

3. Джеймс Д. Эффективный самомаркетинг. Искусство создания положительного образа / Д. Джеймс. – СПб.: Филинь, 1998. – 128 с.
4. Ebbert B. Selbstmarketing: Mehr Erfolg durch geschickte Eigen-PR (Haufe TaschenGuide) [Электронный ресурс]. – Режим доступа к матер. : <http://www.amazon.de/Selbstmarketing-Erfolg-geschickte-Eigen-PR-TaschenGuide/dp/>
5. Иваницкий И. Самомаркетинг, или О ком мечтают работодатели / И. Иваницкий. – М. : Эксмо, 2003. – 384 с.
6. Härter G. Selbst-Marketing: Zeigen Sie, was in Ihnen steckt Härter G., Ottl K. [Электронный ресурс]. – Режим доступа к матер. : <http://www.amazon.de/Selbst-Marketing-Gitte-H%C3%A4rter/dp/3774277257>
7. Манн И.Б. Маркетинг на 100%. Ремикс: как стать хорошим менеджером по маркетингу / И.Б. Манн. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2005. – 416 с.
8. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена / П.Г. Перерва. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 592 с.
9. Савельева В. С. Управління діловою кар'єрою : навч. посіб. / В.С. Савельева, О.Л. Єськов. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 176 с.
10. Филлипсон Я. Как “продавать” себя. Практическое пособие по самомаркетингу / Я. Филлипсон. – Челябинск: Урал LTD, 1997.- 160 с.
11. Франкел Л. Хорошие девочки не добиваются успеха в бизнесе. Сотня подсознательных ошибок, вредящих карьере женщины / Л. Франкел. – М. : Вильямс, 2006. – 256 с.
12. Шевченко Н.В. Маркетинг как инструментарий планирования карьеры/ Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. наук. пр. – Х.: Вид. центр ХНУ. – Т.2.-2006. – С. 213-218.
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. –11-е издание ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.
14. https://ru.wikipedia.org/wiki/Оценка_значения
15. Словарь иностранных слов. – 14-е изд., испр. – М. : Рус. яз., 1987. – 608 с.

УДК: 336.71

Іващенко А. І., к.е.н., доцент,

Карнаух А. М., магістрант

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

ФІНАНСОВИЙ ІНЖИНІРИНГ ЯК СКЛАДОВА ДОДАТКОВОГО НАДХОДЖЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ У БАНКУ

В статті розглядаються процеси створення банківських продуктів, сучасні інноваційні технології обслуговування на ринку банківських послуг. Також, виділяються основні напрямки розвитку фінансового інжинірингу для досягнення і отримання необхідних конкурентних переваг в банківській діяльності.

Ключові слова: фінансовий інжиніринг, безконтактні платежі, інтернет банкінг, інноваційне банківське кредитування.

In the article we describe creation of new banking products, modern innovation service in the banking market. Also, the main areas of financial engineering are identified for achieving operation strategic goals and obtaining the essential competitive advantages in banking activity.

Keyword: financial engineering, noncontact payments, internet – banking, innovation banking crediting.

В статье рассматриваются создание банковских продуктов, современные инновационные технологии обслуживания на рынке банковских услуг. Также, автор выделяет основные направления развития финансового инжиниринга, достижение и получения необходимых конкурентных преимуществ в банковской деятельности.

Ключевые слова: финансовый инжиниринг, бесконтактные платежи, интернет банкинг, инновационное банковское обслуживание.

Вступ. Ефективна діяльність українських комерційних банків залишається найважливішою умовою успішного економічного розвитку країни і багато в чому зумовлює темпи зростання економіки держави. Тому виникає необхідність її модернізації за рахунок впровадження і використання інноваційних фінансових технологій із застосуванням фінансового інжинірингу.

Створення банківських продуктів за допомогою інструментів фінансового інжинірингу дають змогу розширити можливості інвестування суб'єктів господарювання з індивідуально визначеними параметрами грошових потоків, цін, ризику, строків та ліквідності.

Аналіз останніх досліджень. Методи надходження додаткових фінансових ресурсів для забезпечення стабільної банківської діяльності знаходяться в центрі уваги таких вчених, як Сохацька О, Бланк О., Масленченков С., Смірнов А. Але, на сьогодні не достатньо вивченими залишаються питання інноваційних методів отримання додаткових коштів, зокрема використання безконтактних карток в Україні.

Методика досліджень. Для проведення дослідження були використані наступні методи: теоретичною та методичною основою дослідження є наукові праці вітчизняних та закордонних вчених у галузі фінансового інжинірингу. В процесі дослідження було використано звіт про діяльність у 2015 році в Україні платіжних систем та переказу коштів, а також прес – реліз, як інструмент додаткового надходження фінансових ресурсів у банк.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз ролі фінансового інжинірингу у формуванні додаткових джерел отримання фінансових ресурсів банку, зокрема аналіз використання безконтактних карток в Україні та європейських державах та можливості застосування європейського досвіду у національній банківській системі.

Результати досліджень. В економічній літературі не існує єдиного визначення поняття «фінансовий інжиніринг», тому доцільно провести аналіз визначень цього поняття (табл.1), де можна побачити цілісне бачення даного поняття.

Виходячи з наданих трактувань, можна стверджувати, що економічна сутність фінансового інжинірингу у банківській сфері полягає у створенні інноваційних банківських продуктів і послуг, які застосовуються банками для перерозподілу фінансових ресурсів, ризиків, ліквідності, прибутковості та інформації відповідно з власними інтересами, специфічними потребами контрагентів і змінами в макро - і мікросередовищі банку.

Таблиця 1.

Аналіз тлумачення поняття «фінансовий інжиніринг»

№	Автор	Сутність поняття
1.	С. Масленченков	Фінансовий інжиніринг - це фінансове забезпечення клієнта з використанням різних банківських продуктів, у тому числі власних банківських фінансових технологій і фінансових інструментів ринку, яке відповідає потребам як клієнта, так і інтересам банку. [3, с.11]
2.	О. Бланк	Фінансовий інжиніринг – це цілеспрямоване розроблення і реалізація нових фінансових інструментів або нових схем здійснення фінансових операцій [4, с.361].
3.	О. Сохацька	Фінансовий інжиніринг - це конструювання різних фінансових інновацій, в першу чергу, з метою ефективного управління ризиками та додаткового отримання доходу. [2, с.214]

Цілі фінансового інжинірингу у банківській сфері відображені на рис. 1.

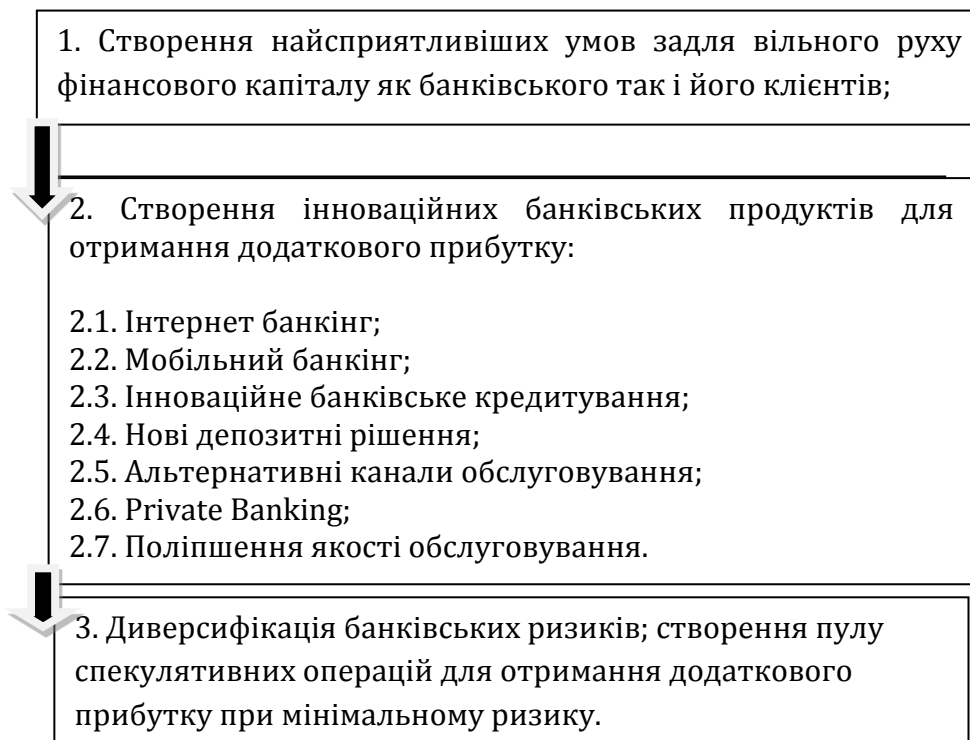


Рис. 1. Схема цілей фінансового інжинірингу у банківській системі.

Аналіз практичного використання інструментів фінансового інжинірингу доцільно почати з аналізу динаміки безготівкових та готівкових платежів в Україні з використанням платіжних карток які зображені на рисунку 2, а також безпосередньої частки безконтактних карток серед безготівкових операцій зображені на рисунку 3.

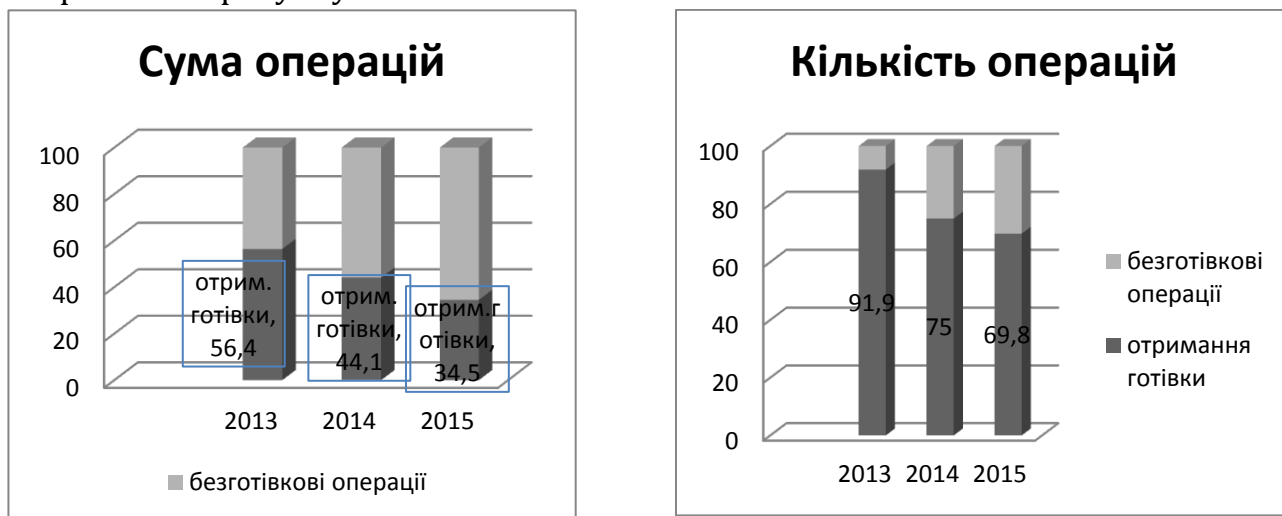


Рис. 2. Частка безготівкових платежів та готівкових платежів України у загальному обсязі операцій з використанням платіжних карток [1, с.18].



Рис. 3. Частка розрахунків безконтактних карток у розрізі безготівкових операцій за 2015 р. [1].

Обсяг операцій з отримання готівки у 2015 році зріс на 84, 2 млрд. грн (11,0%) і становив 848 млрд. грн. (68,8% від загальної суми операцій за платіжними картками), а безготівкових платежів збільшився майже на 130 млрд. грн. (50,8%) і становив 385 млрд. грн. (31,2 % від загальної суми операцій за платіжними картками)[1].

Кількість операцій з отримання готівки у 2015 році зменшились на 15,4 млн. операцій (-2,2%) і становила 678 млн. операцій (34,5% від загальної кількості операцій за платіжними картками), а безготівкових платежів збільшилося на 407,6 млн. операцій (46,4%) і становила 287 млн. операцій (65,5 % від загальної кількості операцій за платіжними картками).

Європейці продовжують активно користуватися безконтактною технологією для здійснення платежів, а загальна кількість транзакцій MasterCard та Maestro, опрацьованих в 2015 році, зросла на 150% порівняно з 2014-м та сягнула понад 1 млрд. У середньому 13% транзакцій в європейських торгових точках, опрацьованих MasterCard у четвертому кварталі 2015 року, були безконтактними.

Кріс Кангас, керівник Департаменту безконтактних розрахунків MasterCard у Європі, повідомив: «Нове дослідження виявило, що в Європі понад 48% повсякденних покупок здійснюються на суму до 25 євро, а тому не виходять за рамки ліміту для миттєвої безконтактної оплати (у більшості країн для здійснення покупки на суму понад 25 євро оплату потрібно підтвердити ПІН-кодом). У Нідерландах і Великобританії цей показник ще вищий, а саме 55% і 59% відповідно. Так чи інакше, споживачі відкриті для використання цієї технології».

За 2015 рік у Чехії 77% (майже 4 з 5) здійснених в торгових точках опрацьованих компанією MasterCard транзакцій були безконтактними. У Польщі цей показник становив 55% (більше половини), 40% в Угорщині (4 з 10), 38% у Словаччині (більше ніж 1 з 3), 13% в Іспанії і 9% в Нідерландах (майже 1 з 10).

Дослідження показало, що кількість карток, мобільних телефонів та інших пристроїв для безконтактної оплати стрімко збільшилася на 121%, а всього на безконтактні транзакції MasterCard і Maestro споживачі витрачали на 183% більше порівняно з минулим роком. Згідно з даними, у 2015 році було випущено на 50 % більше безконтактних карток і «розумних» пристроїв.

Безконтактні платежі розвиваються в Україні вже 4 роки. У 2015 р. за допомогою співпраці MasterCard і Ощадбанку, в українців з'явилася можливість розраховуватися картами у міському транспорті.

Безконтактні платежі в столичному метро були реалізовані 19.06.2015 р. і вже до 23.12.2015 р. до проекту були підключені усі станції. Київ став 5 містом (після Лондона, Санкт – Петербургу, Чикаго і Бухареста), укорінивши цю технологію.

Українські банки поступово нарощують кількість безконтактних карт. По висновкам 2015 року їх кількість становить 1 млн. 327 тис. штук. Лише в країні 30, 2 млн. активних платіжних карт.

У 2015 році найчастіше розраховувалися по картам онлайн. Кількість транзакцій (включаючи покупки, платежі і грошові перекази) по картам на сайтах, опрацьовавши платежі через Український процесінговий центр (UPC), збільшилось на 122 %. Обороти по цим транзакціям вирости на 83%.

В інтернеті проходить кожен п'ятий платіж по банківській карті (20 % всіх розрахунків за картами банків – клієнтів UPC, включаючи операції в Інтернет і POS – терміналах).

23 % від всіх операцій по картам на інтернет – сайтах займають грошові перекази Visa Personal Payments і MasterCard MoneySend.

Стосовно інших покупок, найчастіше в 2015 році використовували кредитні картки для купівлі різних білетів (перш за все: залізничні), розрахунок за комунальні послуги, поповнення мобільного рахунку.

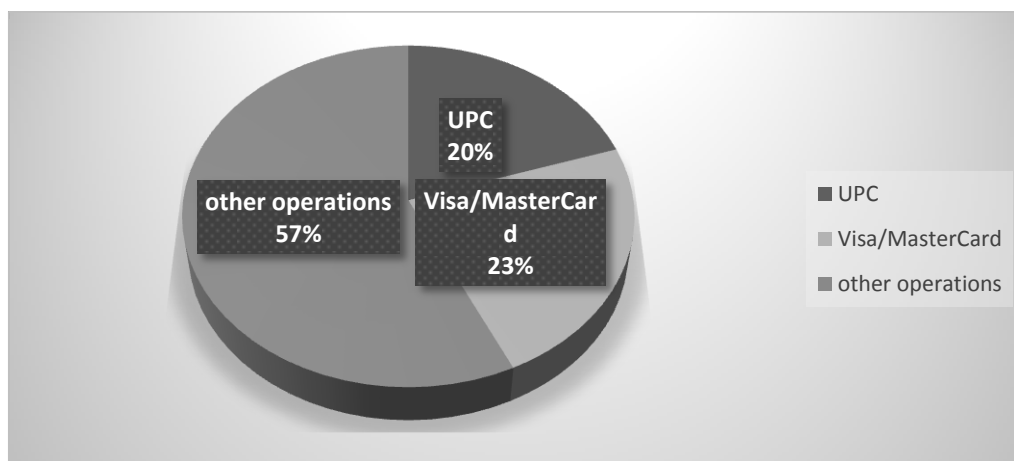


Рис. 4. «Розріз операцій за безконтактними картами» у 2015 році [6].

У 2015 році держателі карток більшість операцій здійснювали у власній мережі банку – емітента (70,6%) і тільки 27,5% - операцій у мережі інших банків – резидентів.

За межами України здійснювалося лише 1,9% операцій.

Отже, можемо простежити тенденцію як сьогодні в Україні активно розвиваються безконтактні платежі, за даними НБУ, у 2015 року кількість активних безконтактних платіжних карток зросла на 113 тис. одиниць (9,3%) і склала понад 1 млн 327 тис. Кількість платіжних терміналів, що приймають безконтактні розрахунки у торгових точках, збільшилася на 11 тис. (16,3%)[1].

Дві третини європейців сьогодні вважають безконтактну технологію більш захищеною, ніж традиційні форми оплати. В Україні простежується дещо інша частка стосовно використання кредитних карток. Усе це пов'язано з частковою недовірою до банківської системи, а також економічним і політичним становищем [6].

Для виходу України на європейський рівень стосовно використання безконтактних карток, в першу чергу необхідно запровадити наступні заходи:

1. Здійснити моніторинг, яка вікова категорія використовує найчастіше безконтактні картки, через які системи здійснюють платежі, щоб банки змогли удосконалити власні банківські продукти;

2. Зробити доступним та легким управління власними грошовими ресурсами розміщеними на поточному рахунку безконтактної картки.

Висновок. Отже, безконтактні платежі — це не тільки швидко і зручно, а й безпечна альтернатива готівці, що має найсучаснішу багаторівневу систему захисту.

Підвищення ефективності банківських продуктів це не лише дії для отримання додаткових прибутків, але й створення усіх умов для відчуття комфорту і максимальної економії часу при здійсненні безконтактних транзакцій, створення найсприятливіших умов для вільного руху фінансового капіталу як банківського так і його клієнтів.

Таким чином, фінансовий інжиніринг в банківській системі використовується для отримання додаткових прибутків від підвищення ефективності банківських продуктів через створення інноваційних фінансових інструментів, які втілюють в собі оптимальне співвідношення між ліквідністю, ризикованістю та прибутковістю.

Список використаних джерел

1. Офіційне інтернет – представництво НБУ «Звіт про діяльність у 2015 році в Україні платіжних систем та переказу коштів».- Режим доступу до звіту: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=76254&cat_id=36042
2. Сохацька О. М. Ф'ючерсні ринки: глобальні тенденції та перспективи встановлення в Україні : автореф. дис. д-ра екон. наук. – Тернопіль, 2003 – 37 ст.
3. Масленченков Ю. С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: [Технология финансового менеджмента клиента] / Ю. С. Масленченков. – М. : Перспектива, 1997. – 221 с.
4. Бланк И. А. Словарь справочник финансового менеджера / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 1998. – 481 с.
5. Смірнов А. Новые банковские услуги [Електронний ресурс] : Наукова стаття /А. Смірнов // інтернет - портал «Бізнес – журнал». – Режим доступу до статті: <http://biz.zhzh.info/news/2008-11-12-842> - Назва з екрана
6. Офіційний інтернет – портал «Mastercard», прес – релізи «Європейці обирають зручність та безпеку: кількість безконтактних транзакцій у Європі вже перевищила 1 млрд.».- Режим доступу до статті: <http://newsroom.mastercard.com/eu/uk/press-releases>

УДК: 657.05

Ільченко Н. Б., к.е.н., доцент
Київський національний торговельно-економічний університет

МЕТОДОЛОГІЯ ПОБУДОВИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

У статті досліджуються основні методологічні підходи до побудови бізнес-процесів на підприємстві оптової торгівлі, що допомагає виявити та уникнути «вузькі