

## МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

Пірштук В.О., гр.МЕ-18

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Т.В. Шталь  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Кризові явища, які спостерігалися в економіці, значно ослабили конкурентні позиції навіть провідних банків. За таких умов найбільш важливими завданнями стають відновлення ефективності діяльності банків, укріплення конкурентних позицій та відновлення довіри з боку населення до комерційних установ. Реалізація окреслених завдань можлива з допомогою якісного банківського маркетингу.

На сьогодні лідером з впровадження маркетингових інновацій в Україні є ПриватБанк. Він першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги Інтернет-банкінгу "Приват24" та GSM банкінгу, а також послуги з продажу через мережу своїх банкоматів та POS-терміналів електронних ваучерів провідних операторів мобільного зв'язку та IP-телефонії. Крім того, остання інновація ПриватБанку, яка має назву «без монет» і являє собою систему електронної здачі, визнана міжнародним рейтингом Innovation in Banking Technology Awards 2010 кращою банківською інновацією 2010 року. Окрім ПриватБанку, інновації на сьогодні активно впроваджують «ОТП Банк», «Укросоцбанк», «Райффайзен Банк Аваль» та ін.

Досить великого поширення сьогодні набувають інновації у Private Banking. Елементи Private Banking вже впроваджує ряд українських банків, зокрема, ВАТ КБ «ПриватБанк», ВАТ «БГ Банк», ВАТ «ОТП Банк», ВАТ «Укросоцбанк» та інші. Онлайн-банкінг також не відчуває дефіциту інноваційних рішень та технологічних розробок. Так, за останній рік популярність банківських сторінок на Facebook зросла в декілька разів. На сьогодні в мережі представлено 17 банків, а їх загальна кількість підписчиків складає 20 тис. чоловік. Найбільшу популярність має Укросоцбанк, який виступає під брендом UniCredit Bank, ПриватБанк та ПУМБ.

Оскільки, сучасний стан економіки суттєво впливає на розвиток банківської сфери України, він спонукує банки постійно вдосконалювати свою діяльність на основі середньострокової й довгострокової стратегії. Банки змушені вводити в практику нові види обслуговування, боротися за кожного клієнта. Цим і пояснюється об'єктивна необхідність для банків діяти на ринку на основі теорії й практики сучасного маркетингу.

## УКРАЇНА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Поліщук Д.С., гр. Е-29

Науковий керівник – асист. П.Л. Гринько  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Транспорт є однією з базових галузей національної економіки, ефективне функціонування якої є необхідною умовою для забезпечення обороноздатності, захисту економічних інтересів держави, підвищення рівня життя населення. І тому, на сьогоднішній день участь України в міжнародних транспортних послугах є важливим фактором для підтримки конкурентного економічного становища в порівнянні з іншими країнами.

Міжнародний транспорт – це послуги всіх видів транспорту з переміщення предмета транспортної операції, що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни. І тому спектр транспортних послуг є широким.

Значну роль у розвитку транспортних послуг, які надає Україна іншим країнам, відіграє транспортно-дорожній комплекс західноукраїнських областей.

У структурі зовнішньоекономічних вантажопотоків через державний кордон України найбільшу частину займає транзит – 54,2%. Експорт становить 27,4% зовнішньоекономічних вантажопотоків через державний кордон України, імпорт – 18,4%.

У цілому Україна має досить розгалужену транспортну інфраструктуру, яка за системою таких показників, як рівень забезпечення швидкості, інформаційне забезпечення, збереження вантажу, рівень обслуговування на кордоні, сервіс на дорогах, відстає від вимог міжнародних стандартів.

З метою вирішення даної проблеми Україна приєдналася або проводить процедури приєднання до основних конвенцій і багатосторонніх угод у галузі транспорту. Серед цих заходів найважливішими є приєднання до Конвенцій про міжнародні залізничні перевезення (КОТІФ).

Отже, для подальшого ефективного функціонування транспортної системи України потрібно забезпечити відповідну діяльність нормативно-правової бази, зростання експорту транспортних послуг на основі правильного використання конкурентних переваг країни.