

страхування не завжди покриває всі ризики. Виникає питання, скільки банків на сьогодні готові швидко відреагувати під час кризи, щоби:

- визначити критичність бізнес-процесів;
- зрозуміти, які ресурси необхідні для підтримки цих процесів;
- вирішити, хто із співробітників може знадобитися і коли;
- забезпечити логістику і транспорт;
- забезпечити наявність вільних приміщень для людей, устаткування і комп'ютерної техніки;
- замінити і відновити ІТ-системи;
- переконатися, що банк може знаходитися на зв'язку зі своїми клієнтами?

Тому, на нашу думку, ключовим елементом процесу забезпечення безперервності є планування, яке передбачає підготовку певного плану дій для конкретного сценарію аварійної ситуації, що включає процедури резервного копіювання і підготовку резервного устаткування для подолання надзвичайних подій.

Рішення, які приймаються в перші декілька годин після події, яка спричинила порушення в операційній діяльності банку, особливо критичні, і всі подальші кроки матимуть значні фінансові наслідки.

Мета забезпечення безперервності бізнесу полягає не тільки в підтримці мінімального рівня обслуговування клієнтів, але і в обмеженні впливу на фінансову позицію банку за допомогою гарантування того, що важливі функції продовжуватимуть функціонувати протягом кризи, а відновлення решти функцій знаходитиметься під контролем.

У банку, де є ефективний і добре протестований план забезпечення безперервності, більше шансів ухвалювати правильні рішення в перші декілька годин і робити коректні дії, щоб обмежити вплив на фінансову позицію. У такому разі банк має шанси понести менше витрат під час будь-яких збоїв.

Отже, відмова від розробки і використання планів безперервності означає прийняття ризику, який прямо вплине на діяльність банку та його прибутковість.

С. Б. Манжос, доц., А. А. Нестеренко, магістр,
*Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО РОЗДРІБНОГО БІЗНЕСУ

Банківський роздрібний бізнес – новий тип організації банківської діяльності, що спирається на клієнторієнтовану інноваційну стратегію

банків та охоплює сегмент клієнтів рітейлу (фізичних осіб, СПД і незначну частину юридичних осіб). В сучасних умовах особливо важливим є розбудова ефективних механізмів роботи банків із роздрібними клієнтами, які забезпечують банкам все зростаючу частину ресурсів, активів та прибутків.

Серед основних загальних тенденцій розвитку вітчизняного банківського роздрібного бізнесу можна виокремити наступні:

- 1) зміна структури та вигляду банківської установи: багатоканальна діяльність із поєднанням нових та традиційних технологій та інструментів;
- 2) розвиток самообслуговування клієнтів;
- 3) віртуальні банківські та фінансові технології: управління банківськими рахунками, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладання контрактів;
- 4) комплексне використання нових інформаційних та комунікаційних технологій для електронного та змішаного (традиційного та нового) маркетингу;
- 5) нові можливості внутрішнього контролю та аудиту (що також позитивно впливає на якість банківських послуг);
- 6) зміни в кваліфікації робітників: продукт-менеджер, консультант, спеціаліст з трансакцій та консультацій.

Нерозвиненість деяких видів послуг на роздрібному ринку банківських послуг зумовлена недорозвиненістю загального рівню соціально-економічних умов, а також тим, що у банках відсутні достатні кошти, які можна спрямувати у розвиток цих видів послуг, оскільки їх запровадження потребує значних витрат. Тому розвиток роздрібних послуг стримують неоптимальні умови (тарифи) надання послуг, низький рівень обслуговування, незручне місце розташування філій та втрата довіри до установи.

Сучасна ситуація в діяльності фінансового ринку характеризується значним перерозподілом у банківському секторі, посиленням процесу жорсткої конкуренції, продовженням зниження чистої процентної маржі банківських операцій, посиленням контролю з боку НБУ, зміною стратегій банків у просуванні на фінансовому ринку і підвищенні прибутковості діяльності. Тому роздрібне банківництво може успішно розвиватись лише за умови законодавчого збалансування інтересів усіх його суб'єктів – вкладників, позичальників і банків. Інтереси банків повинні бути захищеними не гірше, ніж інтереси позичальників, інакше не будуть захищеними й інтереси вкладників.

Створення різних варіантів надання банківських послуг роздрібним клієнтам і розширення альтернативних каналів їх реалізації розглядаєть-

ся банками як необхідний крок до створення до віртуального банку. Віртуальний банк припускає не тільки відмову від традиційної стаціонарної філіальної мережі і перехід на віртуальні канали збуту, але і повну заміну структури банку і форм його взаємодії з клієнтом. Поняття “віртуальний банк” у даний час об’єднує різноманітні електронні фінансові послуги: домашній банкінг (Homebanking), цифровий обмін даних (Electronic Data Interchange), електронний брокераж (Electronic Brokerage), чип-карти, робочі відео конференції (Desktop Videoconferencing), інтерактивне або цифрове телебачення, телефонний банкінг (Telefonbanking) та ін. проте це є лише проміжною стадією на шляху до справжнього віртуального банку, який сформується лише тоді, коли клієнти сприйматимуть інститут банку лише як набір послуг, а не як фізично існуючу організацію.

Комерційним банкам у сучасних умовах, на наш погляд, варто ставити перед собою завдання щодо розвитку та досягнення лідируючих позицій на ринку роздрібних банківських послуг. Для досягнення поставлених цілей їм необхідно запроваджувати в практику нові види банківських послуг. Кожний банк повинен формувати власну політику на ринку роздрібних банківських послуг, враховуючи такі чинники як фінансовий стан, місцезнаходження, мережу філій, клієнтську базу. Тому на практиці політику комерційних банків на зазначеному сегменті ринку доцільно розробляти у вигляді цілісної концепції. Основними принципами політики комерційних банків на ринку роздрібних повинні стати персоналізація обслуговування, комплексність обслуговування, партнерство, раціональність позицій при врахуванні власних інтересів, створення комфортних умов обслуговування клієнтів.

Манжос, С.Б. Проблеми та перспективи розвитку банківського роздрібногo бізнесу [Текст] / С.Б. Манжос, А.А. Нестеренко // Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції (24-25 травня 2012 р.). – Суми : УАБС НБУ, 2012. – Т. 1. – С. 64-66.