

ства, тобто його торговельною площею, кількістю касових апаратів та каналів обслуговування.

Оскільки показники фінансово-господарської діяльності торговельного підприємства формуються під впливом умов зовнішнього середовища, тобто розмір окремого показника акумулює в собі умови внутрішнього та зовнішнього середовища, то клієнтська складова є як внутрішньою, так і зовнішньою відносно економічного потенціалу підприємства. Вона регулює потік грошових коштів на підприємстві, їх величину і таким чином впливає на фінансовий потенціал. На трудовий потенціал клієнтська складова впливає у вигляді розміру товарообороту, як результату продуктивності праці працівників торговельного підприємства. Крім того, саме клієнтська складова є регулятором та передумовою виникнення виробничої складової економічного потенціалу торговельного підприємства.

Висновки. Таким чином, досліджуючи склад економічного потенціалу торговельного підприємства вважаємо за доцільне виділити окрему складову, що впливає не лише на ефективність здійснення торговельної діяльності ззовні, але і здійснює регулювання та оптимізацію ресурсів в середині підприємства. Зважаючи на безпосереднє спрямування всієї діяльності торговельного підприємства на споживача, ця складова повинна носити назву «клієнтської». Саме врахування клієнтської складової дозволить торговельному підприємству оптимізувати структуру його економіч-

ного потенціалу, розшири можливості своєї діяльності та досягнути високого соціального та економічного результату.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Організація торгівлі : підручник / [В. В. Апопій, І. П. Мішук, В. М. Ребицький, С. І. Рудницький та ін.] – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 632 с.
2. Словник іншомовних слів / [за ред. О. С. Мельничука]. – К.: головна редакція УРЕ, 1974. – 775 с.
3. Економічна енциклопедія: У 3-х т. Т.3 / [редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.] – К. : Видавничий центр „Академія”, 2002. – 952 с.
4. Hans D.Sidow Key-Account-Management. Geschäftsausweitung durch kundenbezogene Strategien. – Mi-Fachverlag, 2007. – 270s.
5. Смолін І. В. Потужність торговельного підприємства та інструментарій її оцінки / І. В. Смолін // Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі. – 2004. – № 3. – С. 181-189. – (Серія економічні науки)
6. Пілецька С. Т. Стратегічний аналіз потенціалу підприємства в обґрунтуванні стратегії економічного розвитку / С. Т. Пілецька // The Economic Messenger of the NMU – 2009. – № 1. – С. 100-107.

УДК 336.71:330

Костогриз В. Г., Овчарук О. М.

ДИСТАНЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА СКЛАДОВА СИСТЕМИ ДИСТРИБУЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ

В статті проведено аналіз та систематизація теоретичних та практичних аспектів пов'язаних з оцінкою перспектив та особливостей організації дистанційного обслуговування як важливої складової системи дистрибуції банківських продуктів порівняно з традиційними методами. Визначено основні бар'єри, що гальмують значне використання Інтернет-банкінгу на банківському ринку України та запропоновано основні шляхи їх подолання.

Ключові слова: дистанційне обслуговування, система дистрибуції банківських продуктів, Інтернет-банкінг, онлайн-банкінг, електронний фінансовий супермаркет.

Kostogriz V., Ovcharuk A.

REMOTE SERVICE ARE PERSPECTIVE CONSTITUENT OF SYSTEM DISTRIBUTION OF BANK PRODUCTS

In the article it is conducted analysis and systematization of theoretical and practical aspects of the prospects and features of organization of remote service as important component related to the estimation systems of distribution of bank products by comparison to traditional methods. Certainly basic barriers which break the considerable use the Internet-banking at the bank market of Ukraine and the basic ways of their overcoming are offered.

Keywords: remote service, system of distribution of bank products, Internet-banking, on-line-banking, electronic financial supermarket.

Постановка проблеми. Український фінансовий ринок постійно зазнає якісних та кількісних змін, що полягають в ускладненні його структури та посиленні конкуренції між фінансовими установами. Пройшовши етапи виникнення, та становлення, фінансовий сектор України знаходиться в стадії жорсткої конкурентної боротьби як з боку українських, так і іноземних фінансових установ. В сучасних умовах кожен з учасників фінансового ринку, зокрема банківські та небанківські установи, знаходиться в стані постійної боротьби за клієнта та пошуку нових способів надання послуг по задоволенню потреб різних сегментів споживачів фінансових продуктів.

На сьогодні банківська діяльність є однією з найбільш сприятливих сфер для впровадження новітніх інформаційних технологій. Досить велика кількість операцій та завдань, що виникають у процесі роботи банку, піддаються автоматизації. Швидка обробка потоків інформації є одним із головних чинників, що впливають на прийняття управлінських рішень та на ефективність банківської діяльності загалом. Окрім того, банки мають достатні фінансові можливості для впровадження найсучаснішої техніки. Тому, дистанційне банківське обслуговування є тим перспективним та актуальним напрямком дистрибуції банківських продуктів, що потребує додаткового вивчення та подальшого впровадження.

Аналіз основних публікацій та досліджень. У вітчизняній та зарубіжній науці питання пов'язані з особливістю функціонування, організації нетрадиційних банківських послуг з використанням інформаційних технологій присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних науковців. В роботах Засадної Х. О. [1], розглянуто питання захисту електронних банківських ресурсів, проаналізовано інформацію, яку містять веб-сторінки банків та компаній-розробників програмного забезпечення для захисту інформації в банківських системах. В роботах Чуб. О. О. [9] запропоновано методику визначення прибутковості банківських послуг, які надаються каналами Інтернет. Самородов Б. В. [5] розглядає сутність системної інтеграції та важливість її використання для розвитку IT-інфраструктури банку, визначає основні шляхи для забезпечення безперервності головних бізнес-процесів у банку з огляду використання інформаційних технологій. Основним завданням та перспективам автоматизації банківської діяльності, причинам впровадження та шляхам зменшення витрат на створення та утримання автоматизованих банківських систем за рахунок інтеграції окремих апаратно-програмних комплексів присвячені роботи Сніщенко Р. Г., Гладкий В. В., Ардашов С. А. [6]. В роботах Михайлюк Г. аналізується цивільно-правовий аспект нетрадиційної банківської послуги Інтернет-банкінг [2]. В роботах Тарасової О. О. [7] проводиться порівняльний аналіз існуючих у світовій практиці платіжних систем та запропоновано впровадження сучасного платіжного інструменту –

електронної готівки. Надано алгоритм здійснення розрахунків електронними грошима.

Проте, не дивлячись на значну роль, яку відіграє дистанційне обслуговування у функціонуванні банківської системи та великої кількості праць присвячених даній проблематиці, багато питань щодо розвитку операцій комерційних банків у мережі Інтернет, особливостей та проблем їх організації залишаються недостатньо дослідженими. Окрім того, в багатьох працях науковців основна увага приділяється аналізу зарубіжного досвіду Інтернет-банкінгу, й не завжди враховані основні аспекти, що не можуть бути перенесені на національну економіку.

Метою статті є аналіз та систематизація теоретичних та практичних аспектів пов'язаних з оцінкою перспектив та особливостями організації дистанційного обслуговування як важливої складової системи дистрибуції банківських продуктів порівняно з традиційними методами, визначення основних бар'єрів, що гальмують значне їх використання на банківському ринку України.

Виклад основного матеріалу. Основна суть дистанційного обслуговування полягає в самообслуговуванні клієнта переважним чином через системи онлайн-банкінгу: Інтернет-банкінгу (Internet banking), мобільного банкінгу (mobile banking, m-banking), телебанкінгу (teleshopping) тощо. Онлайн технології дозволяють значно зекономити для банку фінансові ресурси за рахунок значного зменшення витрат на оренду й обслуговування приміщення, зменшення кількості персоналу, а відповідно зменшення витрат на оплату праці. Також використання дистанційних систем дистрибуції банківських продуктів дозволяє охопити ширший сегмент клієнтів, необмежений географічним розташуванням банківської установи.

Дослідження західних банків, проведене консалтинговою компанією The Boston Consulting Group в 2009 році показало, що за рахунок меншої вартості утримання клієнта (на 4%), більшого об'єму продажів послуг (на 8%) і зниження вартості обслуговування (на 14%) банківський клієнт, який обслуговується в режимі онлайн приносить прибутку на 26% більше, ніж той що користується традиційною офлайновою послугою [8].

Система управління банківським рахунком за допомогою телефону, який працює в тоновому режимі (teleshopping), дає змогу клієнтам банку по телефону отримувати інформацію про стан свого рахунку, здійснювати переказ засобів з рахунку на рахунок, а також здійснювати комунальні платежі. При цьому для доступу в мережу не треба ані мобільного телефону, ані комп'ютера. Клієнт банку за допомогою телефонного банкінгу може управляти своїм рахунком або через оператора за допомогою голосу, або автоматично, набираючи необхідний номер телефону.

Мобільний банкінг або GSM-банкінг – управління банківським рахунком за допомогою мобільного телефону або портативного комп'ютера (Personal Digital Assistant) з використанням тех-

нології безпроводного доступу. Основними перевагами мобільного банкінгу є можливість контролювати стан свого банківського рахунку, здійснювати грошові перекази зі свого рахунку в будь-який момент часу та з будь-якої точки світу, отримувати на мобільний телефон оперативну інформацію у вигляді sms-повідомлень про платежі та надходження на рахунок, про баланс рахунку та останні здійснені платежі. SIM-карта дає змогу також здійснювати персоналізацію користувача та захист цієї програми шляхом набору PIN-коду. Крім того, мобільні телефони стандарту GSM дають змогу захищати канал зв'язку завдяки криптографічним засобам [3].

Технологія віддаленого банківського обслуговування, яка дає змогу клієнтові отримувати банківські послуги, через мережу Інтернет (Internet banking) є однією з найбільш вживаною складовою дистанційної системи дистрибуції банківських послуг, оскільки відрізняється найбільшою багатofункціональністю сервісу.

Вперше банк, який обслуговував клієнтів через Інтернет, з'явився у 1995 році – Security First Network Bank. За підсумками першого року роботи, його активи становили 110 млн. доларів, щомісячний приріст капіталу – 20 %, а кількість клієнтських рахунків перевищила 10 тисяч. У березні 2001 р. японський уряд видав ліцензію на відкриття онлайн-банку корпорації Sony, який тільки за перший місяць роботи відкрив 21 тис. рахунків. Успіхи американських і японських віртуальних банкірів зумовили те, що у 2004 р. приблизно кожен третій банк у світі пропонував послуги Інтернет-банкінгу [9].

В Україні присутня постійна позитивна динаміка збільшення кількості населення, що використовує Інтернет технології, що було спричинено підвищенням доступності користування мережею Інтернет, зниженням цін на високошвидкісний Інтернет, збільшенням території покриття мережі. Таким чином, в 2009 році кількість Інтернет-користувачів збільшилася на 2,2 млн. осіб і склала 10,4 млн. осіб (рис. 1). Як і в минулі роки, безумовним лідером по кількості Інтернет-користувачів є м. Київ, випереджаючи найближчий регіон більш ніж в три рази.

Банківські операції, що переважним чином входять до послуг Інтернет-банкінгу: надання загальної інформації щодо стану рахунків, і карток та доступних на них сум, можливість керування своїми рахунками як в іноземній так і в національній валюті, оплату комунальних платежів, поповнення рахунків операторів мобільного зв'язку, оплату рахунків за товари, у тому числі придбані в Інтернет-магазинах, відкриття додаткових карток і рахунків, блокування платіжних карток клієнтом, переказ коштів з картки на картку, брокерське обслуговування (купівля та продаж цінних паперів, створення інвестиційного портфеля, можливість участі в пайових фондах банку, участь у торгах на ринку FOREX) тощо.

Основними перевагами роботи в системі Інтернет-банкінгу є в тому, що всі операції виконуються переважним чином в режимі онлайн, система працює цілодобово, без вихідних і є доступною у будь-якій точці світу, де є можливість для клієнта підключення до мережі Інтернет [1]. Система Інтернет-банкінгу має, зазвичай, максимально спрощену систему попередньої реєстрації та, як правило, цілий перелік безкоштовних довідок. Механізми взаємної аутентифікації банку та клієнта повинні забезпечувати максимальну захищеність інформації про клієнта та цілісність й достовірність переданої інформації.

Досить позитивною технологією, щодо вирішення проблеми ідентифікації особи клієнта у технологічному просторі є запровадження електронного цифрового підпису, що згідно з Законом України „Про електронний цифровий підпис” [4] являє собою вид даних в електронній формі, що отримані за результатом криптографічного перетворення набору електронних даних, який додається до цього набору або логічно з ним поєднується і дає змогу підтвердити його цілісність та ідентифікувати підписувача. Електронний цифровий підпис накладається за допомогою особистого ключа та перевіряється за допомогою відкритого ключа.

В умовах сьогодення сформувалося декілька моделей онлайн-банківського бізнесу. Це Інтернет-підрозділ традиційного (офлайн-банку), який доповнює мережу філій і телефонних цент-

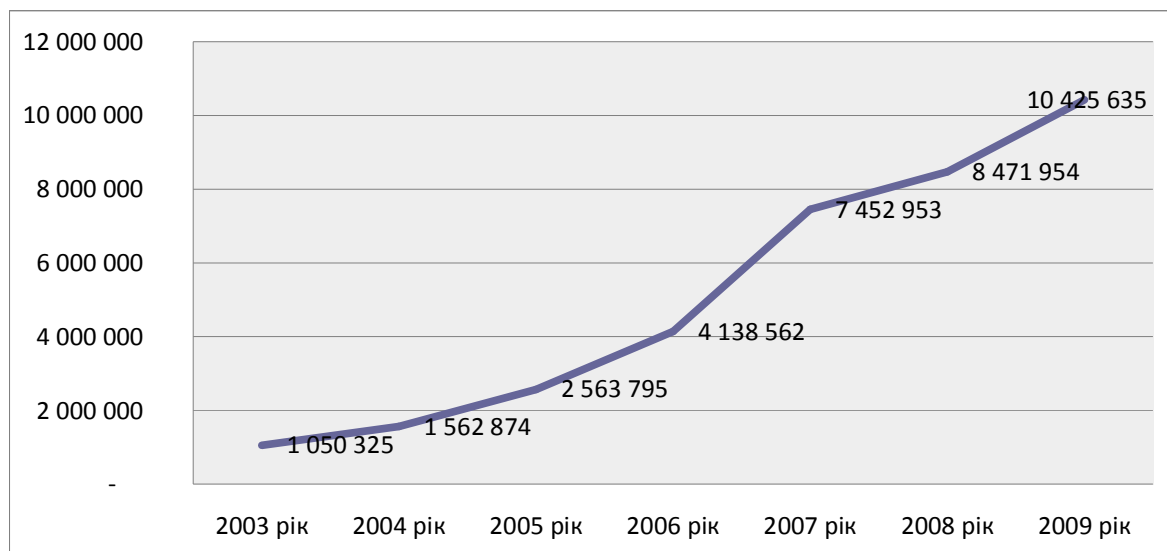


Рис. 1. Обсяг Інтернет-аудиторії за період 2003-2009 роки

рів та агрегат електронного фінансового супермаркету, що здійснює веб-продаж продуктів як банків так і інших фінансових інститутів. Приклад функціональної схеми організації інформаційно-грошових потоків фінансового супермаркету в мережі Інтернет представлено на рис. 2.

кож он-лайн спілкування з загальним менеджером-консультантом фінансового супермаркету.

Проте, не дивлячись на позитивні тенденції в розвитку Інтернет-аудиторії і технологій, послуги дистанційного обслуговування через мережу Інтернет пропонує не більше 40 або лише 22% від

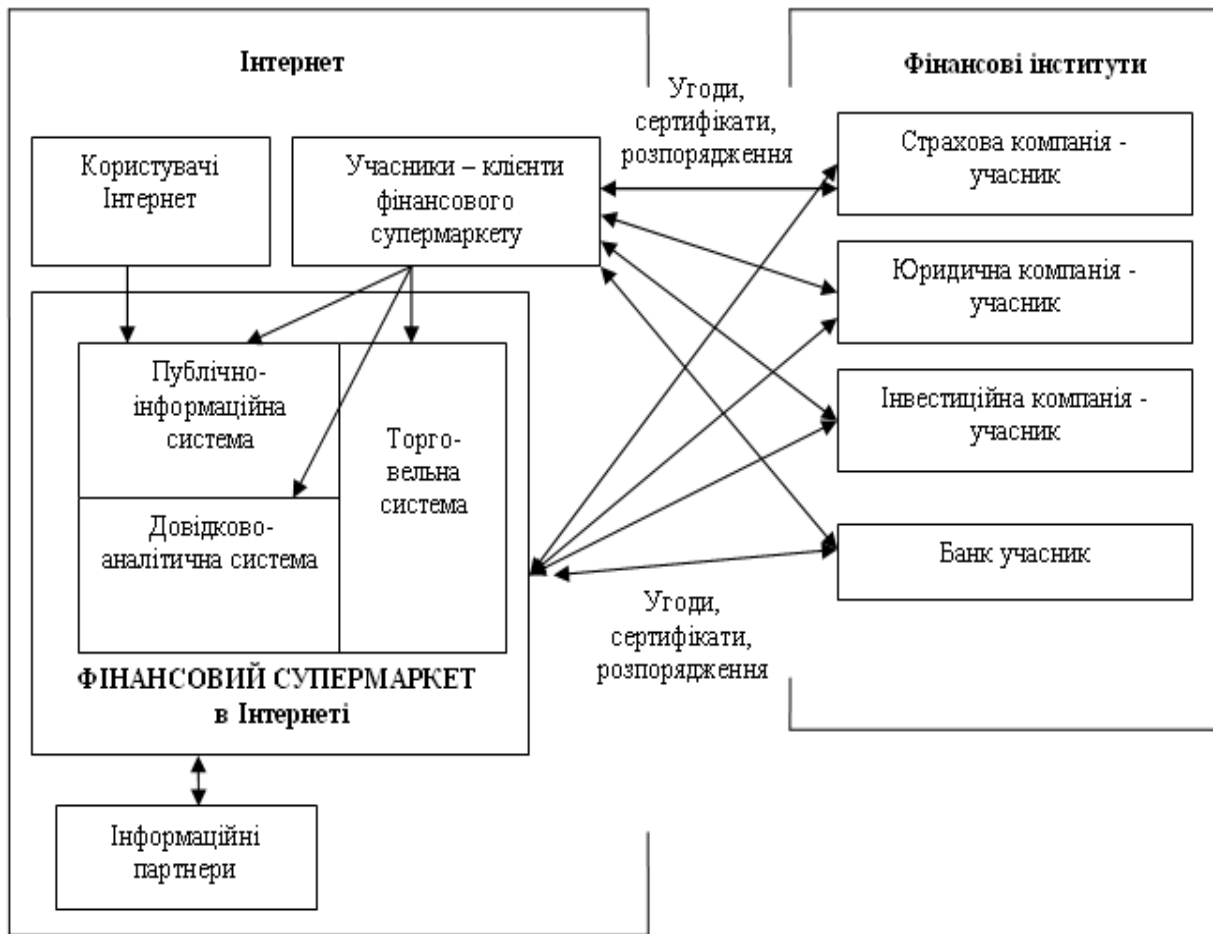


Рис. 2. Функціональна схема організації інформаційно-грошових потоків фінансового супермаркету в мережі Інтернет.

За даними Online banking report [2] в США майже всі лідери американського банківського бізнесу надають послугу Інтернет-банкінгу – Citicorp, Chase, Bank of America, Wachovia/First Union, Wells Fargo через „фінансові супермаркети” Інтернет-послуг.

Електронна система фінансового супермаркету передбачає можливість співпраці великої кількості різноманітних банківських та небанківських структур. Прикладом, фінансового супермаркету в режимі он-лайн в Україні може бути проект „Ліга фінанси”, на порталі ЛІГА.net, що пропонує своїм клієнтам банківські послуги від банків „Фінанси і Кредит”, „Альфа Банк Україна”, „Правекс-Банк”, „ВТБ Банк”, страхові послуги представлені компаніями „UTICO”, „UNIQA Життя”, „Оранта”, „Дженералі Гарант”, а також інвестиційні послуги представлені фінансовими установами „P&S Group”, „X-Trade Brokers”, „iTrader”, „Он-лайн капітал”. По кожному виду фінансових послуг існує можливість задати питання експертам, а та-

загальної кількості українських банків, що мають ліцензію на проведення банківських операцій. Серед яких „Райффайзен Банк Аваль”, „Укрсоцбанк”, „Укрексімбанк”, „Приватбанк”, „Universal Банк”, „ОТР Банк”, „ПУМБ”, „VAB BANK” та інші.

При цьому кількість банків, які пропонують по справжньому повне управління всіма рахунками через Інтернет-банкінг складає всього 8% (рис.3), більшість консервативних банків обмежуються досить вузьким переліком операцій, що проводяться через мережу Інтернет.

Основною перепоною до більш масового використання Інтернет-банкінгу банками України, на нашу думку, є „накладання ризиків”. Адже, при проведенні операцій через мережу Інтернет, банки стикаються з тими ж видами ризиків, що й при проведенні діяльності класичним способом, тобто з кредитним, процентним, валютним, операційним та іншими ризиками. Проте при проведенні операцій через Інтернет-банкінг з’являються технологічні ризики, що пов’язані з програмним забезпеченням, технологічними збоями, загрозами втрати бан-

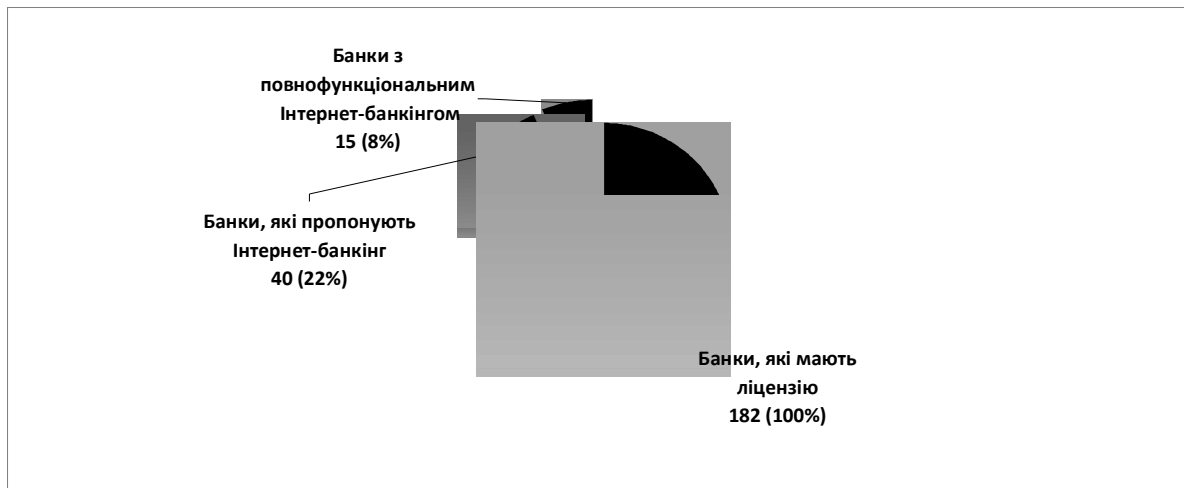


Рис. 3. Обсяг банків України, що пропонували послуги Інтернет-банкінгу в 2009 році

ківської інформаційної безпеки через користувачів зовнішніх мереж (атаки з Інтернету, зловмисне використання каналів дистанційного банківського обслуговування, автоматичне підключення програм руйнівної дії, комп'ютерні віруси тощо). Інтернет-технології збільшують залежність банків від інформаційних технологій, що приводить до збільшення проблем безпеки та до технологічних складностей проведення операцій. З метою обслуговування інформаційних систем банк прагне до тісного партнерства з такими небанківськими структурами як Інтернет-провайдери, телекомунікаційні компанії та інших технологічних фірм, що знаходяться поза сферою банківського регулювання та нагляду [7]. Таким чином, Інтернет-технології модифікують характер традиційних банківських ризиків й вносять різноманітність в їх структуру, впливаючи на загальні параметри профілю ризиків банку.

Здійснення в Україні банківських розрахунків через Інтернет стримується також відсутністю чи недосконалістю відповідних законодавчих актів, які б регулювали цей вид діяльності. Відповідно до методичних рекомендацій суб'єктам первинного фінансового моніторингу щодо „Управління ризиками щодо відмивання злочинних доходів та фінансування тероризму” визначених Наказом №143 від 9.10.2009 від Державного комітету фінансового моніторингу України банківські продукти реалізовані через Інтернет-банкінг визначено як „продукти з дуже високою вірогідністю використання для відмивання доходів, одержаних злочинним шляхом”. Проте запропоновані шляхи управління даними ризиками на практиці не дали бажаних результатів. Не дивлячись на те, що банки досить багато уваги приділяють захисту інформації клієнта, постійно існують як внутрішні зловживання так і зовнішні загрози, пов'язані з її втратою або спотворенням.

Незважаючи на існування вказаного вище Закону України „Про електронний цифровий підпис”, практичного застосування вказана технологія сьогодні майже не має через її недосконалість та

небажання людей користуватися зазначеним методом ідентифікації. Щодо міжнародних операцій через Інтернет-банкінг, то не у всіх країнах прийняті закони про електронні підписи та про дійсність договорів, що укладаються електронним способом.

З метою подолання основних бар'єрів, що гальмують належний рівень організації та більш широкого запровадження Інтернет-банкінгу як одного з основних складових дистанційного обслуговування фінансовими установами та підвищення довіри клієнтів до даної складової системи дистрибуції банківських продуктів необхідно:

- покращення системи гарантування безпечності платежів як для покупців так і для продавців банківських продуктів,
- покращення цивільно-правового регулювання Інтернет-банкінгу,
- створити умови для масового запровадження системи цифрових підписів, які дозволитимуть безпомилково ідентифікувати особу;
- розробка та запровадження нових нетрадиційних банківських послуг більш адаптованих до електронного способу надання;
- нові підходи до підготовки висококваліфікованого банківського персоналу.

Висновки. В умовах загострення конкурентної боротьби між банками та іншими фінансовими установами постає необхідність у розширенні спектра послуг, які ними надаються, а також у кращому і найбільш повному задоволенні потреб клієнтів. Важливими ідеями створення дистанційного обслуговування є вільний вибір та можливість самообслуговування. Найбільш ефективний для цього спосіб — пропонувати персональні послуги не лише через мережу звичайних філій, а й через сучасні канали продажу фінансових продуктів (спеціалізовані банківські центри обробки замовлень, Інтернет-банкінг, центри мобільного телефонного зв'язку тощо). Проте вітчизняні реалії показують існування великої кількості бар'єрів, що гальмують належний рівень організації та більш широкого запровадження Інтернет-банкінгу як одного з

основних складових дистанційного обслуговування фінансовими установами та підвищення довіри клієнтів до даної складової системи дистрибуції банківських продуктів. Їх подолання дозволить охопити більшу частину реальних та потенційних клієнтів, забезпечить мобільність, дозволить значно скоротити організаційні витрати та запропонувати нові шляхи по задоволенню потреб різних сегментів споживачів банківських продуктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Засадна Х. О. Про захист послуг Інтернет-банкінгу. [Текст] / Х. О. Засадна // Вісник Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ). – 2008. – № 3. — С. 225-229.
2. Михайлюк Г. Поняття та особливості надання банківських послуг за допомогою Інтернету. [Текст] / Г. Михайлюк // Право України. – 2010. – № 8. — С. 162-168.
3. Міндрова З. М. Проблеми та перспективи розвитку дистанційного банкінгу в Україні [Електрон. ресурс] - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/iglpdp/2004_29/287_Mindrowa_LG_29.pdf
4. Про електронний цифровий підпис [Електрон. ресурс]: закон України від 22.05.2003 із

змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 15 січня 2009 року № 879-VI– Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/ua/T030852.html

5. Самородов Б. В. Системна інтеграція як засіб для забезпечення безперервності основних бізнес-процесів у банку [Електрон. ресурс] - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Fkd/2009_2/R3/1.pdf

6. Сніщенко Р. Г. Основні аспекти автоматизації банківської діяльності. [Текст] / Р. Г. Сніщенко, В. В. Гладкий, С. А. Ардашов // Вісник КДУ імені М. Остроградського – 2010. – № 5(64). – Частина 1 – С. 87-89.

7. Тарасова Т. О. Механізм розрахунків електронною готівкою [Електрон. ресурс] - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/SocGum/Vdnuet/econ/2008_3/8%20.pdf

8. Тысячникова Н. А. Риски Интернет-банкинга: принципы и организация надзора. [Текст] / Н. А. Тысячникова // Банковское дело. – 2010. – №10 (292). – С. 79-83.

9. Чуб О.О. Развитие интернет-банкінгу в глобальному середовищі [Електрон. ресурс] - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/SocGum/VUABS/2009_1/26.3.07.pdf.

УДК 519.876.5:339.37(477)

Гальків Л. І., Демчишин М. Я.

МОДЕЛЮВАННЯ РЕАЛІЗОВАНОГО ПОПИТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Досліджено та змодельовано динаміку реалізованого попиту населення України за 1995-2009 рр., а також чинників, що його визначають. Обґрунтовано параметри моделей та обчислено прогнозні значення. Побудовано та проаналізовано регресійні моделі реалізованого попиту.

Ключові слова: економіко-математичне моделювання; моделі тренду; реалізований попит; роздрібна торгівля

Halkiv L., Demchyshyn M.

MODELING OF THE REALIZED DEMAND OF POPULATION OF UKRAINE

The article deals with the investigated and modeled dynamics of the realized demand of Ukrainian population in 1995-2009 and factors for establishment. The parameters of models are proved. Prediction values are calculated. Regressive models of realized demands are formalized and analyzed.

Keywords: economic-mathematical modeling, trend models, realized demand, retail business.

Вступ. Однією зі складових внутрішнього ринку країни, яка має соціальне значення та відіграє важливу роль у життєзабезпеченні населення, а саме – задоволенні найнеобхідніших потреб різних соціальних груп, окремих домогосподарств, кожної людини – виступає споживчий ринок. Н. Бутенко [1], визначаючи цю категорію, акцентує увагу на

тому, що на споживчому ринку окремі особи й домогосподарства купують товари та користуються послугами для особистого або сімейного споживання (використання), чим забезпечується безперервність процесу суспільного відтворення.

Для аналізу задоволення попиту населення України через роздрібну торговельну мережу і зас-