



ЦИТ: ua117-015

DOI: 10.21893/2415-7538.2016-05-1-015

УДК 336.71

Гребенькова О. А.

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В
ОБЪЕМЕ И КАЧЕСТВЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ**

ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный
университет сервиса», Россия, г. Тольяти,
Гагарина 4, 445017

Grebenkova O.A.

**DEFINITION OF NEEDS OF NATIONAL ECONOMY IN THE VOLUME
AND QUALITY OF BANKING SERVICES**

The Volga University of Service, Russia, Togliatti, Gagarina st. 4, 445017

Аннотация. В последние годы отмечается динамичное развитие российского банковского сектора. Растут активы банков, объем привлеченных вкладов, капитализация банковской системы. Однако эти тенденции не изменили положения российской банковской системы на мировых рынках, и по этим показателям она значительно уступает банковским системам развитых стран. В связи с этим появляется необходимость изучения направлений, проблем и перспектив развития рынка банковских услуг. В рамках этого направления необходимо осуществлять сбор информации, необходимой для исследования данного рынка; изучать виды услуг и определять их стоимость; качественно организовывать реализацию услуг. Накапливание информации необходимо для изучения реального и потенциального рынков банковских услуг, определения потребностей и перспектив национальной экономики в данном сегменте рынка.

Ключевые слова: банки, банковские услуги, банковский сектор, изучение потребностей, направления развития

Abstract. In recent years, there has been a dynamic development of the Russian banking sector. The assets of banks, the volume of attracted deposits, the capitalization of the banking system are growing. However, these trends have not changed the position of the Russian banking system in world markets, and these indicators are much inferior to the banking systems of developed countries. In this regard, there is a need to study the directions, problems and prospects for the development of the banking services market. In this direction, it is necessary to collect information necessary for the study of this market; To study the types of services and determine their cost; To organize the implementation of services in a qualitative way. Accumulation of information is necessary for studying the real and potential markets for banking services, determining the needs and prospects of the national economy in this market segment.

Keywords: Banks, banking services, banking, needs research, development trends

Вступление. Необходимость выявления прогрессивных методов и механизмов предоставления банковских услуг потенциальным потребителям



является основным и перспективным направлением реализации стратегии в банковском секторе. Деятельность кредитных организаций в большей степени ориентируется на потребности реальной экономики. Сохраняется устойчивая тенденция роста кредитных вложений, согласно отчетности кредитных организаций качество их кредитных портфелей остается в основном удовлетворительным.

Основной текст. В настоящее время сложившаяся ситуация на мировом финансовом рынке предполагает, что в долгосрочной перспективе для удержания лидерства кредитным учреждениям необходимо вести открытую маркетинговую и информационную политику по отношению к реальным и потенциальным клиентам. Это будет способствовать не только повышению лояльности потребителей кредитных услуг, но и укреплению репутации банковского сектора в целом.

Особую роль для детального анализа рынка банковских услуг имеет его сегментация, заключающаяся в том, что для определения своих преимуществ по сравнению с возможностями конкурентов банк ищет и находит наиболее подходящий ему сегмент рынка, выявляет конкретные группы потребителей, служащих предметом повышенного интереса банка, в отношении которых будут проводиться интенсивные исследования и работа по продвижению услуг.

Маркетинговые исследования играют важную роль в развитии клиентской базы банковского сектора. Без них уже практически невозможно представить разработку новой кредитной услуги, выпуск рекламного ролика или открытие нового банковского отделения. Цели исследований могут быть совершенно разными: от диагностики используемого бренда до выяснения положения банка в конкурентной среде. Все они призваны выявить будущие тенденции, которые можно использовать в дальнейшем развитии банковского сектора.

В конечном же счете изучение рынка банковских услуг осуществляется в направлении единой цели: рациональное использование доходов и временно высвобождающихся денежных средств в хозяйстве.

Изучение рынка банковских услуг ориентируется на достижение высоких количественных, качественных и социальных показателей, таких как количество клиентов банка и их счетов, объем депозитов, кредитных вложений, инвестиций, размеры совершаемых банком операций и услуг, показателей доходов расходов банка, сроки обработки документов, степень удовлетворения клиентов по объему, количеству и качеству услуг[2].

Сохранение сложившейся банковской клиентуры в сфере розничных услуг основывается на формировании и повышении ее лояльности. Для достижения этих целей банк должен проводить следующие специальные мероприятия.

Во-первых, необходим анализ текущего состояния клиентской базы банка. Для определения эффективности работы по удержанию клиентов рассчитывается коэффициент сохранения клиентов в зависимости от количества лояльных клиентов банка или клиентов, прекративших обслуживание в банке. Банк должен устанавливать причины потерь потребителей, а также постоянно осуществлять анализ жалоб и предложений своих клиентов.



Во-вторых, на основе анализа историй взаимоотношений с клиентами банк сегментирует клиентскую базу, определяет ценность клиентов. Политика удержания клиентов должна быть направлена, прежде всего, на тех из них, которые представляют наибольшую ценность для банка [1].

Самый привлекательный и развитый сегмент банковского рынка — обслуживание крупных корпоративных клиентов, — в последнее время характеризуется небольшой маржой и ограниченными возможностями заключения сделок на выгодных для банка условиях, вызванных в том числе сильной конкуренцией со стороны международных банков. Российские компании напрямую привлекают значительную часть необходимых им средств с международного рынка капитала. С ростом суверенного рейтинга России потенциал роста бизнеса российских банков в секторе корпоративного кредитования будет только уменьшаться.

Выход на российский рынок иностранных инвесторов также способствует развитию данного рынка банковских услуг, поскольку именно через покупку или создание на территории Российской Федерации коммерческих банков, преимущественно специализирующихся на конкретном сегменте и продуктовом ряде, как правило, розничном, иностранные инвесторы «тестируют» экономическую систему России «на прочность» для оценки ее инвестиционной привлекательности и перспектив развития.

Можно выделить ряд факторов, влияющих на развитие банковских услуг, важнейшими из которых являются:

- профессионализм руководства, которому отводится центральная роль в обеспечении роста объемов и повышении эффективности операций, прежде всего с точки зрения стратегии развития и управления портфелем операций;
- уровень расходов на ведение операций и организация постоянного и систематического контроля за ними;
- оценка кредитоспособности и уровня риска;
- объект сделки с учетом сегмента клиентуры и территориального размещения;
- эффективность распределения по регионам с использованием альтернативных каналов обслуживания;
- повышение эффективности традиционных каналов за счет применения высокопроизводительных процессов и информационных технологий.

Таким образом, за финансовыми успехами развития банковских услуг стоят организационные способности банков, которые определяются такими факторами, как уровень руководства, кредитная политика, маркетинг и сбыт.

Стандартизация процессов предоставления банковских услуг признана ключевым фактором изменения ситуации в пользу клиентов и банков. Она призвана обеспечить качественное предложение услуг по всем каналам сбыта, а также гарантировать оптимизацию внутрибанковских процессов. Таким образом, стандартизация рассматривается как решающий фактор роста и повышения доходности банковской деятельности в современных условиях.

Основными направлениями развития банковских услуг станут внедрение и



расширение разнообразных форм дистанционного доступа к управлению счетом, расширение диапазона времени, когда человек может воспользоваться своими деньгами и осуществить необходимые платежи. А привлекательная идея «финансового супермаркета», продвигаемая рядом банков, еще долго останется вариантом не для всех: пока клиент не может просто принести в банк наличные и заплатить без квитанции просто по реквизитам – говорить о каком-то поступательном движении в банковской рознице бессмысленно[3].

В качестве важнейших задач, требующих решения и направленных на достижение указанных целей, а также устранение факторов, сдерживающих развитие банковского сектора, Правительством РФ в Программе социально-экономического развития РФ на среднесрочную перспективу названы: стимулирование потребительского кредитования и кредитования предприятий среднего и малого бизнеса; совершенствование законодательного регулирования деятельности микрофинансовых организаций; развитие новых сегментов рынка банковских услуг, ориентированных на предоставление широкого спектра банковских продуктов конечному потребителю, прежде всего в области розничного потребительского кредитования и ипотеки; развитие потребительского кредитования, включая вопросы обеспечения защиты прав граждан при использовании таких кредитов.

Если определенные препятствия структурного характера будут устранены, то у России появится реальная возможность создать широкий и емкий рынок розничных банковских услуг, подобный тому, что формируется сейчас в Центральной Европе.

Заключение.

Таким образом, рынок банковских услуг представляет собой сложную область формирования спроса и предложения на производные банковской деятельности, которые относятся к товарному типу денежно-кредитных и финансовых отношений, характеризующихся свободным выбором партнеров и наличием конкуренции. Развитие этих отношений способствует увеличению спроса и предложения на услуги банков, стимулирует операции по расширению структурных элементов ассортимента и качества услуг.

Литература:

1. Зиновьева С.В. Клиентоориентированная стратегия банка [Текст] / С.В. Зиновьева // Банковское дело. – 2008. - №2. – с. 98 – 100.
2. Уткин Э.А. Банковский маркетинг [Текст] / Э.А. Уткин / М.: ИНФРА-М, 2008. – С. 18-20.
3. Форкуш, А.Н. Организационно-экономический механизм повышения эффективности деятельности банка в сфере розничных услуг / А.Н. Форкуш // Банковские услуги. – 2009. - №4. – С. 32 – 40.

Статья отправлена: 13.03.2017 г.

© Гребенькова О. А.