

собу вирішення проблемності банку з часом буде лише зростати. В цьому напрямку Національному банку України необхідно вдосконалити існуючу нормативно-правову та методологічну базу для врегулювання питань злиття і поглинання банківських установ з тим, щоб цей механізм дозволив врегулювати фінансові негаразди в банківському секторі України, разом з тим не породжуючи диспропорцій у співвідношенні вітчизняного та іноземного капіталу і банківській системі держави.

Аналіз статистики ліквідацій банківських установ в Україні показує, що в загальному відсоток проблемності банків України складає трохи більше 10 %, що не може, на наш погляд, не викликати занепокоєння у наглядово-го органу. Перш за все, така ситуація служить індикатором кризових явищ у банківському секторі України, а по-друге, являється результатом невиваженої політики банків та недостатнього контролю з боку Національного банку України щодо їх діяльності.

1. Електронний ресурс Представництва Міжнародного валютного фонду в Україні: <http://www.imf.org/external/country/ukr/gr/ukr/033108u.pdf>.
2. Закон України "Про банки і банківську діяльність": Науково-практичний коментар / За заг. Ред. В.С.Степелюха. – К.: Видничий Дім "Ін Юре", 2006. – С. 386.
3. Ходаковська А. Злиття й поглинання в банківській сфері // Електронний ресурс "Правовий тиждень": <http://www.legalweekly.com.ua/article>.
4. На українські банки чекає хвиля злиття і поглинання // Електронний ресурс "Ліга новин": <http://news.liga.net/ukr/news/NU086464.html>.
5. Українські банки врятують злиття і поглинання? // Електронний ресурс "Економічна правда": <http://www.epravda.com.ua/news/49e04b3fd3c07>.
6. Перехрест Л.М. Особливості недружніх поглинань у банківській сфері // Електронний ресурс: http://www.confcontact.com/2008dec/7_perehrest.htm.
7. Річний звіт банківського нагляду в Україні за 2006 рік // Електронний ресурс Національного банку України: http://www.bank.gov.ua/Publication/Of_vydan/Annual – С.41-42.
8. Положення про сертифікацію осіб на право здійснення тимчасової адміністрації та ліквідації банку, затв. постановою Правління НБУ від 16.07.2001 №273 // Електронний ресурс "Правові системи": <http://zakon.nau.ua/doc>.
9. Правила сертифікації осіб на право здійснення тимчасової адміністрації або ліквідації банків, затв. постановою Правління НБУ від 05.07.2006 №250 // Електронний ресурс "Правові системи": <http://zakon.nau.ua/doc>.
10. Уряд хоче націоналізувати банки // Електронний ресурс "Радіо Свобода": <http://www.radiosvoboda.org>.

Надійшла до редколегії 18.09.2009

О. Солодка, канд. екон. наук, доц.

СЦЕНАРІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ІТ-АУТСОРСИНГУ В ОПТИМІЗАЦІЇ РЕТЕЙЛОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

В статті розглянуто особливості реалізації ІТ-аутсорсингу в оптимізації ретейлової інфраструктури банківського бізнесу. Обґрунтовано доцільність реалізації сценаріїв ІТ-аутсорсингу в діяльності вітчизняних комерційних банків.

In article features of realisation IT-outsourcing in optimization retailing infrastructures of bank business are considered. The telesoob-difference of realisation of scenarios IT-outsourcing in activity of domestic commercial banks is proved.

За останні роки вітчизняні фінансово-кредитні установи мали можливість дізнатися, що означає спілкування з великою кількістю неорганізованих, не завжди грамотних у фінансовому плані і не завжди сумлінних споживачів (фізичних осіб). Як наслідок, більшість банків визначили своє ставлення до цього напрямку банківського бізнесу. Для одних це стало засобом підвищення привабливості для іноземних інвесторів. Інші банки побачили у ретейлі ще один напрям диверсифікації бізнесу (при цьому, щоправда, частка ретейлових активів у таких банків значно менша, ніж частка активів, що відносяться до корпоративного бізнесу). В Україні з'явилися банки, що заявили про свою готовність спеціалізуватися на ретейлі або, принаймні, різко збільшити інвестиції в розвиток цього напрямку бізнесу. Тому актуальним є питання оптимізації ретейлової інфраструктури банківського бізнесу, одним із шляхів якої є ІТ-аутсорсинг.

Особливості реалізації ІТ-аутсорсингу в оптимізації ретейлової інфраструктури банківського бізнесу розглянуто в працях вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких В. Овсій [2], Г. Секірін [3], О. Смородінов [4] та інші.

Метою статті є обґрунтування доцільності реалізації сценаріїв ІТ-аутсорсингу в оптимізації ретейлової інфраструктури сучасного банківського бізнесу.

Необхідною умовою розвитку банківського роздрібу для тих гравців ринку, що збираються займатися цим "всерйоз і надовго", є створення адекватної інфраструктури ретейлового бізнесу. У даному випадку мова йде не просто про систему управління взаєминами з клієнтами (CRM-систему), а про фундамент, на якому тримається і на якому здатний розвиватися ретейловий бізнес банку [1; 5; 7].

Як і на будь-якому масовому ринку, у сегменті банківського ретейлу діють закони економії на масштабах. Варіації пропонованих продуктів обмежені, характеристики цих продуктів у різних банках, практично ідентичні. Тому на перший план виходять аспекти якості обслуговування споживачів, включаючи швидкість доставки

послуг, надійність і безпеку здійснення операцій, зручність доступу до продуктів і послуг.

Процес розвитку ретейлового банківського бізнесу в розвинених країнах протягом останніх років свідчить, що, незважаючи на особливості країн, існує визначений баланс між обсягами продажів безпосередньо банківськими відділеннями (включаючи міні-офіси) і обсягами продажів за допомогою позаофісних засобів і каналів реалізації продуктів і послуг. Так само існує визначений баланс між обсягами ретейлового бізнесу самих банків і обсягами продажів ретейл-продуктів, що здійснюються посередниками [6, 8, 9].

Прогнози щодо повного зникнення банківських відділень "зі скла і бетону" і повний перехід на використання віртуальних каналів доставки продуктів і послуг споживачам, поки що не виправдалися. Не виправдалися і прогнози тих експертів, що говорили про поразку банків у конкурентній боротьбі з небанківськими (нефінансовими) компаніями, які витиснуть банки з деяких ніш і сегментів ринку банківського ретейлу (прийом платежів, переказ засобів, видача споживчих кредитів, операції з кредитними картками, банкоматний бізнес). Хоча в цілому роль небанківських (нефінансових) компаній у наданні платіжних послуг населенню помітно збільшилася, банки зберігають ключові позиції як провайдери роздрібних продуктів і послуг фізичним особам і приватним підприємцям.

Характерні риси українського ринку банківського ретейлу наступні: велика кількість дрібних гравців, які реалізують агресивний і часом авантюристичний підхід до просування продуктів і послуг; відсутність чітких критеріїв і практичного досвіду в оцінці платоспроможності клієнтів; висока маржа прибутку, наслідком чого є використання банками несумлінних засобів у роботі зі споживачами (зокрема, відоме перекручування інформації про процентні ставки й умови обслуговування наданих кредитів); високі ризики, спричинені, з одного боку, відсутністю достатньої інформації про платоспроможність позичальників, а з іншого боку, перспективами одержання високих доходів і прибутків; відсутність адекват-

ної ретейлової інфраструктури; досить вузький набір пропонованих ретейлових продуктів і послуг [6; 8; 9].

Про появу ринку банківського ретейла в Україні почали говорити після того, як кілька десятків столичних і регіональних банків почали в масовому порядку надавати експрес-кредити покупцям у великих торговельних мережах, що реалізують меблі і побутову техніку. Реальних можливостей для перевірки кредитних історій і об'єктивної оцінки платоспроможності покупців у банків не було (часом не було навіть можливостей для верифікації особистих даних і місця проживання позичальників). Високі ризики компенсувалися значно завищеними процентними ставками. Організаційні витрати на видачу таких споживчих кредитів були мінімальні – стійка в магазині, виділена телефонна лінія (іноді навіть і цього не було, для зв'язку з банком використовувалися мобільні телефони), бланки для оформлення заявки на одержання кредиту, ноутбук, оплата праці декількох представників банків, що займаються прийомом і оформленням заявок.

Зауважимо, що така ситуація влаштувала не тільки банки, але і магазини (оскільки покупки в кредит, за надання якого вони не несли відповідальності, сприяли істотному збільшенню обсягів продажів), а також і самих покупців (які, як і покупці в усьому світі, були зачаровані можливістю відразу одержати бажані товари, за які прийдеться розплатитися у майбутньому).

Таким чином, з'явився певний баланс інтересів всіх основних учасників ринку, що і визначило його стрімке зростання. Безумовно, така ситуація на ринку не могла бути тривалою. З одного боку, банки, що впроваджували активне експрес-кредитування відчули особливості роботи з "безконтактними" (які свідомо вказували у кредитних заявках невірну персональну інформацію) і просто з несумлінними позичальниками: розміри прострочених кредитів і "поганих" боргів почали зростати темпами, що випереджали темпи зростання доходів і прибутків. З іншого боку, багато сумлінних позичальників стали набагато уважніше відноситися до покупок у кредит і навіть відговорювати своїх близьких від здійснення таких покупок, оскільки розміри ефективних ставок кредиту виявилися значно більшими за заявлені (більше ніж у 2 рази). Відповідно, етап "зняття вершків" виявився коротким. Проте більшість банків усвідомили, що робота з роздрібними клієнтами може бути досить цікавою з економічної точки зору. Щоб домогтися більшої прибутковості ретейлового бізнесу, необхідно було, насамперед, знизити асоційовані з ним ризики.

Виконанню цієї задачі сприяла поява в Україні національних кредитних бюро і декількох колекторських компаній. Наявність більш-менш достовірної інформації про позичальників і можливість досить точної оцінки їх платоспроможності дозволили банкам підвищити якість кредитних портфелів.

Разом з тим почали розвиватися й інші традиційні напрямки банківського ретейлу – автокредитування і кредитні картки. Останні (кредитні картки) почали позиціонуватися як альтернатива експрес-кредитуванню в торговельних мережах, і як інструмент, що здатний забезпечити банкам ефективність управління відносинами з власниками карток у частині управління споживчим боргом.

Що стосується ще двох традиційних напрямів ретейлового банківського бізнесу – іпотеки і кредитування приватних підприємств, то розвиток пропозицій тут значно повільніший. Причинами є тривалість життя визначених кредитних продуктів у сполученні з досить високими темпами інфляції і відсутністю чітких нормативних актів, що регулюють відношення кредитора і позичальника в даному форматі.

Поступовий розвиток ринку банківського ретейлу опинився під загрозою після того, як у серпні 2007 року виникла світова криза ліквідності. У даному випадку криза ліквідності означала, що українські банки не могли більше одержувати доступ до дешевих джерел за позичення на міжнародних ринках, до яких вони за останні роки встигли звикнути. При відсутності доступних зовнішніх джерел фондування банкам у терміновому порядку довелося переорієнтуватися на внутрішні джерела, обсяг яких традиційно виявився досить обмеженим і аж ніяк не дешевим.

Погіршення ситуації на міжнародному ринку запозичень призвело до уповільнення темпів зростання ринку ретейлових банківських продуктів і послуг. Банально, але факт: щоб не втратити ринкових позицій, банкам необхідний стійкий зв'язок із клієнтами. Якщо банк прагне розвивати ретейл, то треба зміцнювати інфраструктуру, що забезпечує зручність, а також швидку і надійну доставку продуктів споживачам. Можливо, для банківського ретейлу поточна міжнародна криза ліквідності стане тим фактором, що прискорить і процес розшарування серед учасників ринку. З одного боку закінчиться (в основному) формування роздрібних фінансових супермаркетів, з іншого – закінчиться процес формування спеціалізованих ("монолінійних") роздрібних банків, діяльність яких сфокусується на одному з напрямів банківського ретейлу (характерні приклади – банки, що спеціалізуються на картковому бізнесі, і банки, що займаються винятково автокредитуванням).

При побудові ретейлової інфраструктури будь-який банк вирішує проблему визначення балансу між різними елементами такої інфраструктури. Якщо на початку розвитку ринку банківського ретейлу клієнти банку могли годинами стояти у черзі, щоб погасити поточну заборгованість по споживчому кредиту, то тепер (лише після 3-4 років) будь-який клієнт буде жадати від свого банку більш зручного і швидкого каналу погашення такої заборгованості. Якщо кілька років назад покупці раділи, побачивши в магазині стійку, за якою стояв представник банку, що пропонував оформити експрес-кредит, то тепер більшість покупців розраховують побачити в такому магазині банківський міні-офіс, де їм готові надати цілий ряд роздрібних продуктів і кваліфіковану консультацію з актуальних питань.

Однак, існує категорія банків, що не можуть за своїми фінансовими можливостями стати фінансовими супермаркетами і не готові перетворитися на вузькоспеціалізовані "монолінійні" ретейлові установи. Серед регіональних банків таких досить багато: донедавна вони займалися майже винятково корпоративним бізнесом, а з традиційних роздрібних послуг пропонували лише відкриття та обслуговування рахунків для фізичних осіб.

Однією з можливих стратегій розвитку ретейлового бізнесу для регіональних банків є об'єднання у банківські групи. Учасники таких груп використовують наступні канали взаємодії з клієнтами і продажів своїх роздрібних продуктів: call-центр – центр телефонного обслуговування; Інтернет; прямиї продажі; регіональну мережу [2]. Для "точок фізичної присутності" клієнтів у регіонах, банківська група встановлює єдиний формат, тобто використовує їх для залучення клієнтів і оформлення кредитних заявок. Рішення ж про видачу кредиту приймається тільки після того, як заявник пройшов співбесіду в банківському відділенні. Зрозуміло, що далеко не всі регіональні банки хочуть мати настільки тісні зв'язки.

Для регіональних банків, що не бажать позбавлятися власної економічної самостійності, альтернативою є участь у спільних роздрібних програмах, наприклад у розвитку Інтернет-банкінгу у визначеному регіоні. Класи-

чним прикладом спільних програм, у яких банки беруть участь лише одним напрямом свого бізнесу, є платіжні системи на основі банківських карток, – від глобальних (Visa International, MasterCard International) до національних або навіть регіональних. Подібні спільні програми є альтернативним варіантом розвитку для регіональних банків, які не мають можливостей для створення фінансових супермаркетів. Дозволяють вирішити проблему підвищення їхньої конкурентоспроможності і розвитку ефективного роздрібного бізнесу на основі сучасних інформаційних технологій взаємодії зі споживачами.

Банки, які активно впроваджують інформаційні технології, на певному етапі свого розвитку зіштовхуються із ситуацією, коли ІТ-інфраструктура стає занадто складною, що спричиняє істотне підвищення витрат на її утримання та погіршує керованість. Звичайно до цього моменту діяльність установи прямо залежить від якості роботи ряду ІТ-сервісів, і збільшення фінансування, необхідного для його забезпечення, здається єдиною можливим варіантом. Досвід західних компаній показує, що існує альтернативний варіант досягнення оптимального балансу якості ІТ-послуг у вартості їхньої підтримки [3; 4].

Ринок аутсорсингових послуг у сфері інформаційних технологій в Україні знаходиться на порівняно ранньому етапі розвитку. За оцінками експертів провідних ІТ-компаній, частка цих послуг у загальному обсязі ринку не перевищує 5 %, однак потенціал сегменту значний і привертає увагу найбільших міжнародних системних інтеграторів.

Банківська сфера та компанії телекомунікаційної галузі на даний момент є найбільш активними споживачами ІТ-аутсорсингу. Представники цих галузей користуються послугами по підтримці серверних і мережних інфраструктур, а також залучають сторонніх консультантів для реалізації окремих проектів і фахівців з підтримки функціонування ІТ-систем у цілому. Однак, існують певні труднощі, які заважають більш широкому і масовому поширенню аутсорсингу на українському ринку. Основними такими перешкодами є особливості законодавства та дефіцит довіри з боку багатьох банків до постачальників послуг ІТ-аутсорсингу. Крім того, перехід до аутсорсингової моделі вимагає істотних змін багатьох внутрішніх бізнес-процесів і нових підходів в обліково-фінансовій політиці, до чого компанії не завжди готові.

Реалізація аутсорсингової моделі у фінансово-кредитних установах пов'язана із проблемою забезпечення конфіденційності та інформаційної безпеки. Успішному використанню аутсорсингу сприяє розповсюджена бізнес-модель, де фінансово-кредитна установа розглядається як сукупність служб-підрозділів, які надають один одному набір визначених послуг, так звана класична бізнес-модель ІТ-аутсорсингу. Так, наприклад, ІТ-департамент надає послуги іншим відділам усередині банку щодо доступу до обчислювальних систем, корпоративних баз даних, аналітичних доповнень та аналітичних систем. Отже, для користувачів передача частини цих функцій на аутсорсинг є просто новою формою одержання таких послуг. З точки зору керівництва банку, зазначена бізнес-модель виявляється більш ефективною, раціональною та якісною.

Сценарій реалізації ІТ-аутсорсингу – це підхід до забезпечення потреб фінансово-кредитної установи у ІТ-послугах. Класична бізнес-модель ІТ-аутсорсингу ґрунтується на наступній класифікації сценаріїв реалізації ІТ-аутсорсингу для оптимізації ретейлової інфраструктури банківського бізнесу:

✓ цілком внутрішнє "самообслуговування", коли власний ІТ-департамент виконує весь комплекс послуг щодо підтримки і розвитку ІТ-систем;

✓ мультисорсинг, або вибіркового аутсорсинг, коли лише частина ІТ-послуг, ІТ-функцій або бізнес-процесів передається посередникам на основі окремих угод;

✓ інсорсинг передбачає створення усереднені фінансово-кредитної установи окремої структурної одиниці для надання ІТ-послуг, яка має автономне управління та фінансовий облік;

✓ спільне підприємство з постачальником аутсорсингових послуг, що діє разом з іншими зовнішніми постачальниками послуг;

✓ повний аутсорсинг – це модель, заснована на єдиному контракті з одним зовнішнім постачальником ІТ-послуг;

✓ консорціум постачальників послуг – модель, яка є еволюційним розвитком моделі повного аутсорсингу. Передбачає реалізацію мегаконтрактів для великих міжнародних компаній, коли постачальник ІТ-послуг, нехай і дуже великий, не може один впоратися з наданням усього набору необхідних послуг;

✓ сервісна компанія створюється для надання ІТ-послуг у інтересах великої материнської організації або групи організацій, подібних за профілем діяльності. Сервісна компанія, в разі потреби, може залучати інших (зовнішніх) постачальників послуг. Ця модель є досить розповсюдженою серед великих корпорацій;

✓ "генеральний підрядчик" – модель, яка передбачає поєднання великої кількості зовнішніх постачальників продуктів, проектів і послуг для надання клієнтові глобального набору уніфікованих послуг. При цьому єдність управління забезпечується фінансово-кредитною установою [2; 3; 4].

Слід зазначити, що дана класифікація досить чітко відображає переваги та недоліки різних сценаріїв реалізації ІТ-аутсорсингу. Так, фінансово-кредитній установі, яка тільки починає застосовувати аутсорсингову модель, доцільно перекладати на аутсорсинг тільки ті функції, які посередники можуть реалізувати із значною (вимірною) перевагою в порівнянні зі власними зусиллями. Наприклад, знизити витрати, скоротити час реакції на запит клієнта. Крім того, замовник (фінансово-кредитна установа) повинний цілком контролювати життєво важливі для себе бізнес-процеси, пов'язані з ІТ-послугами.

Конкурентне середовище, у якому працюють банки, змушує їх постійно підвищувати рівень якості продуктового портфелю, скорочувати час реакції на запити клієнтів, оперативно реагувати на зміни ринкових умов. Ефективність же роботи фінансово-кредитних установ прямо залежить від якості роботи ІТ-інфраструктури, розвиток якої відбувається паралельно з розширенням їхнього бізнесу. Для підтримки рівня ІТ-послуг відповідні служби постійно нарощують продуктивність серверів, мережних пристроїв і інших елементів інфраструктури. Але настає момент, коли додавання чергового серверу не надає бажаних результатів. Більш того, ІТ-інфраструктура через свою складність починає втрачати керованість. Це обумовлює істотне зростання витрат, необхідних для її контролю і підтримки безперервної роботи. Отже, постає необхідність істотно розширювати штат ІТ-підрозділу, встановлювати додаткові програмні і апаратні засоби.

Зазвичай, попит на аутсорсингові послуги формують два типи потреб: необхідність щось поліпшити; необхідність у чомусь новому. Наприклад, при необхідності скорочення витрат на роздрукування рахунків можна доручити цей процес спеціалізованій компанії, а для побудови центра обробки даних залучити системного інтегратора. У цей момент керівництво банку постає перед вибором: стати заручником власної обчислювальної системи і підтримувати її силами внутрішніх під-

розділів; удатися до послуг фахівців, залишивши для своїх підлеглих лише критично важливі бізнес-процеси банку і контроль за діями аутсорсингового партнера.

Переваги першого варіанту: рівень надання послуг і управління ризиками забезпечує ІТ-відділ банку, що полегшує контроль. Переваги другого варіанту: ІТ-служба банку одержує можливість сконцентруватися на власних задачах стратегічного розвитку і планування розвитку ІТ-систем, не розсіюючи власну увагу на дургорядні, з погляду банківського бізнесу, питання.

Найважливішим завданням, яке варто вирішити, перш ніж приймати рішення про використання або невикористання аутсорсингових послуг, є чіткий поділ обов'язків залучених консультантів і штатних співробітників банку. Якщо функції зовнішньої компанії не можуть бути визначені чітко і однозначно, варто відмовитися від аутсорсингу в цьому напрямку. У протилежному разі, існує значний ризик виникнення конфліктів при перетинанні повноважень і обов'язків внутрішніх і зовнішніх фахівців, і, одночасно деякі сервіси можуть узагалі залишитися "без догляду".

Важливим критерієм прийняття рішення щодо передачі певних бізнес-процесів аутсорсинговій компанії є можливість точного розрахунку ефективності цієї передачі. Для цього необхідно оцінити поточну ситуацію, розрахувати цільові плановані результати і після закінчення контрольного проміжку часу порівняти їх з отриманими. Саме на основі поточних розрахунків і цільових планованих результатів формується так званий рівень сервісу SLA (Service Level Agreement), у якому визначається рівень бажаного ІТ-сервісу. Крім того, рівень сервісу SLA повинен передбачати порядок дій у ситуаціях, які попередньо не обговорені, тобто у результаті дії непередбачених ризиків.

Перехід на ІТ-аутсорсинг надає банкам можливість цілком сконцентруватися на професійних питаннях банківського бізнесу, а їх ІТ-службам – на розробці інформаційної стратегії.

ІТ-аутсорсинг дозволяє розподілити існуючі вертикальні бізнес-процеси на інтегровані модульні фронт- і бек-офісні процеси, що забезпечує консолідацію зусиль і можливість співробітництва із зовнішніми постачальниками необхідних сервісів. В даному випадку банк здійснює тільки безпосередню реалізацію, а всі інші бізнес-процеси реалізуються виробником фінансових продуктів чи послуг. Такий підхід надає банку можливість оперативно формувати максимально конкурентоспроможний продуктивний портфель (можливість оперативно доповнювати продуктивний портфель необхідними елементами або вилучати їх), одержувати стабільний безризиковий комісійний дохід від продажу невластних, але найкращих на ринку продуктів і послуг. Крім того, створюються умови для нових, унікальних пропозицій – мікшированих продуктів, які є сполученням власних продуктів і найкращих продуктивних пропозицій зовнішніх постачальників.

1. Лютий І.О. Банківський маркетинг: [підручник для студентів вищих навчальних закладів] / І.О. Лютий, О.О. Солодка. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 776с. 2. Овсий В. ІТ для іпотечного кредитування: потреби банків рішення ЦФТ / В. Овсий // Банковские технологии. -2007. -№12. – С.42-46. 3. Секирин А. Хранилища данных / А. Секирин, Н. Катилова // Банковские технологии. -2007. -№12. – С.60-66. 4. Смородинов О. О дистанционном оказании банковских услуг, аутсорсинге и терминалах / О. Смородинов // Банковские технологии. 2007. №11. С.16-22. 5. Солодка О.О. Складові фінансового механізму банківської діяльності / О.О. Солодка // Схід-East. – 2006. – №1-2. С.23-25. 6. Солодка О.О. Основні аспекти розробки комунікаційної стратегії комерційного банку / О.О. Солодка // Nowoczesnych naukowych osiągnięć – 2008, Materiały IV międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, Tłum 1, Ekonomiczne nauki: Przemysł, Nauka i studia, 2008. S.28-31. 7. Солодка О.О. Стратегічні акценти маркетингової діяльності комерційного банку / О.О. Солодка // Генезис інституційної системи транзитивних економік: Матеріали XXVIII міжнародної науково-практичної конференції – Чернівці: Рута, 2008. – С.174-175. 8. Солодка О.О. Елементи технології маркетингового планування комерційного банку / О.О. Солодка // Efektivní nástroje moderních věd – 2008, Materiály IV mezinárodní vědecko-praktická conference, Díl 1, Ekonomické vědy: Praha, Publishing House "Education and Science" s.r.o., 2008. – S.8-10. 9. Солодка О.О. Технології реалізації клієнторієнтованої стратегії комерційних банків / О.О. Солодка // Матеріали за V міжнародна практична конференція, "Динаміката на съвременната наука – 2009". Том 1. Икономики. София. "Бял ГРАД-БГ" ООД. 2009. – С.3-6.

Надійшло до редколегії 18.09.2009

Л. Лазебник, канд. екон. наук, доц.

ІНТЕГРАЦІЯ І ГАРМОНІЗАЦІЯ РЕГУЛЮЮЧИХ ФУНКЦІЙ ДЕРЖАВИ У ФІНАНСОВІЙ СФЕРІ

В статті окреслені можливості використання інструментарію гармонізації регулюючих функцій держави у фінансовій сфері в процесі євроінтеграційного руху України для модернізації на цій основі системи соціально-економічних відносин в країні.

In article possibilities of use of toolkit of harmonisation of regulating functions of the state in financial sphere in the course of eurointegration development of Ukraine for modernisation on this basis of social and economic relations in the country are outlined.

Актуальність теми обумовлюється проголошеною стратегією спрямованістю України на її інтеграцію із європейською економічною спільнотою, що потребує як комплексної оцінки можливостей даної інтеграції (включаючи інституціональний чинник), так і трансформації економічної політики країни в політику модернізації.

Відзначимо, що українська економічна наука неодноразово зверталася до огляду перспектив запозичення європейського досвіду з метою внесення змін до вітчизняної фінансової системи. Вартими уваги, зокрема, є пропозиції В.Л. Андрущенка, В.Г. Бодрова, З.С. Варналія, В.В. Зимовця, С.В. Онишко, А.М. Соколовської. Проте до цього часу, незважаючи на очевидну значимість вибору адекватної державної позиції та формування програми дій для активного включення України у євроінтеграційні процеси, ґрунтовні дослідження можливостей використання інструментарію гармонізації регулюючих функцій держави у фінансовій сфері для трансформу-

вання на цій основі системи соціально-економічних відносин практично не ведуться.

Аналіз літератури з проблематики економічної модернізації вказує на суттєві прорахунки, пов'язані із недостатнім усвідомленням значення і ролі інтеграційних процесів, пов'язаних із міждержавною конверсією систем фінансового регулювання. В потенціалі можливостей істотні зрушення в напрямку підвищення усіх форм світогосподарських зв'язків з країнами розвинутого інтеграційного об'єднання спроможні досягти рівноправності у розподілі прибутків та підвищенні економічного рівня розвитку обох суб'єктів.

Зрозуміло, що розробка надійних наукових підходів вимагає всебічного урахування, по-перше, світового досвіду гармонізації регулюючих функцій у фінансовій сфері; по-друге, досвіду країн першої хвилі євроінтеграційного процесу; по-третє, врахування реалій економічного, соціального і політичного розвитку України. Загальною