

ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ БАЗИ БАНКІВ ЗА РАХУНОК РОЗШИРЕННЯ СПЕКТРА ПОСЛУГ

О.В. Грисюк,

Київський національний торговельно-економічний університет

За останні півроку банківська система України пододала наслідки фінансової кризи і основними рисами нової її моделі стали: стратегічне прогнозування, бізнес-планування та ефективний ризик-менеджмент, орієнтація на доходи від кредитування та обслуговування комерційних підприємств та фізичних осіб, зниження витрат за рахунок комп'ютеризації та використання нових технологій, побудова відносин з державою та клієнтами на економічних принципах, підвищення якості банківських продуктів та розширення спектра послуг.

Поряд із постійним пошуком та впровадженням нових методів проведення банківських операцій та нових форм кредитно-фінансових інструментів, важливу роль в діяльності банків почали відігравати їх можливості утримувати клієнтів та залучати нових споживачів банківських продуктів. Надійність банківських установ в цей час відходить на другий план, а на перший висувається якість пропонованих послуг і зручності, які може надати банк конкретному клієнту.

Клієнтська база банку являє собою сукупність усіх фізичних та/чи юридичних осіб, які виявляють реальну або потенційну зацікавленість до конкретного банку; впливають на його ділову активність, ефективність та спроможність досягати намічених цілей. Клієнтський ринок в цілому неоднорідний, тому прийнято виділяти 5 його видів: споживчий ринок або роздрібний; ринок виробників або оптовий чи корпоративний; ринок посередників, який відноситься до оптового ринку; ринок державних установ; міжнародний ринок, який може бути як оптовим, так і роздрібним.

Досліджуючи продуктову політику банків України, слід відзначити їх активність у різних сферах діяльності на ринку банківських послуг. Хоча продуктовий ряд у провідних вітчизняних банківських установах практично однаковий, кожен банк прагне продемонструвати на роздрібному та корпоративному ринку свою унікальність, яка виражається у покращенні якісних параметрів продуктів, що пропонуються; розширенні спектра сервісних послуг; використанні цінового та інформаційного фактора.

Банки почали позиціонувати себе як універсальні банки, що працюють із населенням, звичайно ж орієнтуючись і на корпоративного клієнта. Вони стали набагато більше приділяти уваги роботі з фізичними особами, пропонуючи їм послуги, які раніше не надавались, або надавались в обмежених обсягах лише певними фінансовими установами.

Серед роздрібних банківських послуг, що визначають значною мірою дохідну базу банків, слід виділити: ведення гривневих і валютних рахунків фізичних осіб та їх депозитне обслуговування; кредитування фізичних осіб; обслуговування платіжних карток; виплата заробітної плати та пенсій (найчастіше з орієнтацією на платіжні картки); надання послуг у сфері грошових переказів; обмін валют тощо.

На ринку залучення коштів від населення лідируючі позиції серед банків традиційно займає "Ощадбанк". На його частку у 2001 р. припадає близько 35 % ринку залучених коштів населення в національній валюті та 18 % ринку кредитів

фізичним особам. Конкуренцію йому складають КБ “Приватбанк”, АКБ “Промінвестбанк”, АППБ “Аваль”.

Кредит на умовах розстрочки для придбання обчислювальної техніки, оргтехніки, засобів зв'язку пропонує АКБ “Правекс-банк” у валюті під 15 % річних, АППБ “Аваль” у гривні під 29 % річних. У АКБ “Правекс-банк” на даному ринку гнучка система тарифікації. При цьому банк пропонує фізичним особам отримати споживчий кредит також на купівлю аудіо-, відео-, побутової техніки та меблів.

Банк АБ “Андріївський” пропонує кредит фізичним особам на умовах розстрочки платежу для купівлі водонагрівачів. Відсоткова ставка за цим кредитом коливається залежно від строку користування коштами банку – від 3 до 12 % у гривнях.

На ринку кредитів для купівлі автомобілів найдешевший цільовий кредит для фізичних осіб пропонує банк “Форум”: під 12 % річних (лише для купівлі автомобілів Opel у фірми SVT Fortuna). АКБ “Укрсиббанк” (м. Харків) та АППБ “Аваль” спільно із харківською корпорацією “Автоінвестбуд” на цьому ринку реалізує також нові кредитні проекти: АКБ “Укрсиббанк” спільно із СК “Аска” та корпорацією “Автоінвестбуд” надає як фізичним, так і юридичним особам позику для купівлі автомобілів ВАЗ, ГАЗ, “Audi”. Умови проекту АППБ “Аваль” та корпорації “Автоінвестбуд” дозволяють придбати фізичним особам у кредит автомобілі марок ВАЗ та ГАЗ. Для отримання кредиту позичальник самостійно сплачує не менше 50 % вартості автомобіля, а на решту суми банк оформляє кредит. Строк кредитування становить 1 рік. Відсоткова ставка – 10 % річних у валюті та 22 % у гривні. Автомобіль підлягає страхуванню на весь термін дії кредитної угоди.

На ринку позик для купівлі квартири на умовах розстрочки платежу для фізичних осіб активно працюють банки: АКБ “Правекс-Банк”, АКБ “Київ-Приват”, КБ “Приватбанк”, “Ощадбанк”, АКБ “Укрсоцбанк”, КБ “Фінанси і Кредит”, АКБ “Аркада”.

Істотно розширилась на українському ринку кількість операторів платіжних карток. За даними Української міжбанківської асоціації банків-членів Еуропау, загальне число карт Еуропау і VISA, емітованих українськими банками станом на 1 січня 2001 р., досягло 911,792 тис. шт., що в 2,3 рази більше, ніж на початок минулого року (394,6 тис. шт.). При цьому все більше банків починають працювати з цими інструментами, виявляючи бажання зайнятися картковим бізнесом. За останній рік тільки членами міжнародної платіжної системи Еуропау стали 15 комерційних банків.

На ринку кредитування підприємств малого та середнього бізнесу значні позиції займають АБ “Ажіо” та АТ “ВАбанк”. Банки працюють з кредитними лініями фонду “Євразія”, Міжнародного банку реконструкції та розвитку (АТ “ВАбанк”), ЄБРР по програмі мікрокредитування (АБ “Ажіо”, АТ “ВАбанк”).

У 2001 р. АБ “Ажіо” спільно із Центром розвитку інновацій розробив та приступив до реалізації кредитної програми, спрямованої на підтримку розвитку малого та середнього бізнесу. Головною особливістю цієї програми є те, що Центр розвитку інновацій надає фінансове поручництво як забезпечення кредитів, спрямованих на реалізацію проектів з високим технічним та комерційним потенціалом. Згідно з умовами програми банк може відкрити клієнту кредитну лінію

на 18 місяців чи надати кредит в обсязі від 5 тис. до 60 тис. дол. (або еквівалент цієї суми в національній валюті). Відсоткова ставка за валютним кредитом коливається від 14 до 17 % річних. Вона може скласти мінімальну величину (14 % річних), якщо Центр виступає поручителем на повну суму валютного кредиту та відсотків за ним. У випадку гривневого кредиту ставка знижується на 10 в.п. в порівнянні із стандартною відсотковою ставкою, яка діє у банку на момент затвердження кредиту.

З початку вересня 2001 р. АТ “ВАбанк” та НБУ підписали договір по кредитній лінії ЄБРР для малих та середніх підприємств (МСП–II). (До цього часу АТ “ВАбанк” співробітничав з ЄБРР по лінії МСП–I). За умовами нової лінії, за рахунок коштів ЄБРР передбачено фінансувати проекти лише приватних (недержавних) підприємств, які працюють у сфері виробництва та послуг. За лінією МСП–II проекти передбачено фінансувати на строк до 5 років по відсотковій ставці LIBOR+8 % річних. При цьому, допроектні активи підприємства, яке бажає отримати кредитні кошти ЄБРР, не повинні перевищувати 4 млн. дол. В перспективі АТ “ВАбанк” планує профінансувати в межах програми ЄБРР проекти підприємств харчової та переробної промисловості.

Починають завойовувати свою аудиторію і більш нові сервісні послуги, що з’явилися зовсім недавно в банківському арсеналі. Так, у серпні 2000 р. АТ “ВАбанк” реалізував технологію мобільного банківського обслуговування. Ця технологія дозволяє за допомогою обміну SMS-повідомленнями здійснювати певні операції з урахуванням обмежених можливостей введення інформації з мобільного телефону, а також різних можливостей існуючого мобільного ряду. АППБ “Аваль” на даному ринку забезпечує доведення до клієнтів інформації про залишки на їх рахунках на пейджер або на мобільний телефон через нову послугу – AVAL/Pager. При наданні цієї послуги банк активно використовує ціновий фактор, оскільки тарифи на послугу становлять від 10 до 15 грн. за місяць залежно від періодичності отримання повідомлень. В цілому ж, за допомогою використання технологій GSM-банкінгу забезпечується виконання банками таких функцій, як одержання довідкової інформації з рахунків клієнтів, у тому числі з рахунків платіжних карт; обмежене керування рахунком клієнта, у тому числі за рахунками платіжних карт.

Телебанкінг, незважаючи на абсолютну новизну послуги для українського банківського ринку, динамічно розвивається і вже знаходить своїх постійних клієнтів. Телефонне банківське обслуговування дозволяє клієнту одержувати послуги не відвідуючи банківську установу. Цей напрям дистанційного обслуговування забезпечує клієнтам: одержання різноманітної довідкової інформації в автоматичному режимі; диспетчеризацію дзвінків клієнтів у різні служби банку; керування рахунками клієнтів, у тому числі за рахунками платіжних карт; автоматичне розсилання факсів; прийом від клієнтів банку заяв на надання додаткових послуг. Така система використовується в діяльності АТ “ВАбанк”, починаючи з грудня 2000 р.

В основі проектів по формуванню стандартних пакетів послуг лежить прагнення банків створити для усіх клієнтів такі умови роботи, при яких вони змогли б ефективно планувати свої витрати на банківське обслуговування й одержувати всі необхідні послуги. Основна вигода клієнта при пакетному обслуговуванні полягає в можливості одержати послуги за нижчою ціною, як правило, ціна на послугу “закладається” на рівні мінімальної рентабельності. За умови активного користування послугами пакета клієнт має можливість заощадити

до 30 % від тієї суми, яку йому довелося б платити при купівлі кожної послуги “вроздріб”. Банкам забезпечуються цінові привілеї при використанні такої форми обслуговування, оскільки їм набагато вигідніше надавати пільги по оплаті банківських послуг за допомогою пакетного обслуговування, ніж просто знижувати тарифи.

На сьогоднішній день на ринку банківських послуг уже запропонували стандартні пакети послуг банки АППБ “Аваль”, КБ “Приватбанк”, КБ “Укрсиббанк”, ВАТ “Укресімбанк” та КБ “Хрещатик”. Крім того, цілий ряд банків, серед яких АКБ “Укрсоцбанк”, КБ “Індекс-банк”, АКБ “Форум” у даний час проводять активну роботу по розробці власних пакетів.

Отже, враховуючи тенденції розвитку ринку банківських послуг, слід відзначити, що банківський продуктивний ряд в Україні майже сформувався. Перспективним напрямом роботи банків залишається знаходження нових ніш та розробка нових послуг для корпоративного та роздрібногo клієнта.

Грисюк, О.В. Формування клієнтської бази банків за рахунок розширення спектра послуг / О.В. Грисюк // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць.- Суми: УАБС НБУ, 2002.- Т. 5.- С. 186-190.