

ЭКОНОМИКА

УДК: 336.711

Абдыкадыров К.Дж
ОИОК «Кыргызстан эл аралык университети»
«Экономика жана башкаруу» кафедрасы
Абдыкадыров К.Дж.
УНПК «Международный Университет Кыргызстана»
Кафедра «Экономика и управление бизнесом»
Abdykadyrov Kalybek
ERPC “International University of Kyrgyzstan”
Department of “Economic and Business Administration”
Тел.: +996 (557) 18-79-97
E-mail: Kalybek@mail.ru

КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН БАНК ПРОДУКТУЛАРЫНЫН ЖАНА КЫЗМАТТАРЫНЫН АЗЫРКЫ АБАЛЫ ЖАНА ӨНҮГҮҮ КЕЛЕЧЕГИ

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

MODERN CONDITION AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF BANKING PRODUCTS AND SERVICES OF THE KYRGYZ REPUBLIC

Аннотациясы: Бул макалада Кыргыз Республикасында банктык продуктуларды жана кызмат көрсөтүүлөр рыногундагы заманбап маселелерине багытталган. Жазуучулар банктар үчүн продукт стратегиясын түзүү үчүн негиз болушу мүмкүн, банк өнүмдөрүн жана кызматтарын өнүктүрүү багыттарын жана келечеги, ошондой эле сунуш кылынган жеке иш чечимдерди каралган.

Негизги сөздөр: Банк сектору, банк продукту, банктык тейлөө, новатордук чечимдерди, Интернет – банкинг.

Аннотация: Данная статья посвящена вопросам современного состояния рынка банковских продуктов и услуг в Кыргызской Республике. Авторами рассмотрены тренды и перспективы развития банковских продуктов и услуг, а также предложены частные функциональные решения, которые могут лечь в основу формирования продуктовой стратегии коммерческих банками.

Ключевые слова: Банковский сектор, банковский продукт, банковская услуга, инновационные решения, Интернет – банкинг.

Abstract: This article is devoted to the current state of the market of banking products and services in the Kyrgyz Republic. The authors examined trends and prospects for the development of banking products and services, as well as offered private functional solutions that can form the basis for the formation of the product strategy of commercial banks.

Keywords: Banking sector, banking product, banking services, innovative solutions, Internet banking.

Банковский сектор является одним из важнейших и неотъемлемых структур рыночной экономики. Развитие банков, товарного производства и обращения идёт параллельно и тесно

переплетено. При этом банки, проводя денежные расчеты, кредитуя хозяйства, выступая посредниками в перераспределении капиталов, существенно повышают общую эффективность

производства, способствуют росту производительности общественного труда.

Коммерческие банки являются одним из центральных звеньев современной рыночной экономики. Развитие их деятельности – необходимое условие создания рыночного механизма. Деятельность банков очень многообразна. В современном обществе они выполняют самые разнообразные операции. Выполняя свои функции, банк производит различные операции, связанные с привлечением и размещением денежных средств, осуществляет платежи между предприятиями, хранит ценные бумаги[1].

На сегодняшний день коммерческие банки являются одним из интенсивно развивающихся звеньев банковской системы, они быстро наращивают темпы активных и пассивных операций, постоянно проводят политику кредитной экспансии, способствуют развитию прогрессивных структур в экономике. Немаловажную роль играют коммерческие банки и в обслуживании иностранных инвестиций, включая кредитно-финансовое обслуживание совместных предприятий.

Понятие "банк" имеет экономическое и юридическое значение. В экономической литературе даны различные определения понятия и сущности банков. Банк представляет собой особый вид предпринимательской деятельности, связанной с движением ссудных капиталов, их мобилизацией и распределением.

Банковская система – это сфера многообразных услуг своим клиентам – от традиционных депозитно-ссудных и расчетно-кассовых операций, определяющих основу банковского дела, до новейших форм денежно-кредитных и финансовых инструментов, используемых банковскими структурами (лизинг, факторинг, траст и т.д.).

В современных условиях сложившиеся условия для кыргызстанской банковской системы создают новые возможности и вызовы по определению их основных факторов роста в перспективе. Это в первую очередь должно коснуться таких направлений развития, как дальнейшая диверсификация ресурсной базы, совершенствование систем управления риск-менеджмента и повышения качества управления на основе международных прин-

ципов корпоративного управления.

В настоящее время уровень роста кредитования в Кыргызстане, характерный для предыдущих периодов, сменился более умеренными темпами, что в свою очередь не могло не повлиять на уровень развития финансовых отношений в стране. Ужесточившиеся условия по фондированию на внешних рынках привели в свою очередь к ответным мерам и в отношении внутренних потребителей услуг финансового сектора в виде ужесточения условий кредитования со стороны банков и повышения ими процентных ставок. Изменение стандартов кредитования в сторону ужесточения привело к снижению кредитной активности финансового сектора.

Наиболее важным аспектом банковского маркетинга является определение конкретного банковского продукта и банковской услуги. Банковский продукт — это конкретный банковский документ (свидетельство), который производится банком для обслуживания клиента и проведения операции. Это может быть вексель, чек, банковский процент, депозит, любой сертификат и т.п. Банковская услуга представляет собой банковские операции по обслуживанию клиента.

Сходство банковского продукта и банковской услуги в том, что они призваны удовлетворять потребности клиента и способствовать получению прибыли. Однако в большинстве случаев банковский продукт носит первичный характер, а банковская услуга – вторичный. В то же время в ряде работ банковский продукт и операции по предоставлению услуг клиентам называются одним термином – банковская услуга. В этой связи банковский маркетинг относят к маркетингу в сфере услуг [1].

Например, банковский процент по депозитам есть банковский продукт, а его постоянная выплата представляет собой банковские услуги. И в том и в другом случае это служит удовлетворению потребности клиента и получению дохода. Открытие банковского счета — это продукт, а обслуживание по счету — услуга, но при этом и продукт, и услуга предполагают получение дохода в виде комиссионных. В то же время следует подчеркнуть, что в большинстве случаев банковский продукт носит первичный

характер, а банковская услуга — вторичный.

В отличие от продукта промышленного предприятия банковский продукт не выглядит зачастую как нечто материальное, вещественное. Кредиты и расчеты совершаются в форме записей по счетам, в безналичной денежной форме. Банковский продукт нельзя складировать, производить про запас.

Важнейшим свойством банковских услуг является их производительный характер. Уже в такой простейшей форме, как прием денег от населения и предприятий во вклады, заключен огромный производительный смысл. Банк не просто собирает деньги — он превращает «неработающие», неиспользуемые денежные ресурсы в работающие активы.

Характерным свойством банковских услуг является и то, что их объектом выступают не просто деньги, перемещаемые в огромных суммах с помощью каналов банковской связи с одного счета на другой, из одного региона в другой. Движение по счетам предприятий — это преимущественное движение капиталов в денежной форме.

Свойство банковских услуг состоит в том, что они охватывают как активные, так и пассивные операции. Принимая вклады и осуществляя тем самым пассивные операции, банки дают возможность своим клиентам не только хранить денежные средства в безопасном месте, но и получать определенный доход в виде процента по депозитам. Размещая акции клиентов, предоставляя им ссуду, выполняя валютные и другие активные операции, банки оказывают существенные услуги хозяйству, способствуют продвижению товарных масс, купле-продаже товаров, экономии общественных затрат.

Операции, выполняемые банками, не являются монополией банка, их могут осуществлять и другие предприятия и организации. Это относится не только к традиционным банковским операциям, но и особенно к другим услугам. Известно, например, что бухгалтерскую помощь, консультации, различные посреднические и информационные услуги, аренду сейфов и другие услуги могут оказывать специальные предприятия и агентства. Можно поэтому также заметить, что банки, будучи

крупными кредитными институтами, могут выполнять небанковские операции — операции, которые традиционно выполняют другие хозяйствующие субъекты.

Такое положение связано с тем, что на рынке банковских услуг в условиях рыночного хозяйства возникает серьезная конкуренция. Появление на рынке новых продавцов банковских услуг (торговые организации, финансово-промышленные компании, различные агентства и т.д.) зачастую сокращает возможность расширения наиболее прибыльных операций, вынуждает банки искать новые источники доходов. Именно поэтому особенно быстро за последние годы стали развиваться не чисто банковские операции, а другие нетрадиционные для банка услуги.

К числу основных видов банковских продуктов и услуг относятся [11]:

1. Валютные операции. Валютный обмен — это продажа банком одной валюты, например долларов, за другую, например франки, с взиманием определенной платы за услуги. В настоящее время торговлей иностранной валютой обычно занимаются только крупные банки, поскольку эти операции сопряжены с валютным риском и для их проведения необходим значительный опыт.

2. Учет коммерческих векселей и предоставление кредитов предприятиям. Учитывая коммерческие векселя, банки тем самым по существу предоставляют займы товаропроизводителям, которые продают банку долговые обязательства своих покупателей с целью быстрой мобилизации денежных средств.

3. Сберегательные депозиты. В целях поиска дополнительных средств банки создают сберегательные депозиты. Сам депозит представляет собой банковский продукт, а его обслуживание — банковскую услугу. Депозитные средства — это деньги, внесенные в банк клиентами, частными лицами и компаниями, хранящиеся на их счетах и используемые в соответствии с режимом счета и банковским законодательством. Депозитные средства имеют несомненный приоритет в банковском маркетинге, так как без привлечения ресурсов коммерческий банк функционировать не может.

4. Хранение ценностей. Хранение в банке

ценностей своих клиентов (золото, ценные бумаги и др.) представляет собой услугу. При этом расписки или другие документы, удостоверяющие это хранение, представляют собой банковский продукт. Сегодня безопасным хранением ценностей клиента занимается в банке отдел аренды сейфов, который держит ценности клиентов под замком, пока клиенту не понадобится доступ к своей собственности.

5. Кредиты правительства. Это приобретение банками краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных государственных облигаций на сумму, составляющую определенную долю всех имеющихся в банке депозитов.

6. Депозиты до востребования (чековые счета). Наиболее важным банковским продуктом является открытие депозита до востребования – чекового счета, который позволяет вкладчику подписывать переводные векселя в уплату за товары и услуги. Эти векселя банк обязан оплачивать немедленно.

7. Потребительский кредит. Этими услугами пользуются в основном физические лица и мелкие предприниматели.

8. Консультационные услуги. Банки традиционно консультируют своих клиентов по вопросам инвестиций, подготовки налоговых деклараций, ведения бухгалтерского учета. Юридическим лицам оказываются услуги по проверке кредитоспособности их возможных контрагентов и помощь в оценке маркетинговых возможностей на рынке внутри страны и за рубежом.

9. Услуги по управлению потоками наличных денежных средств. Они заключаются в том, что банк принимает на себя инкассацию платежей, осуществляет выплаты по операциям фирмы, а также инвестирует избытки наличных денежных средств в краткосрочные ценные бумаги и кредиты, пока эти денежные средства не понадобятся клиенту.

10. Брокерские услуги по операциям с ценными бумагами. Банки осуществляют посреднические услуги по операциям с ценными бумагами, предоставляя своим клиентам возможность покупать акции, облигации и другие ценные бумаги без обращения к брокеру или дилеру, занимающемуся торговлей ценными бумагами.

11. Инвестиционные банковские услуги. К ним относится андеррайтинг – гарантированное размещение или покупка новых ценных бумаг у их эмитентов и последующая их перепродажа другим покупателям с целью получения прибыли от такого акта купли-продажи. К инвестиционным услугам банков относятся также поиск наиболее привлекательных объектов для слияния, финансирование приобретений других компаний.

12. Страховые услуги. Долгое время банки занимались кредитным страхованием жизни клиентов, обеспечивая таким путем гарантированное погашение выданных ссуд в случае смерти или заболевания клиента. Банки, которые уже сегодня предлагают своим клиентам страховые полисы, действуют обычно через совместные предприятия или соглашения о франчайзинге, согласно которым страховая компания открывает в банке киоск по продаже страховых полисов. При этом банк получает определенную долю доходов от таких операций.

13. Финансовые услуги банка. Финансовые услуги включают трастовые, лизинговые и факторинговые услуги, которые предоставляются различным клиентам, а также продаже пенсионных планов.

14. Трастовые (доверительные) услуги, когда банк берет на себя управление имуществом физических или юридических лиц и выполнение других услуг по поручению и в интересах клиента на праве доверенного лица; трастовые (доверительные) услуги, когда банк берет на себя управление имуществом физических или юридических лиц и выполнение других услуг по поручению и в интересах клиента на праве доверенного лица.

15. Услуги, связанные с внешнеэкономической деятельностью.

Традиционным в литературе считалось выделение следующих особенностей услуг в независимости от их типа: нематериальность (неосвязаемость), непостоянство качества (неоднородность), неотделимость от производителя (неразделимость), несохраняемость.

В настоящее время банковский сектор Кыргызской Республики включает в себя 25 банков и их 325 филиалов, 869 сберегательных касс.

**Таблица. 1 – Нормативно-правовое регулирование операций
в коммерческих банках**

Наименование законодательных актов	Краткое содержание
Закон Кыргызской Республики "О национальном банке кыргызской республики, банках и банковской деятельности" от 16 декабря 2016 года №206	Настоящий Закон регулирует отношения в сфере осуществления банковской деятельности, проведения денежно-кредитной и валютной политики, функционирования платежной системы (банковские правоотношения), а также правовой статус, компетенцию, взаимоотношения и ответственность участников банковских правоотношений.
Закон Кыргызской Республики «О хозяйственных товариществах и обществах» от 15 ноября 1996 года №60	Настоящий Закон регулирует отношения товарищества и общества, которые могут создаваться в форме полного товарищества, коммандитного товарищества, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью.
Закон Кыргызской Республики «Об акционерных обществах» от 27 марта 2003 года №64	Настоящий Закон определяет порядок создания и правовое положение акционерных обществ, права и обязанности их акционеров, а также обеспечивает защиту прав и интересов акционеров.
Закон Кыргызской Республики «О лицензионно-разрешительной системе в Кыргызской Республике» от 19 октября 2013 года №195	Настоящий Закон регулирует отношения, возникающие между органами исполнительной власти, физическими и юридическими лицами в связи с осуществлением лицензирования отдельных видов деятельности, действий, операций, в том числе по использованию ограниченных государственных ресурсов.
Закон Кыргызской Республики «О залоге» от 12 марта 2005 года №49	Настоящий Закон регулирует отношения сторон в сфере залогового обеспечения на территории Кыргызской Республики.
Закон Кыргызской Республики «О противодействии легализации (отмыванию) преступных доходов и финансированию террористической или экстремистской деятельности» от 31 июля 2006 года №135	Настоящий Закон направлен на защиту прав и законных интересов граждан, общества и государства, а также целостности финансовой системы Кыргызской Республики от преступных посягательств путем создания правового механизма противодействия легализации (отмыванию) преступных доходов и финансирования террористической или экстремистской деятельности.
Закон Кыргызской Республики "О защите банковских вкладов (депозитов)" от 7 мая 2008 года №78	Настоящий Закон регулирует отношения по созданию и функционированию системы обязательной защиты вкладов (депозитов) вкладчиков в банках Кыргызской Республики, формированию и использованию Фонда защиты депозитов, выплате компенсаций по вкладам при наступлении гарантийных случаев, а также отношения между Агентством по защите депозитов, коммерческими банками, Национальным банком, органами государственной власти и иные отношения, возникающие в данной сфере.

Коммерческие банки считаются универсальными в зависимости от деятельности.

В последнее время коммерческие банки начали расширяться путем превращения своих сберегательных касс в филиалы. Увеличение филиальной сети коммерческих банков имеет направленность к клиентам с учетом нынешней конкуренции. В этой связи есть уверенность, что в скором времени в отдаленных районах

откроются филиалы и представительства коммерческих банков, у граждан появится возможность выбирать услуги того или иного банка.

На сегодняшний день количество работающих в банковской системе людей достигло 14,5 тысяч, что составило 0,24% доли от общей численности населения.

В таблице 1 представлен перечень законодательных актов регулирующих правоотно-

шения в сфере банковских продуктов и услуг в Кыргызской Республике.

На практике коммерческие банки Кыргызстана играют пока заметную роль на рынке краткосрочных кредитных операций. Предоставление долгосрочных кредитов и обслуживание инвестиционной деятельности клиентов практически большинством банков либо не осуществляются, либо осуществляются в незначительных объемах.

В мировой практике известно более 200 видов банковских продуктов и услуг в Кыргызстане в силу соответствующего уровня развития экономики страны, информационных технологий и существующему спросу представлен ограниченный список банковских продуктов и услуг. В соответствии со статьёй 111 Закона Кыргызской Республики «О Национальном банке Кыргызской Республики, банках и банковской деятельности» от 16 декабря 2016 года №206 банки могут совершать следующие банковские операции:

1. Банк осуществляет следующие банковские операции, с прямым их указанием в лицензии, в национальной и/или иностранной валюте:

- 1) привлечение вкладов от своего имени на договорных условиях;
- 2) размещение собственных и/или привлеченных средств от своего имени на договорных условиях;
- 3) открытие и ведение счетов;
- 4) осуществление расчетов и платежей по поручению клиентов и банков-корреспондентов и их кассовое обслуживание;
- 5) выпуск, покупка, оплата, принятие, хранение и подтверждение платежных документов (чеки, аккредитивы, векселя и другие документы), включая кредитные и платежные карточки;
- 6) приобретение права требования от третьих лиц исполнения обязательств в денежной форме (факторинг);
- 7) оплата долгового обязательства путем покупки простых и переводных векселей (форфейтинг);
- 8) выпуск и размещение долговых ценных бумаг;
- 9) выдача банковских гарантий;

10) осуществление денежных переводов клиентов, в том числе без открытия счета;

11) открытие и ведение корреспондентских счетов для банков-нерезидентов Кыргызской Республики;

12) осуществление операций по счетам в иностранной валюте для клиентов и по приобретению (обмену) иностранной валюты от имени клиента;

13) покупка и продажа (обмен) иностранной валюты от своего имени;

14) осуществление операций с драгоценными металлами (только банковское серебро, золото, платина и монеты из указанных металлов высоких проб);

15) осуществление операций с производными финансовыми инструментами (деривативы);

16) выпуск электронных денег;

17) прием и проведение платежей и расчетов за товары и услуги, не являющиеся результатом своей деятельности, в пользу третьих лиц посредством платежных систем, основанных на информационных технологиях и электронных средствах и способах проведения платежей;

18) прием, обработка и выдача финансовой информации (процессинг, клиринг) по платежам и расчетам третьих лиц участникам платежной системы данного процессингового, клирингового центра.

2. Банки вправе осуществлять следующую деятельность и сделки:

- 1) выдача поручительства и иных обязательств за третьих лиц;
- 2) выпуск, покупка, продажа, обслуживание ценных бумаг, а также услуги депозитария;
- 3) доверительное управление имуществом (за исключением денежных средств) по договору с физическим или юридическим лицом;
- 4) предоставление в аренду физическим и юридическим лицам сейфов для хранения ценностей;
- 5) реализация залогового имущества в погашение обязательств перед банком;
- 6) инвестиционные услуги;
- 7) консультационные услуги, связанные с банковской деятельностью;
- 8) сделки по финансовому лизингу;

9) услуги в качестве финансового агента.

3. Банки осуществляют иную деятельность в соответствии с законодательством Кыргызской Республики, если это не противоречит банковскому законодательству Кыргызской Республики. Банк может осуществлять только такую деятельность, которая необходима для обеспечения его основной деятельности или связана с банковской деятельностью.

4. Банк вправе заниматься другими видами лицензируемой деятельности с согласия Национального банка.

5. Банк вправе привлекать на основании договора другое лицо для оказания услуг, необходимых банку (аутсорсинг). Требования к аутсорсингу определяются Национальным банком.

6. Национальный банк вправе устанавливать перечень и порядок проведения операций, сделок и типовых договоров в соответствии с исламскими принципами банковского дела и финансирования. Размещение средств по исламским принципам банковского дела и финансирования осуществляется с учетом нормативных требований Национального банка.

7. Отдельные банковские операции, в том числе в соответствии с исламскими принципами банковского дела и финансирования, могут осуществляться небанковскими финансово-кредитными организациями и другими юридическими лицами при наличии соответствующей лицензии/свидетельства, выданных Национальным банком.

8. Банкам запрещается организовывать или участвовать в проведении различных розыгрышей, лотерей и иных подобных «игровых» мероприятиях, а также их рекламе или иных публикациях. Банки могут осуществлять маркетинговые мероприятия в соответствии с требованиями Национального банка.

9. Требования, условия и особенности осуществления банковских операций, иной деятельности и сделок устанавливаются Национальным банком.

Стратегия развития продуктового ряда осуществляется в два этапа. На первом оптимизируется структура предлагаемых банком услуг с точки зрения их принадлежности к различным этапам жизненного цикла банковского

продукта. На втором этапе разрабатываются продукты-новинки.

Жизненный цикл банковского продукта включает четыре этапа: выведение продукта на рынок, рост, зрелость и спад.

1. Выведение продукта на рынок начинается с момента, когда банк впервые предложил его целевому рынку. Он характеризуется медленным темпом сбыта продукции и, как следствие, отсутствием или очень низкой прибылью. На этом этапе требуются большие затраты на маркетинг, рекламу, и продукт имеет высокую цену, обусловленную высокими издержками.

В отдельных случаях банк может сознательно пожертвовать частью своей прибыли с целью завоевания признания клиентами своего нового продукта и расширения рынка сбыта. На этом этапе у банка практически нет конкурентов. Длительность этапа выведения продукта на рынок зависит от качества продукта, правильности выбранной стратегии маркетинга и последовательности ее осуществления и колеблется в широких пределах.

2. Рост характеризуется быстрым ростом сбыта, прибыль достигает максимальной отметки и связана со значительным усилением конкуренции. На стадии роста банк стремится расширить сферу сбыта продукта и проникнуть на новые сегментах рынка. В результате растет прибыль и привлекается значительное количество новых клиентов. Банк старается продлить этап роста.

3. Зрелость характеризуется замедлением роста сбыта и даже его сокращением, по нескольким причинам: во-первых, к моменту зрелости продукта нужды потребителя могут существенно модифицироваться; во-вторых, на смену данному продукту может прийти более совершенная услуга; в-третьих, банк может не выдержать конкурентного давления; в-четвертых, продукт может оказаться недостаточно рентабельным для банка.

На этапе зрелости усилия банка направлены на удержание своей доли рынка путем проведения мер по совершенствованию продукта, модификации комплексного маркетинга, нового позиционирования услуг на рынке. Банк заинтересован в максимальном продлении

стадии зрелости.

4. Спад характеризуется падением объемов сбыта и снижением прибыли. Банк осуществляет анализ всего продуктового ряда в целях оптимизации его структуры, стараясь сбалансировать услуги с точки зрения размеров полученной прибыли, разнообразия услуг и т.д. Но какие бы усилия ни прилагал банк для нормальной организации работ с имеющимися услугами, объективно возникает необходимость разработки новых продуктов.

Суть модели жизненного цикла банковского продукта заключается в правильном определении стратегии бизнеса банка на каждом этапе существования банковских услуг. На рисунке 1 представлена модель жизненного цикла банковских услуг в графическом виде.

В настоящее время конкуренция на рынке банковских услуг осуществляется в основном за счет ценовой политики, а также расширения перечня дополнительных услуг, в том числе и консультационных.

Многие кыргызские банки уже пришли к необходимости развивать стратегию дифференциации, т.е. предлагать услуги, ориентируясь на свой целевой рынок, на потребности клиентов. Дифференциация банковских услуг должна исходить из ясного понимания потребностей, нужд и предпочтений клиентов, обязательств перед потребителями банковских услуг, знания собственных возможностей банка. Она предполагает приспособление услуг к нуждам определенных групп клиентов банка, создание у клиента ощущения уникальности оказываемой услуги. Для приспособления банковских продуктов к потребностям клиентов необходимо определить пользу, или выгоду, которую получит клиент при приобретении продукта. Данное понятие является ключевым в маркетинге услуг. Но чтобы реально оценить и затем представить в рекламе эту пользу (выгоду), необходимо знать своих конкурентов, специфику их услуг, используемые методы рекламах и стимулирования сбыта.

В целях минимизации операционных расходов и диверсификации деятельности банков целесообразно применение новых информационных технологий на основе Интернет-банкинга.

Важное значение в развитии перечня банковских продуктов и услуг акцентировано на удовлетворение потребностей малого бизнеса. Не всегда малый бизнес располагает возможностями использовать труд финансового аналитика или финансового директора. Многие банки предлагают услуги, основанные на аутсорсинге. Примером является ведение бухгалтерии предприятия малого бизнеса. Также коммерческие повсеместно предлагают продукты – встроенные РКО. В перспективе предложения банковских услуг, направленных на анализ бизнеса, консалтинг по вопросам ведения учета, правовой поддержке. Конкурентным преимуществом может стать использование современных средств автоматизации приема платежей, централизация расчетов, интеграция и обмен данных с сетевыми компаниями и организациями в режиме онлайн. Такой новый банковский продукт расширяет границы сдачи наличных денежных средств от реализации товаров и оказания услуг во всех отделениях банка на один расчетный счет, интегрированный с бухгалтерской системой, обеспечивая тем самым простоту безналичных взаиморасчетов бюджетных организаций, уплаты таможенных и налоговых платежей.

За счет прямого маркетинга коммерческие банки могут кредитовать проекты модернизации бизнеса своих клиентов. При этом используя схемы лизинга, комбинации структурного и проектного финансирования, в том числе за счет привлечения долгосрочного финансирования международных банков и агентств. Тиражирование и обмен опытом клиентов по локализации лучшей мировой практики дает новый импульс для непрерывных инноваций, позволяет банку раньше увидеть ниши на рынках, автоматизировать и предложить клиентам комплексные сопровождения их бизнеса, предоставить интегрированные решения новых продуктов и пакетов услуг.

В современных условиях развития банковского сектора Кыргызской Республики клиентам может быть предложен банковский продукт, не имеющий аналогов – портативное электронное устройство. Устройство способное аккумулировать в своей памяти все данные обо всех счетах владельцев пластиковых карт,

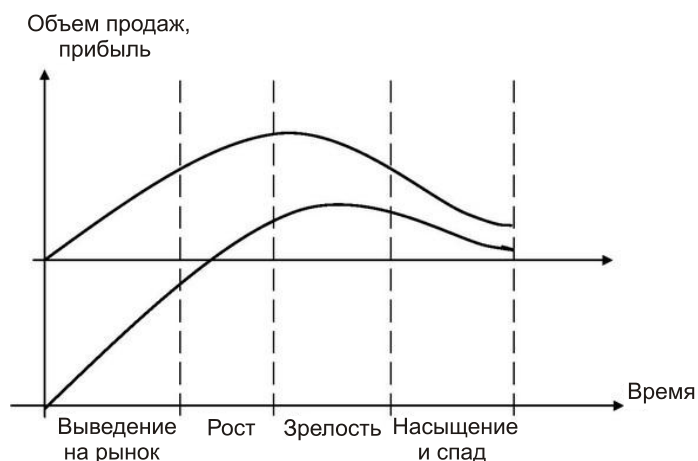


Рис. 1. Модель жизненного цикла банковской услуги.

кредитах, депозитах, что дает уникальную возможность владельцу устройства совершать любой перечень операций, подтвержденных гарантией безопасности, экономя при этом большое количество времени. Безусловно, своевременное инновационное обеспечение гарантирует надежность бизнес-процессов. Однако чаще всего инновационные банковские продукты ориентированы на розничную продажу. У многих банков есть специальный сервис, предназначенный для клиентов, упрощающий пользование пластиковыми картами – возможность отслеживания расходов и поступлений в виде инфографики. СМС-уведомления о финансовых операциях позволяют оперативно получать информацию о поступлении и списании денежных средств с расчетного счета.

В целях улучшения качества банковских продуктов и услуг, а также модернизации и расширения их перечня, банковской системе Кыргызстана нужен эффективный опыт стран Западной Европы и США. В тоже время в свете интеграционных процессов необходимо отвечать требованиям банковских систем Евразийского экономического союза, так как торгово-экономические отношения со странами ЕАЭС являются приоритетными для нашей республики.

Кроме того, ожидается совместное ведение работы центральными (национальными) банками государств-членов ЕАЭС с государственными органами по состыковке законов в банковском секторе. Здесь синхронизация

будет проводиться в пруденциальном регулировании, защите прав потребителей, принятии мер, влияющих на участников финансового рынка и по другим направлениям.

Таким образом, изучение лучшей мировой практики в области генерации инновационных банковских продуктов и услуг, позволит увидеть не только ограничения, но и оценить возможности адаптации этой практики к конкретным потребностям клиентов. Ориентируясь на зарубежный опыт трансформации инновационных банковских операций послужит основой для выхода кыргызских банков на качественно новый уровень развития, благодаря чему увеличится ассортимент предоставляемых продуктов и услуг, персонализированных под отдельные сегменты клиентов, и, как результат, улучшатся финансовые показатели деятельности банков.

Список литературы

1. Баррель Т. и др. Банковское дело : стратегическое руководство / под ред. В. Платонова, М. Хиггинса. – М. : Консалтбанк, 1998.
2. Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А. Сфера услуг : экономика / под ред. Т.Д. Бурменко. – М. : Кнорус, 2007.
3. Голубков Е.П. Теория и методология маркетинга. – М. : Дело и Сервис, 2008.
4. Дойль П. Менеджмент : стратегия и тактика. – СПб. : Питер, 1999.
5. ИСО 9004.2:1991 «Общее руководство качеством и элементы системы качества. Руководящие указания по услугам»; ГОСТ

- Р 50646-94 «Услуги населению, термины и определения».
6. Коробов Ю.И. Банковский маркетинг. – Саратов : Саратовская экономическая академия, 1997.
 7. Котлер Ф. Основы маркетинга. – СПб. : Питер, 2001.
 8. Курс экономики / под ред. Б.А. Райзберга. – 3-е изд., доп. – М. : Инфра-М, 2001.
 9. Лавлок К. Маркетинг услуг : персонал, технология, стратегия : пер. с англ. – 4-е изд. – М. : Вильямс, 2005.
 10. Лавлок К., Гаммессон Э. Маркетинг услуг – что дальше? В поисках новой парадигмы и свежих веяний // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 2, 3.
 11. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. – М. : Финансы и статистика, 1996.
 12. Николаева А.М. Маркетинг товаров и услуг. – М. : Деловая литература, 2001.
 13. Симонов К.В. Выставочный маркетинг : экономическое содержание специальных понятий и терминов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 6.
 14. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг. – М. : Экспертное бюро, 2001.
 15. Усоскин В.М. Современный коммерческий банк : операции и управление. – М. : Вазар-Ферро, 1994.
 16. <http://market-pages.ru/bankmark/2.html>.
 17. http://www.tehnosk.ru/static.html?nav_id=78.
-