієнтів, необмежений географічним розташуванням банківської установи. Дослідження західних банків, проведене консалтинговою компанією The Boston Consulting Group показало, що за рахунок меншої вартості утримання клієнта (на 4%), більшого об'єму продажів послуг (на 8%) і зниження вартості обслуговування (на 14%) банківський клієнт, який обслуговується в режимі онлайн приносить прибуток на 26% більше, ніж той, що користується традиційною послугою.

Але інтернет-банкінг в Україні сьогодні пропонують лише 24-и банки з 50-ти найбільших роздрібних фінансових установ, при цьому у 8-ми ця послуга є

безкоштовною. Системою інтернет-еквайрінг користуються лише 4-ри українських банки. Також невеликим попитом серед українських банків користуються термінали самообслуговування – лише 8-м банків використовують їх в своїй діяльності.

Основною перепоною до більш масового використання Інтернет-банкінгу банками України, на мою думку, є «накладання ризиків». Адже, при проведенні операцій через мережу Інтернет, банки стикаються з тими ж видами ризиків, що й при проведенні діяльності класичним способом, тобто з кредитним, процентним, валютним, операційним та іншими ризиками.

Отже, виникнення і поширення новітніх технологій примушує по-новому поглянути на розробку концепції та стратегії розвитку комерційного банку – їх впровадження має стати однією з конкурентних переваг установи, і технологічна стратегія безпосередньо повинна відповідати стратегії розвитку банківського бізнесу. В умовах загострення конкурентної боротьби між банками та іншими фінансовими установами постає необхідність у розширенні спектра послуг, які ними надаються, а також у кращому і найбільш повному задоволенні потреб клієнтів. Важливими ідеями створення дистанційного обслуговування є вільний вибір та можливість самообслуговування. Найбільш ефективний для цього спосіб – пропонувати персональні послуги не лише через мережу звичайних філій, а й через сучасні канали продажу фінансових продуктів (спеціалізовані банківські центри обробки замовлень, Інтернет-банкінг, центри мобільного телефонного зв'язку тощо). Проте вітчизняні реалії показують існування великої кількості бар'єрів, що гальмують належний рівень організації та більш широкого запровадження Інтернет-банкінгу як одного з основних складових дистанційного обслуговування фінансовими установами та підвищення довіри клієнтів до цієї складової системи дистрибуції банківських продуктів. Їх подолання дозволить охопити більшу частину реальних та потенційних клієнтів, забезпечить мобільність, дозволить значно скоротити організаційні витрати та запропонувати нові шляхи щодо задоволення потреб різних сегментів споживачів банківських продуктів.

Список літератури:

1. Міндрова З.М. Проблеми та перспективи розвитку дистанційного банкінгу в Україні [Електроний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/lglpdp/2004_29/287_Mindrowa_LG_29.pdf.
2. Тысячникова Н.А. Риски Интернет-банкинга: принципы и организация надзора / Н.А Тысячникова // Банковское дело. – 2010. – №10 (292). – С. 79-83.
3. Муджири Е. Плюсы и минусы украинского интернет-банкинга [Электронный ресурс] // Аргументы и факты в Украине. – 2012. – № 4. – Режим доступу: <http://www.aif.ua/money/article/24115>

ОСОБЛИВІ ВІДМІННОСТІ ІННОВАЦІЙ ВІД ІНВЕСТИЦІЙ В СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Гараба С.С., асистент ЗНТУ, м.Запоріжжя, Україна

Машинобудівні підприємства без перебільшення називають основою промислового виробництва будь-якої країни.