

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

В статье рассматриваются проблемы совершенствования банковских продуктов и услуг в банковском секторе экономики Кыргызской Республики.

Ключевые слова: банковские продукты, спрос, затраты, стоимость, услуги, имидж банка.

Макалада Кыргыз Республикасынын экономикасынын банктык секторунун кызмат көрсөтүүсү жана банктык натыйжалуулукту жакшыртуу кыйгөйлөрү каралган.

Негизги сөздөр: банктык натыйжалар, керектөөлөр, чыгымдар, нарктар, кызмат көрсөтүү, банктын маанилүүлүгү.

The article examines the problems of improving banking products and services in the banking sector of the economy of the Kyrgyz Republic.

Key words: banking products, demand, costs, service cost, bank image.

Современные тенденции развития рынка банковских продуктов и услуг обусловлены главным образом следующими основными процессами:

- интенсивным развитием современных информационных технологий, использование которых позволяет учреждениям банков расширить спектр одновременно предоставляемых услуг, приблизить их к клиенту, снизить затраты времени клиентов и банковские операционные издержки;

- эволюционным развитием финансового рынка, появлением новых его сегментов и инструментов;

- повышением требований клиентов к качеству банковского обслуживания и усилением конкуренции банков в отношении качественных характеристик предоставляемых услуг.

Основными направлениями по развитию банковских продуктов и услуг любого коммерческого банка должны стать:

- использование стратегий многоканального обслуживания физических и юридических лиц;

- переход от оказания отдельных видов услуг к комплексному обслуживанию клиентов;

- переход при оказании стандартных услуг от прямого контакта «клиент - клерк» (через банковский прилавок) к самообслуживанию;

- стандартизация и автоматизация процесса оказания розничных банковских услуг;

- внедрение современных стратегий продаж;

- развитие и оптимизация филиальной сети;

- расширение спектра и повышение качества банковских продуктов и услуг.

Увеличение масштабов деятельности на рынке банковских продуктов и услуг ставит перед коммерческими банками проблему снижения затрат, связанных с организацией продаж.

При этом банковские продукты можно разделить на две группы:

- продукты, спрос на которые носит индивидуальный характер и которые требуют специального уровня подготовки банковских работников (инвестиционные услуги, ипотечное кредитование, трастовые услуги и др.);

- базовые продукты, спрос на которые носит массовый характер (открытие счетов, осуществление платежей населения, выдача наличных денег, покупка-продажа валюты, информационные услуги и др.).

Стандартизация базовых услуг позволит снизить операционные издержки,

организовать продажу услуг без индивидуальных консультаций с банковскими работниками (например, использовать автоматизированные системы консультирования). Комплекс стандартизированных базовых услуг должен быть высокотехнологичным и рационализированным с позиций планируемого банком соотношения произведенных затрат и ожидаемых доходов.

На основе стандартизации технологических и экономических параметров услуг банки могут организовать свою деятельность на рынке банковских продуктов и услуг по двум основным направлениям:

- продажа индивидуальных услуг, рассчитанных на спрос определенных групп и требующих консультирования клиентов работниками банка. Цена индивидуальных услуг должна одновременно обеспечивать необходимый уровень спроса на эти услуги и конкурентоспособности;

- продажа стандартизированных высокотехнологичных базовых услуг, ориентированных на массовый спрос со стороны физических лиц и единых для всей системы банка. Цена этих услуг должна обеспечивать их доступность и в то же время компенсировать банку основные расходы по продаже индивидуальных услуг за счет больших объемов продаж. Сбыт стандартизированных услуг в перспективе может осуществляться главным образом по удаленным каналам и в зонах самообслуживания.

Задачи увеличения объемов, расширения спектра и повышения качества банковских продуктов и услуг в современных условиях невозможно решить без автоматизации банковской деятельности на основе использования новых технологий.

Информационные технологии не только увеличивают доступность и быстроту оказания традиционных услуг, но и служат базой возникновения новых услуг, которые невозможно оказать при использовании традиционных технологий.

Перспективным является использование универсализации подходов при оказании услуг в рамках многоканальной стратегии продаж. В этом случае, комбинируя традиционные и мультимедийные каналы сбыта услуг (в соответствии с существующим спросом и экономической целесообразностью), банк может достичь значительных результатов по объемам и качеству обслуживания населения при поддержании достаточной рентабельности этой деятельности.

Внедрение новых мультимедийных каналов продаж позволит повысить имидж банка и обеспечить динамичное развитие банка в долгосрочной перспективе.

Преимущества банков при использовании стратегии универсального обслуживания заключаются в наличии широкой базы клиентов, больших объемов оказываемых банковских услуг. Это дает возможность стандартизировать базовые услуги, поддерживать низкий уровень издержек, получать достаточную и устойчивую прибыль на рынке банковских продуктов и услуг (так как низкая норма прибыли компенсируется за счет объемов продаж). В связи с этим универсализация деятельности на рынке продуктов и услуг требует значительных вложений средств, наличия ресурсной базы, филиальной сети, внедрения новейших технологий, серьезных маркетинговых исследований конъюнктуры рынка банковских продуктов и услуг.

Перспективной также является стратегия перевода значительной части клиентов на самообслуживание. Использование самообслуживания возможно при осуществлении операций по счетам, получении наличных денежных средств, выписки о состоянии счета, информационных и консультационных услуг.

Перевод клиентов на самообслуживание означает:

- получение дополнительных возможностей для продажи банковских услуг и привлечения новых клиентов банка;

- сокращение традиционных затрат на организацию рабочего места кассира, содержание обслуживающего персонала;

- максимальное использование площадей;
- мобильность при внедрении новых услуг.

Многоканальная стратегия организации продаж розничных банковских продуктов и услуг позволит коммерческим банкам значительно увеличить объемы предоставляемых услуг и стимулирует возрастание спроса на эти услуги вследствие снижения их стоимости. Согласно исследованиям обслуживание клиентов через банкоматы и с использованием систем удаленного доступа позволяет снизить стоимость одной розничной банковской услуги на 25 процентов, а обслуживание по телефону - до 40 – 70% процентов по сравнению с традиционными способами оказания услуг.

Снижение стоимости банковских продуктов и услуг при удаленном обслуживании произойдет вследствие снижения себестоимости автоматизированной обработки документов (по сравнению с обработкой вручную), увеличения производительности труда банковских работников (количества проводимых операций в единицу времени), стандартизации банковских услуг.

Услуги, при оказании которых необходимо участие банковских работников (прием вкладов, выдача кредитов), предоставляются клиентам в отдельном зале (вторая зона обслуживания).

Расширение спектра банковских продуктов и услуг может, осуществляется по следующим направлениям:

- модификация существующих (уже оказываемых) услуг. Технологические и качественные параметры базовых услуг изменяются, в частности, вследствие внедрения различных средств телекоммуникаций и каналов обслуживания, что приведет к расширению перечня разновидностей традиционных банковских услуг;

- оказание принципиально новых услуг, отличных от существующих. Их разработка и внедрение связаны с усилением конкуренции, развитием новых сегментов финансовых рынков;

- дальнейшее развитие вспомогательных услуг (консультационные услуги по управлению активами, страхованию, наследованию прав и т.п.).

Новые услуги населению, основанные на модификации уже оказываемых услуг, могут внедряться путем изменения условий оказания услуг с целью повышения их привлекательности.

К таким условиям, например, относятся:

- процентные ставки по вкладным и кредитным операциям (плавающая процентная ставка в зависимости от темпов инфляции, конъюнктуры финансовых рынков, кредиты с пониженными ставками, например, для работников предприятий, обслуживающихся в данном банке, и др.);

- сроки вкладных и кредитных операций (широкая диверсификация сроков вкладов и кредитов, гибкие графики сроков погашения обязательств);

- формы обеспечения выдаваемых кредитов (кредиты работникам предприятий под гарантии этих предприятий - клиентов банка; кредиты под залог ценных бумаг, драгоценных металлов и т.д.);

- вид актива при привлечении средств во вклады (рубли, иностранная валюта, драгоценные металлы и камни).

Модификация услуг может также осуществляться путем предоставления их на новой технологической основе. Например, оказание услуг с использованием систем удаленного доступа, средств мобильной связи, через банкоматы, инфокиоски.

Клиенту в дополнение к уже оказываемым услугам банком могут предлагаться дополнительные услуги (овердрафт по текущему счету, размещение временно свободных средств с карт-счета во вклады и ценные бумаги). Необходимо также внедрять программы

лояльности и поощрения клиентов (стимулирование держателей карточек, кредиты, предусматривающие скидку на приобретение товаров в определенных магазинах, и т.д.).

Усиление внимания коммерческих банков к качественным аспектам своей деятельности на рынке банковских продуктов и услуг связано с тем, что на достаточно развитом рынке розничных банковских услуг именно от качества предоставляемых услуг зависят конкурентные рыночные позиции банка.

Подводя итоги вышеизложенному, следует отметить, что развитие банковских продуктов и услуг, в частности, внедрение в практику стратегий многоканального обслуживания, комплексного обслуживания и самообслуживания клиентов, расширение спектра и повышение качества банковских продуктов и услуг будут способствовать дальнейшему развитию любого коммерческого банка, упрочнению его финансового положения, поможет оставаться лидером в конкурентной борьбе. Стратегическими целями развития банковских продуктов и услуг должно стать достижение уровня обслуживания, позволяющего максимально удовлетворять потребности физических и юридических лиц в банковских услугах, приближение параметров банковских продуктов и услуг к уровню развитых стран.

За счет расширения спектра услуг, освоения новых сегментов рынка банковских продуктов и услуг происходит оптимизация использования текущих возможностей и, следовательно, повышается рентабельность деятельности банка, растет отдача от вложенного капитала. Внедрение новых банковских продуктов и услуг предполагает изучение передового зарубежного опыта, развитие банковских технологий, дальнейшее совершенствование менеджмента и маркетинга в данной сфере, создание системы подготовки и переподготовки персонала.

Литература:

1. Закон Кыргызской Республики «О бухгалтерском учете». -Бишкек, №76. 2002.
2. МСФО №14. -Бишкек, 2002.
3. Осокина Т.М. Бухгалтерский учет в банках, //Электронный ресурс – М.: Финансы и статистика, 2008.
4. Развитие бухгалтерского учета в банковской сфере Кыргызской Республики. Биримкулова А.Д. –Бишкек, 2011.
5. Семенов С.К. Организация и бухгалтерский учет банковских операций /Учебное пособие - М.: Финансы и статистика, 2008.