

національним банком України. Стратегічним орієнтиром в цьому напрямі є забезпечення корпоративних клієнтів якісними розрахунковими послугами за допомогою переходу до здійснення електронних платежів у режимі реального часу. Найбільшою перешкодою на шляху до цього, на думку фахівців є технічна неготовність програмних комплексів українських банків.

Розвиток платіжних технологій повинен поєднуватися з наданням банком допомоги клієнтам в управлінні грошовими потоками і залишками на рахунках з метою їх оптимізації. Радикальною інновацією, що спрямована на формування нових клієнтських потреб, є кеш-менеджмент (від англ. Cash – готівкові кошти), що є відносно новим продуктом й для зарубіжних комерційних банків, а на фінансових ринках, що розвиваються, він ще тільки запроваджується. Кеш – менеджмент – це інноваційний комплексний продуктивний пакет банку для корпоративних клієнтів, який містить кеш-пулінг, договірне списання кредитної заборгованості (direct debit), довгострокове доручення (standing order) і дозволяє: дистанційно управляти рахунками і банківськими операціями в режимі on-line; значно знизити витрати на кредитування через оптимальне використання власних внутрішніх ресурсів; оптимізувати доходи від власних внутрішніх ресурсів; підвищити контроль над фінансовими потоками філій, дочірніх компаній; автоматизувати погашення кредитів і регулярні платежі; знизити витрати та ризики на проведення банківських операцій [2, с. 267].

Отже, подальше впровадження даних продуктів та творча адаптація їх до економічних та правових реалій, дозволить, на наш погляд, розвинути в Україні цілком конкурентоспроможний ринок фінансових послуг і його найбільшу складову – ринок банківських послуг, що слугуватиме стимулом і каталізатором інноваційного розвитку економіки загалом. Вітчизняні ж банки матимуть можливість визначати не тільки власні стратегії інноваційного розвитку продуктів та послуг, а й створювати нові перспективні бізнес-моделі, пов'язані з обслуговуванням суб'єктів господарювання, які одночасно повністю відповідають сучасним потребам розвитку національної економіки.

Список літератури:

1. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти [текст]: монографія / с.б. Єгоричева; ВНЗ у кооперації «Полтавський університет економіки і торгівлі». – Полтава: Тов. «АСМІ», 2010. – 348 с.
2. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підручн. [для студ. Вищ. Навч. Закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка – к.: центр учбової літератури, 2010. – 776 с.

Владислав ГАВРИЛЯК

*студент факультету банківського бізнесу
Тернопільський національний економічний університет*

Науковий керівник:

к.е.н., доцент Ткачук В.О.

ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ

Інтернет-банкінг (англ. Online Banking) або веб-банкінг - один із видів дистанційного банківського обслуговування, засобами якого доступ до рахунків та операцій за рахунками забезпечується в будь-який час та з будь-якого комп'ютера через інтернет [1].

Як правило, послуги інтернет-банкінгу включають:

- блокування картки клієнтом, наприклад, в разі викрадення або втрати;
- виписки за рахунками;
- інформація про інші відкриті банківські продукти (платіжні картки, депозити, кредити, інше);
- платежі в межах банку;
- платежі в національній валюті в межах країни;
- оформлення заяв на підключення до інших послуг (sms-банкінг, картки, депозити, кредити, інше).

Додатково послуги можуть включати:

- встановлення лімітів на різні види операцій (оплата через інтернет, термінал, банкомат і т.д.) з карткових та поточних рахунків, наприклад 0 (нуль).
- платежі в іноземній валюті;
- обмін валют;
- оплата рахунків про надані небанківські послуги (зокрема комунальні, зв'язок);
- придбання ваучерів передоплачених послуг (мобільні оператори, інтернет).
- пряме поповнення балансу SIM (USIM, R-UIM)-карти за вказаним номером телефону[1].

Саме універсальність механізму інтернет-банкінгу робить його доступним як для приватних осіб, так і для підприємств, де можливості інтернет-банкінгу дозволяють підвищити ефективність і оперативність управління грошовими потоками. Взагалі-то управління платежами через інтернет не складніше, ніж звичайне спілкування з комп'ютером. Для використання системи інтернет-банкінгу не потрібно яких-небудь додаткових знань.

Адже, як ми вже зазначали, можливості інтернет-банкінгу дозволяють:

- відправляти в банк всі види фінансових документів;
- отримувати виписки та документи за всіма рахунками в банку за будь-який період часу;
- відстежувати всі етапи обробки платіжних документів у банку в режимі реального часу;
- оперативно отримувати повідомлення про помилки;
- працювати в одному інтерфейсі з рахунками в різних банках;
- здійснювати перегляд і друк вхідних і вихідних платіжних документів.

Основні переваги інтернет-банкінгу:

Головною перевагою інтернет-банкінгу є все-таки зручність, яка дозволяє уникнути затрати часу на здійснення операцій в установі банку. Саме вона примушує багатьох практичних людей, які цінують свій час, завести рахунок в банку і керувати ним через Інтернет.

Простота процедури підключення до інтернет-банкінгу полягає в тому, що необхідно лише наявність банківського рахунку в банку, договору «Про обслуговування в системі інтернет-банкінг та електронного цифрового сертифікату». Можливість отримувати і здійснювати платежі на адресу будь-якого контрагента, незалежно від того, чи підключений він до інтернет-банкінгу чи ні. Можливість контролю здійснення помилок при заповненні платіжних доручень. Система ретельно контролює правильність заповнення документів і вказує на помилки.

Ще одною перевагою є те, що захист інформації, що передається від несанкціонованого доступу забезпечується шифруванням з використанням протоколу

SSL міжнародного формату криптографії. Контактуючі сторони використовують електронні цифрові підписи (ЕЦП). Система ідентифікації гарантує підтвердження автентичності сторін, котрі проводять операції.

Всі етапи електронного документообігу підтверджуються документально (звіти про проведені операції, виписки по рахунках, квитанції, що підтверджують платежі та інші документи). Електронні документи, завірені ЕЦП сторін, мають юридичну силу нарівні з паперовими документами, завіреними підписами сторін і печаткою[2].

Проте існують і недоліки інтернет-банкінгу, а саме: по-перше, це більш низький рівень захисту в порівнянні, наприклад, з системою «Клієнт-Банк» і документарних оформленням транзакцій. Хоча технологія SSL і є стандартом інтернет-безпеки, вона в силу своєї поширеності добре відома потенційним хакерам і не може гарантувати той самий рівень безпеки, що і система «Клієнт-Банк», яка працює, як правило, в замкнутих інтернет-мережах, не мають виходу в Інтернет.

По-друге, високі початкові капіталовкладення. Для запуску однієї системи інтернет-банкінгу потрібно від 1 до 5 млн. доларів США[2].

Слід зауважити, що за статистикою більше 80% усіх банківських операцій людина може здійснювати, сидячи за комп'ютером вдома чи в офісі. Користь для банкірів та їхніх клієнтів визначається наступним: перші значно скорочують витрати по утриманню густої філіальної мережі і значно підвищують ефективність банківських операцій, а інші отримують додаткові зручності. Згідно даних Internet Banking Report, кожний клієнт, що користується послугами онлайнового банкінгу, щороку скорочує в середньому витрати банку на суму \$565,3[4]. Відмітимо, що інтернет вигідний банкам насамперед завдяки тому, що значно знижуються витрати банку, пов'язані зі здійсненням операцій. Однак, зручність банківського інтернет-сервісу не єдина причина його популярності. Про це свідчать регулярні опитування споживачів, наприклад, GVU's WWW User Survey. До факторів, що є найбільш значущими для клієнтів, часто відносяться такі, як: можливість одержувати різноманітні послуги, привабливі процентні ставки при невисокій вартості послуг. Чим краще банк забезпечує виконання цих двох умов, тим скоріше клієнт починає розуміти, навіщо йому потрібний інтернет-банкінг.

Можна відокремити декілька факторів, що визначають ступінь розвитку банкінгу в будь-якій країні. По-перше, сам цифровий простір країни має бути розвиненим, користувач повинен мати у своєму розпорядженні достатньо загальноцікавих ресурсів рідною мовою. Досить показовою з цього погляду є наявність кількох великих національних порталів. По-друге, населення країни має звикнути користуватися інтернетом у повсякденному житті, мати достатньо тривалий досвід користування мережею. Ніхто не починає з придбання через інтернет фінансових послуг[3].

Наразі, головною проблемою, що гальмує нині розвиток нових технологій в Україні, зокрема, інтернет-банкінгу, є відсутність законодавства та належного захисту в цій сфері. Передусім фахівці звертають увагу на те, що й досі немає закону про цифровий підпис, і це не дає можливості для розвитку структур, які б надавали послуги з сертифікації ключів для виконання суворої аутентифікації (тобто встановлення справжності) торгівців і покупців. Відтак банки провадять тільки початкову роботу щодо розвитку банківських операцій через інтернет.

Використання Інтернету дозволяє уникнути зайвих витрат на встановлення нової системи, таким чином інтернет-банкінгом мають змогу користуватися й фізичні особи. Перебуваючи вдома, можна здійснювати різноманітні платежі за послуги та

придбані товари. Наразі, крім найпростіших операцій, у користувача Інтернету з'являється можливість отримувати й інші банківські послуги як-то: купівля-продаж цінних паперів, іноземної валюти, "гра" на ринку FOREX, користування картковими рахунками[4].

Список літератури:

1. Інтернет-банкінг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-банкінг>
2. Інтернет-банкінг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ua-referat.com/Інтернет-банкінг>
3. Інтернет-банкінг та Інтернет-трейдинг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.bestreferat.ru/referat-140721.html>
4. Статистичні відомості про Інтернет-банкінг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.content.com.ua/1761/>

Єлизавета ДЮЛАЙ

*аспірант кафедри фінансів і банківської справи
ДВНЗ “Ужгородський національний університет”*

Науковий керівник:

к. е. н., доцент Варцаба В. І.

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ

На сьогоднішній день можна констатувати, що трансформаційні процеси в сфері економіки України супроводжуються глибокою кризою банківської системи, надзвичайною девальвацією гривні, обмеженими можливостями коригування ситуації державними регуляторами. Сучасне нестабільне економічне середовище спонукає до пошуку нових інформаційних та телекомунікаційних технологій, підвищує вимоги до якості організації та управління усіма сферами банківської діяльності, у тому числі і інноваційними процесами, які активно відбуваються у комерційних банках.

Нехтування реалізацією інноваційних стратегій, які дозволяють забезпечувати та утримувати конкурентні переваги у довгостроковій перспективі, гальмує ефективний розвиток банківської системи, знижує її міжнародну конкурентоспроможність та роль у функціонуванні реального сектора економіки.

Маркетингові інновації – це впровадження нового маркетингового методу, що стосується суттєвих змін у дизайні або упаковці продукту, його просуванні на ринку, рекламі або встановленні ціни. Серед маркетингових інновацій, котрі, як відомо, пов'язані із вдосконаленням чотирьох «пі» комплексу маркетингу – product, place, promotion, price [3, с. 29], - для банківської діяльності найбільш актуальними є наступні види:

- ринкові інновації, що пов'язані з виведенням вже існуючих продуктів на нові ринки або застосуванням відомих процесів для обслуговування інших клієнтських груп;

- інновації у маркетингових комунікаціях (реклама, програми лояльності, ребрендинг, зв'язок з громадськістю);

- інновації у каналах збуту банківських продуктів, що включають розвиток нових організаційних форм та філософії діяльності банківських відділень, застосування онлайн-методів, а також впровадження концепції мультиканального обслуговування.