

**II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція  
СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

УДК 336.71

Николайченко Н.Н., магистрант кафедри  
банковского дела, анализа и аудита  
Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации

**СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ ОПЕРАЦИЙ  
БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

На современном этапе развития корпоративного и розничного банковского бизнеса совершенствование условий ведения политики розничного бизнеса в отношении физических лиц объективно не может ограничиваться только экстенсивным способом наращивания клиентской базы. Обращаясь к зарубежной практике организации розничной политики банковских продуктов в ведущих банках Евросоюза (Credit Agricole Group, Deutsche Bank, UBS AG), следует отметить два основных тренда, которые имеют место на рынке розничного сервиса:

1) развитие клиенто-ориентированной модели взаимодействия банк – клиент, предполагающая внедрение опций в банковский продукт путем пересмотра основополагающих условий его ведения в соответствии с потребностями клиента и его экономическим положением в каждый конкретный момент срока действия договора обслуживания;

2) развитие социально-ориентированной модели взаимодействия банк – клиент, которая с одной стороны предполагает строгую дифференциацию условий предоставления банковских продуктов, а с другой ориентирована на максимальный охват потенциальных клиентов и удовлетворение их потребностей в управлении их денежными средствами [1; 2].

Использование социально-ориентированной модели продаж банковских продуктов основано на разработке индивидуального продукта для клиента, что

## **II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

обеспечивает процесс совершенствования банковских технологий и одновременно делает его конкурентоспособным для максимально широкого социального круга граждан [3]. Применение социально-ориентированной модели в процессах розничного обслуживания физических лиц ознаменовывает принятие банками новых постулатов и парадигм взаимодействия с клиентами, а именно:

- продвижение банковских продуктов как философия конструктивного, партнерского взаимодействия банков с клиентами;
- выстраивание новой деятельности в области розничного сервиса в части оказания позитивного положительного воздействия на внутреннюю и внешнюю среду;
- постоянное принятие мер по снижению уровня рисков в деятельности банков при принятии и реализации инвестиционных решений, связанных с социально-экономической результативностью в конечных показателях работы банков.

В основе социально-ориентированной розничной политики банков лежит возможность разрабатывать новые депозитные кросс-продукты (продукты двойного назначения), отвечающие потребностям населения в решении актуальных социальных проблем. Среди основных розничных кросс-продуктов, имеющих наибольший потенциал приобрести социально-ориентированный статус, можно выделить:

- социальные дебетово-кредитные карты для получения пенсионных выплат и автоматического зачисления их на депозит;
- сберегательные (депозитные) и кредитные карт-счета для медицинского сервиса, страхования, ипотеки;
- сбережения (депозиты) и кредиты для оплаты получения высшего образования;
- кредитные и депозитные решения с дисконтной программой лояльности.

## **II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

По мнению экспертов IFC, которые подготовили исследование “The SME Banking Knowledge Guide. IFC advisory Services/Access to finance”, в настоящее время европейские банки ориентируются на три ключевых вектора развития продуктовых и сервисных предложений при реализации розничной политики:

1. Создание универсального набора или пакета таких розничных продуктов, которые, будучи объединены оригинальным способом, смогут убедить клиента перевести обслуживание различных продуктов (кредиты, кредитные карты, вклады) из разных банковских учреждений в один банк. Сегодня большая часть клиентов европейских банков – клиенты одновременно нескольких финансовых организаций. Чтобы стать основным банком для таких клиентов, нужно «встроиться» в их жизнь и, ничего не навязывая, сделать так, чтобы сервисы банка стали частью их повседневной деятельности. [4; 5].

2. Обеспечение общей рентабельности для всех продуктов ассортиментного ряда. Эта задача является сложной по нескольким причинам: во-первых, в связи со спецификой учета затрат и возможностью определения рентабельности отдельных розничных продуктов. Получение точной информации о расходах, связанных с конкретным продуктом, и их верная аллокация, то есть распределение расходов между конкретными продуктами для определения их себестоимости, могут быть затруднительны; во-вторых, представляет сложность определение влияния отдельных продуктов на результативность деятельности клиента в целом, т.к. она может быть неочевидной [4; 5].

3. Нахождение баланса между желанием банка увеличить предложение для наращивания доли рынка и признанием ограниченности возможностей банка, что верно для депозитного рынка, где разработка новых продуктов обеспечивает их большую доступность для клиента, следовательно, предоставляет возможность существенно увеличить размер портфеля за счет неудовлетворенного спроса среди клиентов, однако это ведет к росту факторов риска, поэтому разработка новых депозитных продуктов должна включать

## **II Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція СУЧАСНІ ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ**

тщательную оценку затрат и рисков [4; 5].

### **Литература**

1. International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. A Revised Framework. Comprehensive Version. – Basel Committee on Banking Supervision. – June 2006.

2. Statistical Bulletins – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/bulletin>. – Дата доступа: 11.06.2017.

3. Information for stakeholders and investors – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mmbank.by/ru/deyatelnost/15452> – Дата доступа: 11.06.2017.

4. Corporative Business Report 2014, 2015, 2016 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://mmbank.by/site\\_ru/31722/Otchet%20na%20sayt\\_2016\\_15\\_03.pdf](https://mmbank.by/site_ru/31722/Otchet%20na%20sayt_2016_15_03.pdf). – Дата доступа: 11.06.2017.

5. Standart&Poors' Annual Report “Securities Market in Belarus” – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.standardandpoors.com/ru\\_RU/web/guest/home](http://www.standardandpoors.com/ru_RU/web/guest/home) – Дата доступа: 14.06.2017.

УДК 657

Тарасенко И.А., д.э.н., профессор

Сеитмухаммедов Б., студент

Киевский национальный университет

технологий и дизайна

### **УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

В рыночных условиях хозяйствования получение прибыли и обеспечение рентабельности деятельности предприятия является необходимым условием эффективности, составляющей, обуславливающей рост рыночной стоимости