

Касымбекова А.Б.

**КОММЕРЦИАЛЫК БАНКТЫН МАРКЕТИНГДИК КЫЗМАТЫНЫН ӨНУГҮШҮ
(ОАО «Оптима Банк» мисал катары)**

Касымбекова А.Б.

**РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА
(на примере ОАО «Оптима Банк»)**

A.B. Kasymbekova

**THE DEVELOPMENT OF THE MARKETING DEPARTMENT
OF A COMMERCIAL BANK
(on the example of ОАО «Optima Bank»)**

УДК: 657:336.142

Макалада коммерциялык банктардын ишмердүүлүгү жана алардын маркетингдик кызматтарынын өнүгүүсү каралган.

Негизги сөздөр: банк, маркетингдик кызмат, пайыз, депозиттер, пайда.

В статье рассматривается деятельность коммерческих банков и развитие их маркетинговых служб.

Ключевые слова: банк, маркетинговая служба, процент, депозиты, прибыль.

The article discusses the activities of commercial banks and the development of their marketing services.

Key words: bank, marketing service, interest, deposits, profit.

ОАО «Оптима Банк» образован 7 мая 1992 года. Первоначально он назывался Кыргызским коммерческим банком содействия предпринимательству «Кыргызмелбизнесбанк». В 1993 году банк был переименован в Кыргызский коммерческий банк развития и реконструкции энергетики АБ «Кыргыз-энергобанк». В июне 2001 года АБ "Кыргызэнерго-банк" был переименован в ОАО «Энергобанк». 14 декабря 2006 года, решением внеочередного собрания акционеров ОАО «Энергобанк» был переименован в ОАО «АТФБанк – Кыргызстан». в 2010 году, после приобретения крупным европейским финансовым институтом Группой UniCredit материнской компании в Казахстане - АО "АТФБанк", Банк в КР стал называться ОАО "ЮниКредит Банк". За эти годы Банк внедрил европейские стандарты ведения бизнеса, качества обслуживания клиентов на мировом уровне, практику постоянного мониторинга клиентской удовлетворённости. Все европейские стандарты и новейшие практики и технологии были сохранены при смене акционера в 2013г. 2 мая 2013г. Финансовый холдинг «KNG Finance» и UniCredit Bank Austria объявили о завершении сделки по купле-продаже доли в 99,75% в казахстанском АО «АТФБанк» (материнской компании ОАО «ЮниКредит Банк» в Кыргызстане). В сентябре 2013 года Банк продолжил свою работу под новым прогрес-

сивным брендом Optima Bank. Банк осуществляет свою деятельность в соответствии с лицензиями Национального Банка Кыргызской Республики № 018 и № 018/1 от 16 августа 2013 года на осуществление банковских операций в национальной и иностранной валютах. За более чем 20 лет активной и устойчивой работы, Банк уверенно вошел в тройку лидеров Банковской системы Кыргызской Республики и приобрел репутацию самого динамично развивающегося Банка, надежного партнера, соблюдающего интересы своих клиентов и акционеров. Банк был неоднократно признан лидером в номинациях «Лучший Банк Кыргызстана», «Лучший Листинговый Банк» и «Эмитент года». В 2011, 2012, 2013 и 2014 годах на церемонии награждения победителей, проводимого информационным ресурсом АКИpress, ОАО «Оптима Банк» был вручен диплом за 1 место в рейтинге банков КР по результатам финансовой деятельности. В 2011, 2012, 2013 и 2014 годах «Оптима Банк» на международном фестивале «Выбор Года» получил высокую награду. Банк предлагает широкий спектр банковских продуктов и услуг, действует гибкая тарифная политика, техническое обеспечение банковских операций поддерживается современными технологиями. Банк активно расширяет свою филиальную базу и на сегодняшний день представлен 14 филиалами и 23 сберегательными кассами, расположенных практически во всех регионах республики, в которых работают более 800 человек. Основным акционером банка является АО «АТФБанк», который входит в пятерку крупнейших по величине активов финансовых институтов Казахстана. За много лет работы АТФБанк добился значительных результатов во всех сферах банковской деятельности и превратился в мощную финансовую группу компаний современного типа Республики Казахстан.

Основные показатели финансово-экономической деятельности ОАО «Оптима Банк» показаны в таблице 1].

Динамика основных показателей развития ОАО «Оптима Банк» за 2010-2014 гг.¹
(по состоянию на конец отчетного года, тыс. сом.)

	2014 г.	2013г	Темп 2014г.к 2013 г.	2012г.	Темп 2012 г. к 2011 г.	Справочно:	
						2011г	2010г
Активы	19,316,133	15,629,803	1,24	12,831,630	1,43	9,866,299	7,790,268
Чистые кредиты	13,520,063	9,061,265	1,49	6,422,159	1,05	6,145,512	4,898,547
Основные средства	497,469	424,692	1,17	431,526	1,05	412,215	338774
Обязательства	16,463,657	13,297,642	1,24	10,893,481	1,30	8,403,384	6503936
Депозиты - всего	15,049,260	10,482,948	1,44	7,624,161	1,50	5,069,353	4336518
Капитал	2,852,476	2,332,161	1,22	1,938,149	1,3	1,462,915	9,866,299
Процентные доходы	1,983,078	1,513,598	1,31	1,513,598	1,25	1,209,987	1142427
Чистая прибыль	2,152,526	1,629,905	1,32	1,235,959	1,63	760,253	517585
Прочие и общие расходы	297,766	275,703	1,08	212,050	1,08	195,817	157,762
Реклама и маркетинг	20,685	24,544	0,80	15,882	1,02	15,510	11,814

Как показывают данные таблицы 1, общая сумма активов Банка увеличилась на 1,24 % (или на 3,686,330 и составила на 1 января 2014 года 19,316,133 млн. сом.

Общая сумма депозитов банка за год выросла на 1,44% и составила 15,049,260 тыс. сом. Из них депозиты до востребования выросли на 18,8% и составили 11,033,145 тыс. сом.

Суммарный капитал Банка за период с 01.01.2013 года по 01.01.2014 года вырос на 1,22% и составил 2,852,476 тыс. сомов.

Активы увеличились в 1,24 раза. В их числе денежные средства увеличились в 1,4 раза и составили по состоянию на 01.01.2014 года 2,200,781 тыс. сом.,

Кредиты клиентам увеличились на 1,49 % и составили 13520063 тыс. сом.

Увеличение также произошло по статье "основные средства банка" чистый прирост, по которым составил 72777 тыс. сом.

Сумма начисленных процентов к получению увеличилась на 1,23% по отношению к началу прошлого года, или на 94,522 тыс. сом.

Статья "прочие активы", составив 129,974 тыс. сомов по состоянию на 01.01.2012 г., увеличились в 2,5 раза.

Общая сумма доходов, полученная Банком за 2014 год, составила **761,586 тыс. сом.**

Средняя процентная ставка размещения доходных активов составила 21,6%, средняя ставка привлеченных ресурсов – 9,2 процента.

Исходя из того, что общая конкурентная ситуация в банковском секторе характеризуется постоянным усилением конкуренции между банками, как местными, так и зарубежными, вошедшими на банковский рынок Кыргызстана, в первую очередь, казахстанскими, «Оптима Банк» стремится к постоянному улучшению качества предоставляемых услуг, как в ценовой области, так и за ее пределами.

Современные тенденции развития рынка банковских продуктов и услуг обусловлены главным образом следующими основными процессами:

- интенсивным развитием современных информационных технологий, использование которых позволяет учреждениям банков расширить спектр одновременно предоставляемых услуг, приблизить их к клиенту, снизить затраты времени клиентов и банковские операционные издержки;

- эволюционным развитием финансового рынка, появлением новых его сегментов и инструментов;

- повышением требований клиентов к качеству банковского обслуживания и усилением конкуренции банков в отношении качественных характеристик предоставляемых услуг.

- Стратегическими целями развития банковских продуктов и услуг ОАО «Оптима Банк» должно стать достижение уровня обслуживания, позволяющего максимально удовлетворять потребности физических и юридических лиц в банковских услугах, приближение параметров банковских продуктов и услуг к уровню развитых стран.

- Выводы по работе. Таким образом, развитие банковских продуктов и услуг, в частности, внедрение в практику стратегий многоканального обслуживания, комплексного обслуживания и самообслуживания клиентов, расширение спектра и повышение качества банковских продуктов и услуг будут способствовать дальнейшему развитию ОАО «Оптима Банк» Расширение спектра услуг, освоение новых сегментов рынка банковских продуктов и услуг поможет оптимизировать текущие возможности и, следовательно, увеличит рентабельность деятельности банка, отдачу от вложенного капитала.

¹www.optima.kg (финансовая отчетность ОАО «Оптима банк»)

- Внедрение новых банковских продуктов и услуг предполагает изучение передового зарубежного опыта, развитие банковских технологий, дальнейшее совершенствование менеджмента и маркетинга в данной сфере, создание системы подготовки и переподготовки персонала.

Таким образом, как свидетельствуют данные таблицы 1 статья «Расходы на маркетинг» составляют, значительную часть, почти 15% от общей суммы статей «Общие и прочие расходы». Следовательно, мы можем предполагать, что банк ведет эффективную маркетинговую политику, при этом наглядно видно, что расходы на маркетинг

увеличиваются с каждым годом, увеличивая и при этом статьи доходов.

Литература

1. Закон КР о банках и банковской деятельности в КР//Нормативные акты КР №11, 2007 с 3-43
2. «Банковский менеджмент»: Пер. с англ./Фишер С., Дорнбуш Р.-Москва, 2007 г.
3. «Финансы. Денежное обращение. Кредит»: Учебник./ Под ред. Проф. Чл. Корр. РАЕН Л.А. Дробозиной. – Москва, 1997г.
4. www.optimabank.kg

Рецензент: д.э.н., профессор Джумабаев К.Дж.