

*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.<sup>1</sup>  
(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	<b>16,463,657</b>	<b>13,297,642</b>	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	<b>2,852,476</b>	<b>2,332,161</b>	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	<b>297,766</b>	<b>275,703</b>	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.

<sup>1</sup>[www.optima.kg](http://www.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](http://www.optimabank.kg)

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