

Скидки в предприятиях общественного питания г. Петрозаводска

«Северный»	«Карелия»	«Карельская горница»
<p>Карта «Постоянный клиент» — предоставляется скидка 5% от стоимости блюд из меню ресторана. Карта предоставляется при наличии 10 чеков, или при совокупной сумме заказов более чем 5000 рублей в течение трех месяцев.</p> <p>Карта «Корпоративный клиент» — предоставляется скидка 5% от стоимости блюд из меню ресторана. Карта предоставляется обладателю карты «Постоянный клиент» после 30 посещений ресторана «Северный» или при совокупной сумме заказа не менее чем 10 000 руб. в месяц (пороговая схема).</p>	<p>При посещении обеда по системе «шведский стол» вводится накопительная система скидок.</p> <p>Схема получения скидок:</p> <p>1 посещение — 1% 2 посещения — 2% 3 посещения — 3%...</p> <p>При 20 посещениях клиент получает дисконтную карту отеля «Карелия», которая дает право на получение следующих скидок:</p> <p>— завтраки, обеды по системе «шведский стол» — 20%; — кухня a' la cart — 10%; — бар — 5%; — пассажирские рейсы на о. Кижы на метеородах «Турхолдинга «Карелия» — 10%; — SPA Medical центр — 10%.</p> <p>Дифференцированная скидка на спиртное и блюда в зависимости от количества гостей на фуршете (от 20 чел.) либо банкете (от 5 чел).</p> <p>При заказе свадебного банкета на сумму свыше 100 000 рублей — номер для молодоженов в подарок.</p>	<p>Своим постоянным посетителям «Горница» вручает «Карту дорогого гостя», которая дает право на 5% скидку.</p> <p>Каждого клиента не просто помнят в лицо, но с его согласия регистрируют в специальной базе данных, куда заносят его предпочтения и пожелания (скидки по категории клиента).</p>

В заключение стоит сказать, что дисконтная политика сети ресторанов или кафе — это такой же важный аспект работы, как и, например, ценообразование. Дисконтом нужно заниматься очень тщательно, каждый раз стараясь максимально точно предсказать последствия от введения той или иной схемы скидок. Надо понимать, что создание системы лояльности клиентов не может ограничиваться разовыми акциями, а представляет собой постоянную работу по привлечению новых клиентов и удержанию уже имеющихся. Только тогда дисконт обеспечит компании успех в борьбе с конкурентами.

Список литературы

1. Дисконтная политика в сети ресторанов // Современный бизнес. Ресторан. 2007. С. 23.
2. Насонова О. Дисконтные карточки: что необходимо знать посетителям ресторанов: Электрон. ст. URL: <http://www.newrestoran.ru/12/5.htm>.
3. Дисконтная система в борьбе за посетителя: Электрон. ст. URL: <http://www.sb-traktir.ru/press-center/articles/28-03-2008/discount-in-customer-struggle.html>.

Управление банковскими инновациями

Е. В. Молчанова
Институт экономики КарНЦ РАН, г. Петрозаводск

Банковская система в России — одна из важнейших структур рыночной экономики, включающая совокупность взаимосвязанных банков и других кредитных учреждений, действующих в рамках единого финансово-кредитного механизма. Банковские системы различаются в зависимости от организации, степени контроля со стороны государства, вхождения в мировую банковскую систему, состава банковских операций и от многих других признаков. Банковская система в России является децентрализованной двухуровневой системой банков, которая представлена Центральным банком РФ (ЦБ РФ) и многочисленными коммерческими банками [1; 2; 3].

Современный уровень развития производственных сил требует от банковского сектора предоставления все большего числа услуг своим клиентам — промышленным, торговым и иным предприятиям и организациям, а также населению. Традиционные банковские услуги, такие как вкладные операции и кредитование, становятся все более рискованными в условиях ужесточающейся конкуренции, глобализации рынков, технологической революции. Многие коммерческие банки отдают

приоритет развитию инновационных форм обслуживания клиентов, создавая новые финансовые инструменты и технологии с целью получения прибыли и снижения уровня рисков.

Целью данного исследования является оценка состояния, перспектив развития и управления новыми формами банковских услуг (банковскими инновациями) в России, а также на региональном рынке банковских услуг (на примере Республики Карелия).

В последние десять лет банковское дело в ряде развитых стран вышло на качественно новый уровень, а одним из основных факторов успешной банковской деятельности стала выступать политика постоянных нововведений. Нововведения в банковском бизнесе включают в себя не только технические или технологические разработки, но и внедрение новых форм бизнеса, новых методов работы на рынке, новых товаров и услуг, новых финансовых инструментов. Инновации являются важнейшим фактором стабильности функционирования банков и обеспечивают их экономический рост [4].

Можно выделить три задачи, стоящие перед Российскими банками в современной экономической ситуации:

— расширение набора банковских услуг — платежных, коммерческих, инвестиционных — в целях привлечения клиентов;

— внедрение высокотехнологичного современного оборудования (такие возможности доступны только крупным российским банкам);

— повышение профессионального уровня банковских менеджеров.

Виды банковских инноваций. *Новая банковская услуга* — это деятельность по оказанию помощи или содействия клиенту в получении прибыли, способная приносить дополнительный комиссионный доход. В отличие от банковского продукта услуга может носить незавершенный характер. *Новый банковский продукт* — комбинированная, либо нетрадиционная форма банковского обслуживания, создаваемая на основе маркетинговых исследований потребностей рынка. Новым банковским продуктом может быть и кредитно-финансовый инструмент. Как синтетическое понятие *банковская инновация*, или совокупность новых банковских продуктов и услуг — это результат деятельности банка, направленной на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи нововведений, содействующих клиентам в получении прибыли [4].

Отечественный опыт разработки банковских инноваций опирается на мировую практику и банковское законодательство России. Это означает, что российские кредитные организации могут получать дополнительные доходы от осуществления предусмотренных банковским законодательством сделок, которые дополняют банковские операции. К ним относятся [3; 4; 5]:

— инновационная деятельность, соответствующая мировым тенденциям развития банковского дела (инвестиции в недвижимость, финансовый лизинг, финансирование крупных инновационных проектов);

— осуществление доверительного управления (трастовые операции) денежными средствами и иным имуществом по договору с физическими и юридическими лицами;

— предоставление в аренду физическим и юридическим лицам специальных сейфов или помещения для хранения документов и ценностей;

— оказание консультационных и информационных услуг;

— развитие операций на денежно-финансовом рынке за счет «иных сделок», в том числе с производными финансовыми инструментами (ценными бумагами);

— развитие системы электронных денежных переводов;

— расширения спектра безналичных денежных операций, в том числе с использованием пластиковых карт.

Банки заинтересованы модернизировать методики создания и поставки своих услуг с той целью, чтобы операционные расходы и цены на них довести до уровня соответствия конкурентной позиции.

Управление банковскими инновациями. По экономическому содержанию нововведения в банковской сфере (банковские инновации) можно подразделить на два типа: технологические и продуктовые. К технологическим инновациям относятся: электронные переводы денежных средств, банковские карты; к продуктовым — новые банковские продукты, которые могут быть связаны как с новыми операциями и услугами, так и с традиционными банковскими операциями в период их развития, либо изменения условий регулирования.

Оценить прибыльность инновационных внедрений наряду с классическими банковскими услугами: кредитованием и привлечением свободных денежных средств физических и юридических лиц в депозиты банка можно с использованием математических методов и моделей (модифицированной модели олигополии) [6; 7; 8]. Имея собственный статистический материал, зная вид производственной функции издержек и конкурентный рынок, аналитический отдел банка, воспользовавшись предлагаемыми моделями, может произвести расчеты для анализа эффективности запланированных инноваций.

Предположим, что в банковской отрасли существует конкуренция ограниченного числа банков, что соответствует модели олигополии [6]. Пусть на рынке присутствует n банков, пронумерованных индексом $j \in 1:n$. Каждый банк — это фирма, оказывающая финансовые услуги, сводящиеся к привлечению депозитов со стороны заимодателей и предоставлению кредитов заемщикам, а также занимающаяся внедрением инновационных банковских услуг.

Введем следующие обозначения:

$L(r_L)$ — объем кредитов, которые принципиальные заемщики возьмут у банка по процентной ставке r_L . Функция $L(r_L)$ является убывающей.

$D(r_D)$ — объем депозитов, которые сможет занять у депозиторов банк, обещая им выплаты по процентной ставке r_D . Функция $D(r_D)$ является возрастающей.

$r_L(L), r_D(D)$ — обратные для $L(r_L)$ и $D(r_D)$ функции.

α — норма обязательного резервирования.

r — процентная ставка по межбанковским кредитам.

$I(r_I)$ — объем банковских инноваций, которые приносят банку комиссионный доход в виде процента r_I . К банковским инновациям будем также относить новые виды кредитных и вкладных операций, за которые взимается комиссионное вознаграждение (комиссии за предоставление кредита в форме овердрафт, за открытие ссудного счета по кредитной линии, за новые виды вкладных операций и т. д.). Функция $I(r_I)$ является убывающей.

$r_I(I)$ — обратная для $I(r_I)$ функция, характеризующая средний размер комиссионного вознаграждения по предлагаемым банком-монополистом инновационным продуктам и услугам.

$C(D, L, I)$ — производственная функция, которая возвращает значение издержек C , возникающих при управлении депозитами объемом D , кредитами в объеме L и инновациями в объеме I .

В данном случае под *равновесием по Курно* будем понимать такой вектор $\{(D_j^*, L_j^*, I_j^*)\}_{j=1:n}$ размерности $3 \times n$, где (D_j^*, L_j^*, I_j^*) — количество кредитов, депозитов и инноваций, принадлежащих j -му банку. Для всех j тройка значений (D_j^*, L_j^*, I_j^*) такова, что она максимизирует прибыль j -ого банка при условии, что все остальные банки ($i \neq j$) владеют кредитами, депозитами и инновациями в объемах $\{(D_i^*, L_i^*, I_i^*)\}_{i \neq j}$.

Таким образом, с учетом сделанных предположений, прибыль, получаемая в результате конкуренции ограниченного числа банков при внедрении ими инновационных технологий, будет равна:

$$\max_{(D_j, L_j, I_j)} \left\{ (r_L(L_j + \sum_{i \neq j} L_i^*) - r)L_j + (r(1 - \alpha) - r_D(D_j + \sum_{i \neq j} D_i^*))D_j + r_I(I_j + \sum_{i \neq j} I_i^*)I_j - C(D_j, L_j, I_j) \right\}. \quad (1)$$

Необходимое условие максимума функции прибыли (1) — $\pi_j(D_j, L_j, I_j)$ для j -го банка — равенство первых частных производных нулю.

Модель (1) позволяет оценить роль и эффективность внедрения инновационных технологий в деятельность коммерческих банков (с точки зрения повышения их прибыльности) в случае конкуренции ограниченного числа банков.

Инновации банковского сектора Республики Карелия. По состоянию на 1 января 2008 года в Республике Карелия действовали 168 банковских учреждений, включая 1 самостоятельный банк с двумя филиалами, 21 филиал инорегиональных банков, 8 представительств и 136 внутренних структурных подразделений кредитных организаций и филиалов. Число инорегиональных банков, представленных в Карелии, возросло с 25 до 34 (15 из которых входят в список 30 крупнейших банков Российской Федерации) [9].

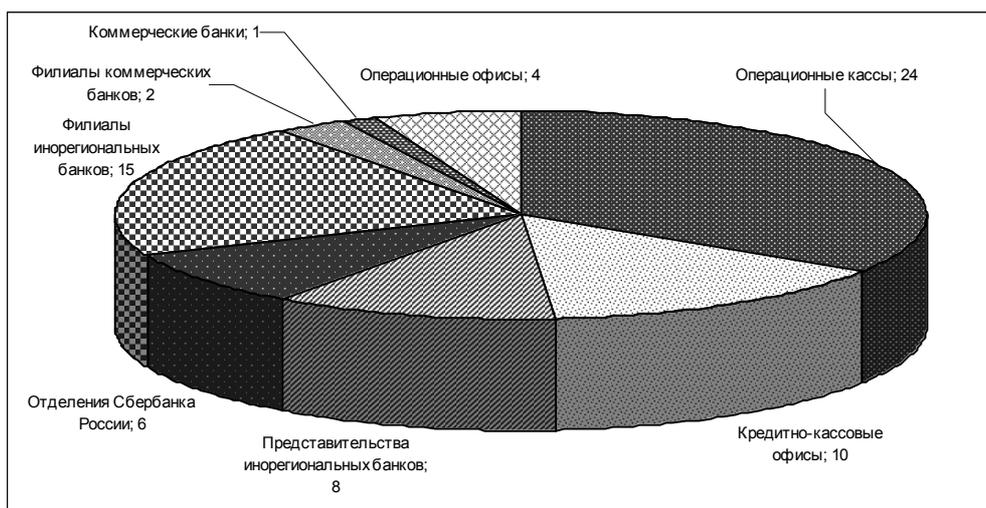


Рис. 1. Структура банковского сектора Республики Карелия на 1 января 2008 года

По данным Банка России наиболее востребованными из предлагаемого банковским сектором Республики Карелия набора услуг для юридических и физических лиц были: расчетно-кассовое обслуживание, банковские карты, кредитование, инкассация (табл. 1) [10].

Таблица 1

Количество кредитных организаций, оказывающих банковские услуги

Услуга	01.01.2007	01.01.2008
Инкассация	2	3
Кассовое обслуживание	16	17
Расчетное обслуживание	16	17
Кредитование		
разовое	15	16
кредитная линия	16	16
овердрафт	11	13
вексельное	2	4
инвестиционное	5	9
потребительское	15	16
жилищное	10	12
ипотечное	9	12
автокредитование	12	13
экспрес-кредитование	6	4
доверительное кредитование	3	1
на оплату обучения	1	3
Депозиты	16	17
Операции с иностранной валютой	15	17
Денежные переводы населения	15	17
Операции с ценными бумагами	8	8
Брокерские услуги	4	1
Лизинговые операции	2	2
Выдача банковских гарантий	6	7
Сейфинг	6	6
Межбанковское кредитование	2	2
Консалтинговые услуги	1	1

Инновационными продуктами и услугами для банковского сектора Республики Карелия можно считать следующие [9; 10].

Новые формы депозитных операций.

Особой популярностью у населения пользуются вкладные операции (пополняемые депозиты, с капитализацией процентов, пенсионные, зарплатные и др.). Как правило, они предоставляются в рублях, долларах США и евро. В 2007 году частные накопления населения преоб-

ладали в структуре привлеченных ресурсов (75,2%). Средний остаток вклада на душу населения составил 19,1 тыс. рублей, что в два раза меньше, чем в среднем по Северо-Западному федеральному округу.

Новые формы кредитования (овердрафт, вексельное, инвестиционное, ипотечное, доверительное, автокредитование и кредитование на оплату обучения).

За 2007 год кредитными организациями предоставлено более 67 тысяч ссуд на сумму 38,4 млрд. рублей (удовлетворено более 80% заявок). На 1 января 2008 года действовало около 2 тысяч кредитных договоров с юридическими и около 98 тысяч — с физическими лицами. Кредиты предоставлялись преимущественно в рублях.

Совершенствование платежной системы.

Мероприятия по совершенствованию платежной системы были и ориентированы на расширение электронных технологий, способствовали эффективному функционированию межбанковского денежного рынка, повышению роли безналичных расчетов, развитию новых платежных услуг. За 2007 год оборот наличных денег через кассы банков достиг 131,4 млрд. рублей. Объем безналичных платежей, проведенных через банковский сектор республики, составил 9,3 млн. расчетных документов на сумму 525,7 млрд. рублей. Ежедневно платежная система республики обеспечивала проведение 37,2 тыс. платежей на сумму 2,1 млрд. рублей. Практически весь объем платежей (99,8%) проведен с использованием электронных технологий.

Дистанционное обслуживание клиентов (система «Клиент — Банк»).

Кредитными организациями продолжалась работа по обеспечению качественного расчетного обслуживания клиентов и развитию наиболее прогрессивных форм и средств расчетов, в том числе с применением дистанционного обслуживания клиентов. На конец 2007 года количество счетов, открытых юридическим и физическим лицам, доступ к которым предоставлен дистанционным способом, и по которым в 2007 году проводились операции по списанию денежных средств, составило 8294, из них через сеть Интернет — 1655. Количество договоров по использованию системы «Банк — Клиент» увеличилось в 1,3 раза и достигло 5,2 тысячи.

Инструменты розничных платежей.

Кредитными организациями осуществлялось дальнейшее совершенствование инструментов розничных платежей, в том числе операций перевода денежных средств по поручению физических лиц без открытия счета через системы денежных переводов (Western Union, Contact, MIGOM, MoneyGram, Travelex, «Блиц»).

Пластиковые карты.

Сохранялась тенденция расширения использования платежных карт в расчетах. По состоянию на 1 января 2008 года их эмиссию и/или эквайринг осуществляли 14 кредитных организаций. За год количество карт в обращении выросло на 66,4 тысячи (в 1,3 раза) и составило 304,8 тысячи. Большая их часть принадлежала физическим лицам и эмитирована в рамках реализации «Зарплатных проектов» (63,7%), в которых участвовали более 2,1 тыс. предприятий. Держателем банковской карты являлся каждый второй житель республики. По состоянию на 1 января 2008 года в Карелии обслуживались карты 13 платежных систем, доминирующая роль по-прежнему принадлежала картам международных систем «VISA» и «MasterCard» (95,5%).

Развитие инфраструктуры обслуживания платежных карт.

На расширение объема безналичных платежей с использованием платежных карт существенное влияние оказало динамичное развитие инфраструктуры их обслуживания. За отчетный год количество организаций торговли и услуг, принимающих к оплате банковские карты, увеличилось с 554 до 748 (на 35%), установленных в них терминалов — с 506 до 727 (на 43,7%), пунктов выдачи наличных (ПВН) — с 95 до 102, банкоматов — с 155 до 230. Через каждый третий банкомат принималась оплата коммунальных платежей, через 216 — производилась оплата услуг мобильной связи, в 13 банкоматах реализована функция приема наличных денег. Двенадцать кредитных организаций предоставляли услугу «Мобильный банк».

Предоставление в аренду индивидуальных банковских сейфов.

Услуга по аренде индивидуальных банковских сейфов предоставляется физическим и юридическим лицам многими кредитными организациями республики. Предлагаемая услуга — это универсальный способ безопасного хранения ценностей и деловой документации, а также гарантия конфиденциальности.

Заключение и выводы. Банковская инновационная деятельность ориентирована на гармонию интересов банка, потребителей и общества в целом в рамках создания продуктов и услуг более высокой ценности, чем у конкурентов. Управление работой по разработке стратегии внедрения банковских инноваций происходит на основе использования специальных инструментов. Под инструментами понимаются методы подготовки и принятия управленческих решений, методики прогноза и анализа информации, разработка математических моделей и методов, которые дают возможность произвести комплексную оценку инновационного продукта. Предложенная в статье модификация модели олигополии позволяет оценить эффективность внедрения инноваций в деятельность коммерческого банка с точки зрения повышения эффективности его работы.

Оценка инновационной деятельности банковского сектора Республики Карелия свидетельствует о том, что кредитные организации региона развивают новые продукты и услуги, свойственные их головным офисам, находящимся в основном в Москве и Санкт-Петербурге. Следует отметить, что в республике имеет место развитие инноваций обоих типов: технологических и продуктовых. Активно внедряются новые формы кредитования: инвестиционное и ипотечное кредитование, кредитование на потребительские нужды, автокредитование и т. д. Развивается рынок пластиковых карт, в том числе зарплатные проекты. Расширяется спектр применения новых информационных технологий. Например, система дистанционного обслуживания «Банк-Клиент» и быстрых денежных переводов «Western Union».

Список литературы

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 3 февраля 1996 г. № 17-ФЗ.
2. Федеральный закон «О центральном банке РФ» от 12 октября 1995 г. № 394-1-ФЗ.
3. Банковское дело: учебник / под ред. Г. Н. Белоглазовой, Л. П. Кроливецкой. М.: Финансы и статистика, 2003. 592 с.
4. Управление деятельностью коммерческого банка (банковский менеджмент) / под ред. О. И. Лаврушина. М.: Юристъ, 2003. 688 с.
5. *Никитина Т. В.* Банковский менеджмент / Т. В. Никитина. СПб.: Питер, 2002. 160 с.
6. *Конюховский П. В.* Микроэкономическое моделирование банковской деятельности / П. В. Конюховский. СПб.: Питер, 2001. 224 с.
7. *Klein M.* Theory of banking firm / M. Klein // The Journal of Money, Credit and Banking. 1971. Vol. 3, pp. 205—218.
8. *Monti M.* Deposit, credit, and interest rate determination under alternative bank objectives / M. Monti // Mathematical methods of finance. Amsterdam: North-Holland, 1972.
9. Сайт Центрального банка Российской Федерации. URL: <http://www.cbr.ru>.
10. Банковский обзор (2007 год): аналит. зап. / Национальный банк Республики Карелия Банка России. Петрозаводск, 2007.
11. *Александрова Н. Г.* Банки и банковская деятельность для клиентов / Н. Г. Александрова, Н. А. Александров. СПб.: Питер, 2002. 224 с.
12. *Батракова Л. Г.* Экономический анализ деятельности коммерческого банка: учебник для вузов / Л. Г. Батракова. М.: Логос, 2003. 344 с.
13. *Беляков А. В.* Банковские риски: проблемы учета, управления и регулирования / А. В. Беляков М.: Издательская группа «БДЦ-пресс», 2003. 256 с.
14. Большая экономическая энциклопедия. М.: Эксмо, 2007. 816 с.
15. *Гиляровская Л. Т.* Комплексный анализ финансово-экономических результатов деятельности банка и его филиалов / Л. Т. Гиляровская, С. Н. Паневина. СПб.: Питер, 2003. 240 с.

Подкастинг как инструмент маркетинговых коммуникаций

А. С. Силкин
Карельский государственный
педагогический университет, г. Петрозаводск

В последние годы специалисты по маркетингу и рекламе часто встречаются с прогнозами о значительном повышении доли Интернет-рекламы за счет других традиционных медиа. В 2007 г. в России Интернет-реклама занимала около 2% в общей структуре рекламного рынка. Согласно прогнозам, в 2012 г. эта доля составит уже 6%. Интернет аккумулирует наиболее «качественную», то есть платежеспособную и готовую к развитию своих потребительских привычек аудиторию. В дан-