

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Kristina GAUBAITĖ

**MAŽMENINĖS BANKININKYSTĖS PROBLEMOS IR
SPRENDIMAI**

Magistro darbas

Šiauliai, 2005

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

**MAŽMENINĖS BANKININKYSTĖS PROBLEMOS IR
SPRENDIMAI**

**Magistro darbas
Socialiniai mokslai, ekonomika (04S)**

Magistro darbo autorius Kristina Gaubaitė.....

Vadovas prof. habil. dr. Vytautas Vaškelaitis.....

Recenzentas.....
.....

Šiauliai, 2005

ANOTACIJA

Kristina Gaubaitė

Mažmeninės bankininkystės problemos ir sprendimai. Magistro darbas.

Magistro darbe nagrinėjamos mažmeninės bankininkystės rinkos problemos ir plėtros perspektyvos. Pasitelkiant teoriją ir praktiką analizuojama mažmeninės bankininkystės atsiradimas ir plėtra, siūlomų mažmeninių produktų specifika ir ypatumai. Atlikus mažmeninės bankininkystės produktų paklausos tyrimą nustatytos problemos, su kuriomis susiduria vartotojai, bei galimos rinkos plėtros perspektyvos. Atlikta konkretaus banko mažmeninių produktų apžvalga bei analizė, įvertintos jų plėtros perspektyvos.

ABSTRACT

Kristina Gaubaitė

Retail banking problems and solutions. Master's Graduation Paper.

The Master's Graduation Paper explores problems and perspective solutions of retail banking market. Referring to theoretical and practical works the beginning and development of retail banking as well as particularity and peculiarity of retail services are analyzed. A survey of retail banking services demand was carried out and problems which costumers face as well as possible solutions of market development were defined. There was made a review and analysis of retail banking services as well as evaluation of their development and expansion perspective on the ground of a particular bank.

TURINYS

<i>ANOTACIJA</i>	3
<i>ĮVADAS</i>	5
<i>PAGRINDINĖS SAŲOKOS</i>	7
<i>1. MAŽMENINĖ BANKININKYSTĖ: IŠTAKOS IR ŠIUOLAIKINĖS VYSTYMO SI TENDENCIJOS</i>	10
1.1. Mažmeninės bankininkystės ištakos ir raida	10
1.2. Mažmeninės bankininkystės ypatumai	14
<i>2. MAŽMENINĖS BANKININKYSTĖS PASLAUGOS IR JŲ TEIKIMO YPATUMAI</i>	17
2.1. Paslaugos ir jų teikimo ypatumai	18
2.2. Mažmeninės bankininkystės produktai	23
<i>3. MAŽMENINĖS BANKININKYSTĖS RINKA IR JOS PLĖTROS PERSPEKTYVOS ŠIAULIŲ MIESTE</i>	38
3.1. Mažmeninės bankininkystės produktų paplitimo tyrimas Šiaulių mieste	39
3.1.1. Tyrimo metodika	39
3.1.2. Bankų paslaugų naudojimas ir plėtros perspektyvos	43
3.2. Mažmeninės bankininkystės rinkos plėtotės kryptys AB Šiaulių banke	53
3.2.1. Mažmeninių produktų analizė ir plėtros perspektyvos AB Šiaulių banke	59
<i>IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS</i>	76
<i>LITERATŪRA</i>	80
<i>PRIEDAI</i>	83

ĮVADAS

Temos aktualumas. Pastaraisiais metais pastebimai didėja konkurencija tarp bankinių paslaugų sferos dalyvių. Iki šiol sėkmingai veikę bankai turi peržiūrėti savo pasirinktas veiklos strategijas ir kuo skubiau rasti veiklos nišas, kurios suteiktų galimybes padidinti užimamas rinkos dalis, prisivilioti kitų bankų paslaugomis nepatenkintų klientų, taip praplečiant vartotojų ratą. Bankai dabar ypač daug dėmesio skiria privačių klientų poreikių patenkinimui. Išaugęs privačių asmenų poreikis naudotis bankų paslaugomis skatina bankus išsiskirti iš kitų, siūlant išskirtinus ir patrauklius produktus. Bankai sprendžia, kaip modifikuoti turimus produktus, bei plečia paslaugų spektrą, kurdami naujus, vartotojams patrauklius produktus. Taip jie stengiasi išlaikyti esamus ir pritraukti naujus klientus.

Darbo tikslas – identifikuoti mažmeninės bankininkystės problemas ir pagrįsti tolesnės raidos gaires, atskleidus mažmeninės bankininkystės paslaugų specifiką ir ypatumus nustatyti vartotojų požiūrį į privatiems klientams siūlomus produktus, kylančias problemas bei galimas paslaugų plėtros perspektyvas mažmeninės bankininkystės rinkoje bei AB Šiaulių banke.

Šiam tikslui pasiekti buvo keliami šie **uždaviniai**:

- atskleisti mažmeninės bankininkystės atsiradimo istoriją bei plėtros varomąsias jėgas,
- išnagrinėti mažmeninės bankininkystės veiklos kryptis bei paslaugų specifiką,
- įvertinti mažmeninės bankininkystės problemas ir plėtros perspektyvas,
- išanalizuoti mažmeninės bankininkystės rinką Lietuvoje, remiantis AB Šiaulių bankas pavyzdžiu.

Šiems uždaviniams pasiekti pirmiausia buvo analizuojama teorinė įvairių autorių literatūra: knygos, straipsniai periodinėje spaudoje, brošiūros, įvairių seminarų medžiaga. Darbas buvo rengiamas remiantis Lietuvos bei užsienio autorių ekonomikos srities literatūra, informaciniais pranešimais, bei straipsniais periodinėje spaudoje. Literatūros šaltiniai buvo sisteminami ir nagrinėjami. Taip pat naudotasi internetu, Lietuvos banko bei Statistikos departamento duomenų baze ir kt.

Darbo objektas – mažmeninis bankų sektorius Lietuvoje ir AB Šiaulių banke.

Tyrimo hipotezės:

1. Privatūs klientai vangiai naudojami naujomis mažmeninės bankininkystės paslaugomis, dėl informacijos trūkumo.
2. Privatūs klientai renkasi banką ne tik pagal banko prestižą, bet ir pagal aptarnavimo kokybę, patogią filialų ir skyrių vietą.
3. Perspektyviausia mažmeninės bankininkystės paslauga - elektroninė

bankininkystė.

Tyrimo metodai. Darbe nagrinėjamos temos analizei atlikti ir išvadoms parengti panaudota faktinių duomenų analizė, anketinė apklausa, lyginamoji analizė, detalizavimas, santykinų rodiklių analizė, sisteminė analizė, gautų duomenų interpretavimas, banko duomenų analizė. Darbe pateiktos 9 lentelės, 36 paveikslai ir 12 priedų.

Darbo struktūra. Teorinė ir praktinė dalys. Teorinė darbo dalis skirta literatūros nagrinėjimui. Apžvelgiamas mažmeninės bankininkystės atsiradimas bei plėtra Lietuvoje ir užsienio valstybėse. Atskleidžiamos mažmeninės bankininkystės produktų ypatybės ir specifika. Praktinė darbo dalis susideda iš mažmeninės bankininkystės produktų paklausos tyrimo Šiaulių mieste ir AB Šiaulių bankas mažmeninių produktų apžvalgos bei analizės, įvertinamos galimos plėtros perspektyvos.

PAGRINDINĖS SĄVOKOS

Šios sąvokos magistro darbe pateikiamos remiantis šiais šaltiniais: Buračas A., Svecevičius B. Biznio, bankų, biržos terminų žodynas–žinynas. Vilnius : Žodynas (1994); Bernotienė, A. Tarptautinių terminų žodynas. Vilnius : Aligma (2003). Lietuvos Respublikos Bankų įstatymas, 2004 m. kovo 30 d. Nr. IX-2085. Vilnius.

A

Aktyvas – tai turtas, priklausantis bankui; tai, kuo bankas disponuoja, arba lėšų panaudojimo būdas;

Analizė – tyrimas, kruopštus aplinkybių bei priežasčių nustatymas;

Atsiskaitymas – išmoka už veiklą, gautas prekes, vertybinius popierius ar skolos visiškas gražinimas pagal iš anksto suderintas sąlygas;

B

Bankas – komercinis bankas ir specializuotas bankas;

Banko licencija – išduotas leidimas teikti licencines finansines paslaugas;

Banko filialas – neturintis juridinio asmens teisių Lietuvos Respublikos įregistruoto banko teritorinis padalinys, veikiantis banko vardu ir atliekantis visas ar dalį banko operacijų pagal banko įgaliojimą, už kurio sandorius ir veiklą bankas atsako savo vardu;

Balansas – pagrindinės veiklos ekonominių rodiklių suvestinė; aktyvų ir pasyvų, kredito ir debito sąskaitų pusiausvyra tam tikru momentu;

Bankininkystė – bankų atliekama piniginių operacijų veikla, per kurią įgyvendinama monetarinė politika;

D

Debetas – deficitas, pasyvas; sąskaitos suma kairėje balanso pusėje, aktyvinėse sąskaitose žyminti apskaitomų sumų padidėjimą, o pasyvinėse – sumažėjimą;

Depozitas – indėlis banke ir taupomojoje kasoje; banko sąskaitos tipas ir ją atitinkantis įrašas banko balansinėje apyskaitoje;

Draudimo suma – draudžiamo indėlio suma;

E

Elektroniniai pinigai – negrynieji pinigai kompiuterinėse laikmenose;

F

Faktoringas – trumpalaikių skolų perleidimas, perduodant kredito riziką bei siekiant sparčiau atstatyti apyvartinio kapitalo dalį;

Fizinis asmuo – individualus asmuo, veikiantis asmeniškai savo vardu.;

Finansinės paslaugos – paslaugos, nurodytos Finansų įstaigų įstatymo 3 straipsnio 1 dalyje;

H

Hipotezė – neįrodytas ir patikrinimo reikalaujantis atskirų procesų ar įvykių bei jų galimos sekos aiškinimas;

J

Juridinis asmuo - t. y. įstaigos, įmonės ar organizacijos, kurios, vykdydamos joms pavestas funkcijas, sudarydamos turtinius sandėrius, stoja savo vardu kaip savarankiškas civilinių teisių ir pareigų subjektas;

I–I

Įmoka – lėšų įnašas;

Indėlininkas – asmuo, atidavęs saugoti laikinai laisvas lėšas ar jas tuo tikslu atidaryti banko sąskaitoje;

Indėlis – pinigai, patikėti finansiniam tarpininkavimui;

Infliacija – bendras kainų kilimas; perkamosios galios smukimas dėl kainų kilimo;

Įplaukos – lyginamos su banko aktyvais, įplaukos iš suteiktų paskolų;

Išlaidos – sunaudotos lėšos, piniginės sąnaudos arba sąnaudos, įvertintos pinigais;

Ilgalaikė paskola – paskola, kuri suteikiama ilgiau nei vieniems metams;

Ištekliai – disponuojamos lėšos, naudojamos kreditavimui ir aktyviems ūkinės veiklos rezultatams, operacijoms;

K

Kapitalas – finansinis ir materialusis turtas, naudojamas pelno gavimo tikslais (piniginis kapitalas, pinigai, vertybiniai popieriai, akcinis kapitalas ir t. t.);

Kaštai – išlaidos;

Kaupiamasis indėlis – terminuotųjų indėlių rūšis. Gali būti papildoma periodiniais piniginais įnašais;

Klientai – verslo ar privatus asmuo, kurio vardu atidaryta banko sąskaita;

Komercinis bankas – įstaiga, atliekanti pinigines operacijas, tvarko indėlius, duoda ir ima paskolas, atlieka operacijas su vertybiniais popieriais bei užsienio valiuta, atsiskaitymus per klientų sąskaitas, saugo klientų vertybes ir teikia finansines konsultacijas;

Kreditas – paskola, skolintieji aktyvai;

Kreditavimas – kredito teikimas pagal sutartą programą suderintiems ir kreditoriams remiamiems tikslams;

Kredito kortelė – banko garantijos forma, jo suteikiama galimybė klientui atsiskaityti už išgyjamas prekes ir gaunamas paslaugas negrynaisiais pinigais. Tai plastikinė kortelė turinti kodą.

L

Lėšos – piniginiai ištekliai, aktyvai, apyvartinės lėšos;

Lietuvos bankas – Lietuvos Respublikos centrinis bankas;

M

Mažmeninė bankininkystė – banko paslaugos, teikiamos privatiems klientams;

Mokumas – galimybė ar pajėgumas padengti mokestinius reikalavimus / įsipareigojimus;

N

Nerezidentai – laikinai gyvenantys asmenys, arba užsienio šalių piliečiai;

O

Obligacija – vertybinių popierių skoliniai pasižadėjimai, išleidžiami valstybės išdo, bankų ar didelių bendrovių padengti stambiais investiciniais projektams per ilgesnį laikotarpį;

P

Pajamingumas – galimybė gauti daugiau įplaukų negu investuota;

Pajamos – įplaukos, uždarbis;

Palūkanos – procentais išreikšta pinigų / turto skolinimo kaina;

Pasyvai – tai vertė, kurią bankas kam nors skolingas, tai skolos, įsipareigojimai arba banko lėšų šaltiniai. Pasyvas – tai banko įsipareigojimas visų tipų savininkams, banko akcininkams dėl paimtos bankų paskolos.

Paskola – kreditas už palūkanas laikinai skolinamos lėšos;

Paslauga – ekonominė veikla, kuri tiesiogiai ar netiesiogiai padeda tenkinti žmonių poreikius;

Pelnas – veiklos pajamų dalis atskaičius išlaidas, įplaukas;

Procentas – paskolinių palūkanų lygis, išreikštas %;

Prognozė – būsimos ar buvusios padėties nustatymas, remiantis prielaidomis apie galimą įvykių seką;

R

Rezidentai – turintys Lietuvos pilietybę asmenys;

Rizika – galimas pavojus veiklai dėl pralenkiančio kainų augimo ar vertės sumažėjimo, lyginant su pelnu, investavimo metu;

S

Sąnaudos – žr. išlaidos;

Sąskaita – banko kliento mokesčių ir kitų piniginių operacijų apskaitos forma;

SMS banko paslauga – informacijos teikimas trumpųjų žinučių pagalba per GSM mobilųjį telefoną;

Skola – piniginis skolininko įsipareigojimas;

T

Taupomasis indėlis – neterminuotas indėlis, kurio negalima atsiimti iš anksto neįspėjus;

Tendencija – tipiška, būdinga kryptis;

Terminuotas indėlis – indėlis su nustatyta data;

Trumpalaikė paskola – paskola, kuri suteikiama vieneriems metams ar trumpesniai laikotarpiui.

Turtas – vertybių visuma, kapitalas, nuosavybė, ištekliai;

U

Užstatas – įkeičiamas daiktas, piniginis užstatas, dokumentai, hipotekos;

Užsienio valiuta – kitos šalies pinigai;

Užsienio bankas – užsienio valstybėje įsteigta kredito įstaiga, kuri turi užsienio valstybės priežiūros institucijos išduotą leidimą ar licenciją verstis ir verčiasi indėlių ir kitų grąžintinų lėšų priėmimu iš neprofesionalių rinkos dalyvių ir jų skolinimu ar kitų licencinių finansinių paslaugų teikimu;

V

Veikla – sąmoningai organizuoti veiksmai, siekiant nustatytų uždavinių ar tikslų įgyvendinimo.

1. MAŽMENINĖ BANKININKYSTĖ: IŠTAKOS IR ŠIUOLAIKINĖS VYSTYMO SI TENDENCIJOS

1.1. Mažmeninės bankininkystės ištakos ir raida

Bankininkystė atsirado gilioje senovėje, 3400 m. prieš Kristų Šumerų miesto Uruko Raudonosios šventyklos žyniai buvo tikrų tikriausi bankininkai. Jie priimdavo iš žmonių saugoti daiktus, kuriuos įvertindavo molio plytomis. (Vaškelaitis, 2003). Kadangi tuomet vyravo natūrinis ūkis, už daiktų saugojimą buvo atsiskaitoma vietos vertybėmis.

Pinigus skolinančiųjų ir užsienio valiutą keičiančiųjų Babilone būta jau prieš 2000 prieš Kristų, taip pat Graikijoje, Romoje. Dažniausiai tuo užsiimdavo šventyklos, valstybinės žinybos, stambūs pirkliai, kurie priimdavo saugoti tauriuosius metalus, pinigus, brangenybes ir už labai dideles palūkanas teikdavo paskolas. Vėlesniais laikais vietoje grūdų pradėta atsiskaitinėti metalais, Lydijoje II a. pr. Kr. buvo nulydytos pirmosios monetos.

Prekybos plėtotė lėmė bankų plėtrą, atsirado daugiau operacijų ir jie nebegalėjo tilpti šventyklose. Bankai mikliau pradėjo priiminėti indėlius, teikti kreditus, ir netgi atsirado kažkas panašaus į kelionės čekius, kad pirkliams nebereikėtų vežiotis brangenybių, taip jie galėjo apsisaugoti nuo keliuose gresiančių vagysčių.

Tikroji bankininkystės pradžia yra siejama su Renesanso laikais Italijoje. Žymiausi Italijos bankininkai buvo Medičiai, tai šeima, kuri vienu metu valdė Florenciją, ji paskolas išdavinėjo ne tik Italijoje bet ir visoje Europoje. Anglijoje bankai išsirutuliojo iš auksakalių, kurie paimdavo iš klientų saugoti auksą ir sidabrą. Jie skolindavo pinigus taip, kad tam tikra dalis liktų kaip atsarga, nes tikimybė, kad visi klientai vienu metu sugalvos atsiimti pinigus, buvo maža. Indėlininkams jie išduodavo popierinius išrašomus kvitus, taip šie kvitai tapo banknotais, tai yra bankininko išleistas kvitais ir apmokamais indėlininkui pareikalavus. Vokietijoje išgarsėjo bankininkų Fugarių ir Velserių šeimos. Pirmieji bankai valstybiniais valdžios aktais įsteigti Barselonoje 1401 m., Genujoje 1407 m., Venecijoje 1587 m., Amsterdame 1609 m.

Plečiantis pramonei gamybai, bankinių operacijų mastai labai išaugo, todėl pramoninio kapitalo koncentracijai reikėjo ir bankinio kapitalo koncentracijos, atsirado pirmieji akciniai bankai (XIX amžius): Britanijoje – 1833 m., Vokietijoje – 1849–1856 m., Prancūzijoje – 1852–1963 m. Pirmasis Jungtinių Valstijų bankas, kuriame buvo laikomos federalinės lėšos ir vykdomos pinigų emisijos, įsteigtas 1791 metais.

1929–1933 metų krizė nulėmė tai, kad į bankų veiklą pradėjo kištis valstybės, prasidėjo bankų valstybinimas: 1946 m. – Anglijoje, 1948 m. – Prancūzijoje. Kai kur buvo suvalstybinti ir

komerciniai bankai, kartu pabrėžiant ir jų teikiamų paslaugų universalėjimo raidos pradžią, kaip atsaką į vis stiprėjančią konkurenciją visame verslo sektoriuje. (Vaškelaitis, 2000).

Ilgai bankininkystė buvo susiskirsčiusi funkcijomis, privačių klientų aptarnavimu, tai yra mažmenine bankininkyste užsiiminėjo universalūs bankai ir tokie specializuoti bankai, kaip mažmeniniai bei hipotekos bankai. Mažmeninė bankininkystė būdinga Vokietijai, Didžiąjai Britanijai, Jungtinėms Amerikos Valstijoms.

Vokietijos bankų sistemą sudaro trys didelės grupės: taupomosios kasos, komerciniai bankai, privatūs bankai su daugybe filialų. Taupomąsias kasas galima priskirti mažmeniniams bankams, jų 1995 m. buvo apie 700. Taupomosios kasos stengiasi pritraukti kuo daugiau lėšų, jų tikslas siekti, kad aplinkiniai gyventojai jose laikytų savo santaupas, bei tenkinti vietinių gyventojų kreditinius poreikius. Apie 60% vokiečių turi savo sąskaitas taupomuosiuose bankuose. Vokietijoje sudaromos sąlygos plėtotis tiek dideliems, tiek mažmeniniams bankams, žinoma, tarp jų yra didelė konkurencija.

Mažmeniniai bankai Didžiojoje Britanijoje apima Londono, Airijos kliringo bankus – šių bankų funkcija yra pinigų pervedimai naudojant tarpusavio atsiskaitymo sistemą. Bankai turi daug sąskaitų, tačiau indėlių sumos yra santykinai nedidelės. Kliringo bankai turi daug indėlių, tai užtikrina stabilų indėlininkų elgesį, bet nedidelė šių indėlių suma ir aktyvus pobūdis daro juos brangiu lėšų šaltiniu, todėl bankai stengiasi plėsti teikiamas paslaugas ir ieškoti pigesnių lėšų šaltinių. Didžiojoje Britanijoje mažmeniniai bankai dažniausiai indėlius pritraukdavo teikdami pinigų pervedimo paslaugas, žmonės naudodavosi banku norėdami naudotis čekių knygele. Banko pelnas priklauso nuo to, kaip efektyviai jis panaudoja turimas lėšas, įsipareigojimų vykdymas nėra toks sudėtingas, nes už indėlius mokamos palūkanos yra nedidelės, todėl pakilus palūkanų normai indėliai tapdavo mažiau paklausūs.

Jungtinėse Amerikos Valstijose pagrindinės mažmeninių bankų funkcijos yra indėlių priėmimas, vartotojiškų paskolų teikimas, smulkių kreditų teikimas įmonėms. Dėl didelės konkurencijos bankai siūlo vis platesnį paslaugų spektrą, tačiau jų diegimo ir plėtros tempai nėra spartūs. Šie bankai yra patrauklūs klientams, nes tarp banko ir kliento užsimezga gana glaudūs ryšiai, bankas tiesiogiai bendrauja su klientais, mato ir žino jų poreikius. Mažmeniniai bankai teikia įvairių rūšių paskolas - nuo įvairiems buities daiktams įsigyti iki namams atnaujinti. Kreditavimas mažmeninio banko, kaip ir kiekvieno kito, yra pagrindinė veikla, iš kurios gaunama didžiausia pelno dalis. Kredito portfelis priklauso nuo regiono, jo kreditinių poreikių ir, žinoma, nuo banko dydžio.

Lietuvos bankų atsiradimas ir raida

Bankai Lietuvoje atsirado panaikinus baudžiavą (1861 m.), kai stambūs žemvaldžiai ir valstiečiai nutarė atsikratyti lupikautojų paslaugų ir susirasti pigesnių kredito šaltinių. Šių poreikių neįstengė patenkinti dar silpna kredito įstaigų sistema – Rusijos didžiųjų akcinių ir valstybinių bankų skyriai, smulkaus kredito draugijos. Vilniaus akcinis žemės bankas (1872 m.) ir kiti šios rūšies bankai teikdavo ilgalaikes paskolas tik įkeitus nuolatinį pelną duodančius dvarus. Be akcinių žemės ūkio bankų, hipotetinį kreditą teikdavo valstybiniai (bajorų ir valstiečių) žemės bankai. Trumpalaikį kreditą teikė Vilniaus privatinis komercinis bankas (1873 m.), savitarpio kredito draugijos, bankininkų namai (bankų kontoros), taip pat kooperatinės skolinamosios taupomosios ir kredito bendrovės.

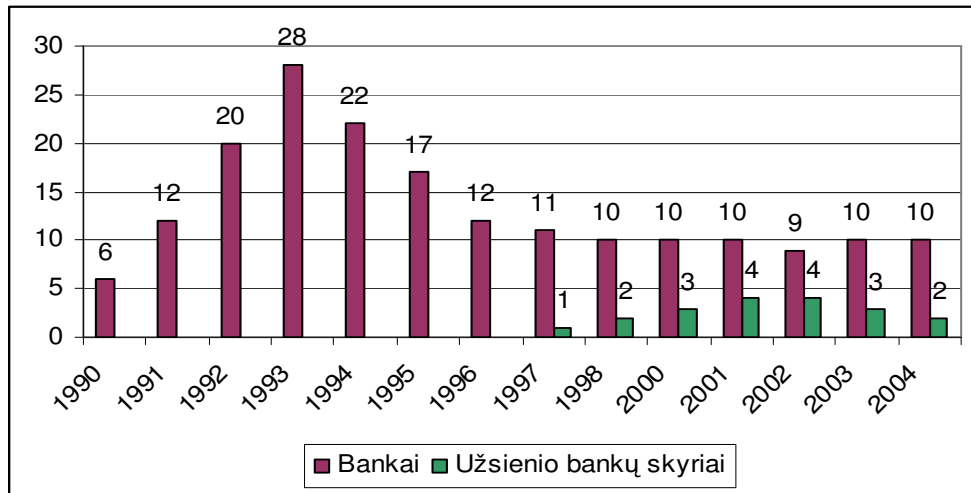
Per pirmąjį pasaulinį karą vokiečiai įsteigė Rytų skolinamąją kasą, kuri iki 1922 m. rudens buvo centrinė pinigų emisijos bei kredito įmonė. Tarpukariu pradėta steigti ir įvairias kredito įstaigas: 1918 m. pradėjo veikti Lietuvos prekybos ir pramonės bankas, 1919 m. – Ūkio bankas, 1920 m. – Lietuvos komercinis bankas, 1921 m. – Kredito bankas. Visi šie bankai buvo privatūs komerciniai bankai, jų tikslas buvo kredituoti prekybą, pramonę, rinkti indėlius. Didelė Lietuvoje surinktų indėlių dalis buvo naudojama Rusijos įmonėms kredituoti. Smulkaus kredito reikalams, ūkininkams ir amatininkams, smulkiai prekybai kredituoti pradėta steigti kredito kooperatyvus (1928–1935 m.) ir savitarpio kredito draugijas.

1922 m., įvedant savąją valiutą, atskiru įstatymu buvo įsteigtas akcinis emisijos bankas – Lietuvos bankas. 1940 m. nacionalizavus bankus, Lietuvos bankas buvo pertvarkytas į TSRS valstybinio banko Lietuvos respublikinę kontorą. Kiti bankai buvo reorganizuoti į TSRS pramonės, prekybos, žemės ūkio bankų respublikines kontorą ir Lietuvos respublikinį komunalinį banką. Valstybinio banko sistemai priklausė ir taupomosios kasos, kurios vykdė tik pinigų rinkimo ir saugojimo funkcijas.

Lietuvos nepriklausomybės atkūrimas yra glaudžiai susijęs su nepriklausomos bankų sistemos kūrimu. 1990 m. vasario 13 d. įsteigtas Lietuvos bankas, iš pradžių, jis atliko tik kitų bankų kontrolės ir reguliavimo funkciją, o vėliau ėmėsi ir kai kurių komercinių funkcijų. Kartu buvo reorganizuojama visa bankų sistema, perimant ją į Lietuvos rankas. 1992 m. buvo atsisakyta centriniam bankui nebūdingų komercinių funkcijų. Jos perduotos naujai įsteigtam Lietuvos valstybiniam komerciniam bankui.

Natūralūs bankų racionalizavimo procesai, nestabili ekonominė situacija, rizikinga bankų politika buvo svarbiausios priežastys, lėmusios 1995 m. prasidėjusią bankų krizę. Čia ypatingai svarbi tapo kredito įstaigų priežiūra, tai yra centrinis bankas.

Lietuvos bankų sistema iš esmės kūrėsi dviem pagrindiniais būdais: pertvarkius sovietinius bankus į komercinius bankus ir steigiant naujus privačius komercinius bankus. Bankų padaugėjo labai greitai ir 1993 m. Lietuvoje veikiančių bankų buvo net 28. 1990–2004 m. jų kiekis pavaizduotas paveiksle Nr.1.



1 paveikslas. Bankų skaičius Lietuvoje 1990–2004 metais

Šaltinis: Lietuvos banko duomenys

Tokią bankų gausą galėjo lemti didelė infliacija, nedidelis steigiamasis kapitalas, įstatymų spragos, atvira Rytų rinka. To meto bankų sistemoje išsiskyrė dvi bankų rūšys:

- 1) stambūs komerciniai bankai (LTB, Vilniaus bankas, Žemės ūkio bankas, LAIB),
- 2) vidutiniai ir smulkūs bankai (Šiaulių, Hermio, Tauro ir kiti bankai).

Savo teikiamomis paslaugomis bankai buvo universalūs, tai yra priiminėjo indėlius, teikė kreditus, pervedinėjo lėšas, keitė valiutą, atliko mokėjimo kortelių operacijas ir kt. Kreditavimo paslaugos daugiausia buvo skirtos juridiniams klientams, privatiems klientams daug dėmesio nebuvo skiriama, bankai pritraukdavo indėlius didele palūkanų norma.

1994-1995 metus, kai Lietuvą ištiko bankų krizė, galima laikyti bankų sektoriaus naujo raidos etapo pradžia. Pirmiausia su finansinėmis problemomis susidūrė smulkūs komerciniai bankai. Per 1994-1995 m. bankrutavo ar buvo likviduota 14 smulkių bankų.

Pagrindinės priežastys, lėmusios Lietuvos bankininkystės krizę, būtų šios:

- didelis paskolų su bankų veikla susijusiems asmenims mastas,
- vidaus kontrolės stoka,
- priimta pernelyg didelė rizika suteikiant paskolas keletui stambių skolininkų,
- veiklos skaidrumo stoka,
- sukčiavimo atvejai.

Bankų krizė labai pakenkė privatiems klientams, nes daugelis jų, susivilioję didelėmis palūkanomis už indėlius, savo santaupas patikėjo bankams ir per bankų krizę jų neteko. Todėl pasitikėjimas bankais buvo labai sumažėjęs. 1995 m. pabaigoje siekiant padidinti gyventojų pasitikėjimą šalies bankais buvo priimtas Lietuvos Respublikos gyventojų indėlių draudimo įstatymas, kuriame buvo nustatyta indėlių draudimo ir kompensacijų išmokėjimo tvarka bei dydžiai.

Mažmeninė bankininkystė plėtojosi labai vangiai todėl, kad:

- po bankų krizės privatūs klientai nebepasitikėjo bankais;
- mažmeninių paslaugų buvo nedaug, nes privatiems klientams nebuvo skiriama daug dėmesio;
- filialų ir klientų aptarnavimo skyrių buvo nedaug.

Pastaraisiais metais labai suaktyvėjo mažmeninė rinka, kuri yra orientuota į privačius klientus. Bankai pradėjo teikti daug įvairių paslaugų, pritaikytų privatiems klientams (vartotojiški kreditai, būsto kreditai ir kt.). Svarbiausia, kad privatūs klientai pradėjo pasitikėti bankais ir naudojami jų paslaugomis.

Paskutiniu metu išryškėjusios bankų paslaugų plėtros tendencijos yra tokios:

- labai suaktyvėjo rinka, orientuota į privačius klientus, todėl buvo išplėstas teikiamų paslaugų tinklas privatiems klientams. Atsirado daug naujų ir perspektyvių paslaugų, kurios sparčiai plėtojamos (pvz., elektroninė bankininkystė);
- padidėjus gyventojų pajamoms, išaugo privačių klientų poreikis naudotis banko paslaugomis;
- išaugus kreditų poreikiui suaktyvėjo konkurencija tarp bankų, tai nulėmė paprastėjančias paskolų teikimo sąlygas bei mažesnes palūkanas (pvz., nebereikalaujama užstatų, paprasčiau tvarkyti dokumentus);
- bankai daug investavo į tai, kad paslaugos būtų kokybiškesnės ir atitiktų individualių klientų poreikius, dėl to paslaugos tapo dar patrauklesnės (pvz., klientų lojalumo programos).

1.2. Mažmeninės bankininkystės ypatumai

Mažmeninei bankininkystei priskiriamas privačių klientų aptarnavimas, tai yra indėlių priėmimas, smulkūs kreditai, operacijos su einamosiomis sąskaitomis, kortelių operacijos, atsiskaitymų vykdymas ir kt. Literatūroje tikslaus mažmeninės bankininkystės apibrėžimo nėra, todėl laikysime, kad **mažmeninė bankininkystė** – tai bankų paslaugos privatiems asmenims, kurios teikiamos visuose banko skyriuose ir filialuose.

Privatūs klientai – tai fiziniai asmenys, t. y. žmonės kaip teisių ir prievolių turėtojai, sulaukę 18 metų bei galintys atsakyti už savo veiksmus, taip pat bankui yra svarbu, kad jie būtų

mokūs. Privatūs asmenys gali paimti iš banko kreditą (vartojimo prekių, būsto įsigijimui ir dalinei bei visiškai būsto renovacijai), turėti banke indėlį (terminuotą, neterminuotą, terminuotą kaupiamąjį, kaupiamąjį), atsidaryti asmeninę sąskaitą, naudotis internetinės bei telefoninės bankininkystės, lizingo, mokėjimo kortelių, tiesioginio debeto, valiutos keitimo paslaugomis, atlikti kasos operacijas, naudotis tarptautinių ir vietinių pinigų pervedimais.

Kai kurie autoriai mažmeninei bankininkystei priskiria ir smulkių įmonių aptarnavimą: „**mažmeninė bankininkystė** – tai bankinės paslaugos, teikiamos plačiame banko skyrių, filialų ir atstovybių tinkle smulkiems klientams – fiziniams asmenims ir smulkioms verslo įmonėms“ (Čepinskas, Kuzmickas, 1995). Tačiau daugelis su tuo nesutinka, nes įmonės, nors ir smulkios, yra priskiriamos prie verslo klientų. Verslo klientai – tai juridiniai asmenys, t. y. įstaigos, įmonės ar organizacijos, kurios, vykdydamos joms pavestas funkcijas, pvz., sudarydamos turtinius sandėrius, stoja savo vardu kaip savarankiškas civilinių teisių ir pareigų subjektas.

Pagrindinės mažmeninių bankų operacijos yra lėšų pritraukimas per indėlius ir atsiskaitomąsias sąskaitas, bei pritrauktų lėšų panaudojimas teikiant kreditus. Pastaroji banko veikla yra pelningiausia.

Mažmeninė ir didmeninė bankininkystė turi esminių skirtumų. Pagrindinis ir didžiausias skirtumas tarp mažmeninio ir didmeninio banko yra *dydžio skirtumas*, kuris lemia organizacinės struktūros skirtumus bei teikiamų paslaugų įvairumą. Mažmeniniai bankai yra orientuoti į privačius asmenis, pagrindinės jų funkcijos yra indėlių priėmimas, vartotojiškų paskolų suteikimas, privačių asmenų aptarnavimas. O didmeninis bankas atlieka daug funkcijų ir teikia labai platų paslaugų spektrą.

Mažmeninio banko *organizacinė struktūra* yra paprastesnė nei didmeninio banko. Didmeninio banko valdžia žino tik galutinius rezultatus, tai yra banko veiklos rodiklius, bet kas vyksta kiekviename filiale, jie neturi galimybės sužinoti. Šie bankai gali teikti labai daug įvairių paslaugų, ir tai užtikrina banko pelningumą, tačiau juose sunku pastebėti užsimezgasias rimtas problemas. Didmeniniai bankai veikia ne tik nacionalinėje, bet ir tarptautinėje rinkoje. Todėl jie daug lėšų skiria rinkodaros tyrimams, t. y. naujų paslaugų kūrimui bei senų gerinimui, naujų rinkų paieškai.

Mažmeninių bankų padėtis paprastai priklauso nuo aplinkinių įmonių finansinės padėties: jei įmonių finansinė padėtis pablogėja, sumažėja ir banko pajamos, nes mažėja kreditų apimtis, indėliai. Nedidelių bankų *rizika nėra didelė*, nes jie nesuteikia didelių paskolų, tačiau jie turi ribotas galimybes plėstis, nes jų finansinės galimybės yra nedidelės. Dauguma banko paskolų būna suteikta smulkiems klientams. Paskolos dažniausiai teikiamos aplinkinėms įmonėms, kurių veikla bankui yra gerai žinoma, todėl jam yra paprasčiau nuspręsti, suteikti įmonei paskolą ar ne. Mažmeniniai bankai teikia įvairių rūšių paskolas:

- automobiliui,
- baldams,
- remontui,
- kelionėms,
- studijoms ir t. t.

Labai svarbu, kaip bankas paskirsto savo kreditavimo portfelį. Šio struktūra priklauso nuo rinkos sektoriaus, pvz. jeigu bankas aptarnauja rinkos dalį, kurioje yra daug privačių namų, tai šiame segmente reikės daugiau paskolų automobiliams, namų apyvokos daiktams. Taip pat iš mažmeninių regioninių bankų ima kreditus nedidelės įmonės. Didelės firmos gali gauti kreditą iš bet kurio banko, o mažos firmos lengviau kreditą gali gauti iš vietinių bankų. Kredito dydis priklauso nuo banko kapitalo dydžio, kuris lemia didžiausią suteikiamą sumą vienam skolininkui. Todėl maži bankai suteikia mažmeninius kreditus – nedideles paskolas gyventojams bei nedidelėms įmonėms grynais arba lizingo būdu. Kredito portfelio struktūra taip pat priklauso ir nuo banko vykdomos kreditavimo politikos.

Mažmeninių bankų patrauklumas pasireiškia tuo, kad jie labai *glaudžiai bendradarbiauja su savo klientais*, mato ir žino jų norus ir poreikius. Todėl jie gali lanksčiau prisitaikyti prie kiekvieno kliento individualiai. Šiais laikais esant tokiai didelei konkurencijai tarp bankų, orientavimasis į klientą yra labai svarbus veiksnys sėkmingai banko veiklai. Todėl mažmeninės bankininkystės paslaugos sparčiai plinta, jų populiarinimui skiriamas ypatingas dėmesys.

Pagrindiniai skirtumai tarp mažmeninio ir didmeninio banko:

- dydžio skirtumas,
- mažmeniniame banke mažiau verslo klientų,
- mažmeninio banko organizacinė struktūra paprastesnė,
- mažmeninis bankas prisiima mažesnę riziką,
- mažmeninis bankas turi galimybę betarpiškai bendrauti su klientais.

Pagrindiniai panašumai tarp didmeninio ir mažmeninio banko:

- aptarnauja tiek privačius, tiek verslo klientus,
- pagrindinis jų tikslas yra siekti pelno.

Paskutiniaisiais metais matomi ryškūs mažmeninės bankininkystės raidos pakitimai.

Sparčiai jos plėtrai įtakos turėjo:

- atsigręžimas į privačius klientus,
- naujų banko funkcijų ir paslaugų atsiradimas,
- skirtumų tarp skirtingų bankų sumažėjimas,
- naujų mokėjimo priemonių plėtojimas,

- technologijų pažanga.

Viena ryškiausių mažmeninės bankininkystės plėtros tendencijų yra skirtumo tarp skirtingo tipų bankų mažėjimas. Teikiamų paslaugų gausumas yra universalus banko požymis, bankai šiuo metu teikia platų spektrą paslaugų – kreditavimo, lizingo, draudimo, informacijos, faktoringo, vertybių saugojimo ir daugelį kitų. Skirtumų mažėjimas pasireiškia tuo, kad visuose bankuose galima gauti visas pagrindines bankų paslaugas, skiriasi tik įkainiai ir sąlygos. Taigi bankai, siekdami geresnių pozicijų rinkoje, plečia savo funkcijas.

Naujų mokėjimo priemonių kūrimas ir plėtojimas yra taip pat labai svarbi mažmeninės bankininkystės plėtojimo priemonė. Sparti technologijų plėtra padarė įmanomus atsiskaitymus negrynaisiais pinigais. Šiuo metu augantis kompiuterių naudotojų skaičius labai spartina atsiskaitymo negrynaisiais pinigais priemonių paplitimą. Klientai nori atlikti banko operacijas patogiu laiku ir patogioje vietoje, taip pat taupo laiką ir todėl renkasi elektronines atsiskaitymo priemones. Todėl sparčiai plėtojasi elektroninė bankininkystė, kuri yra naudinga, tiek vartotojams, tiek bankams. Bankuose sumažėja klientų srautai ir mažinami kaštai, nereikia steigti naujų klientų aptarnavimo skyrių, samdyti darbuotojų. *Žinoma, neapsieinama ir be kylančių problemų:*

- saugumo užtikrinimas,
- elektroninių pinigų apyvartos kontrolė,
- specialistų, kurie galėtų teikti konsultacijas poreikio.

Bankai, kurie orientuojasi į mažmeninę rinką, turi analizuoti ir reaguoti į vartotojo poreikius bei pasitelkdami technologines naujoves siūti naujus, patrauklius produktus. Rinkoje galės konkuruoti tik tie bankai, kurie sugebės reaguoti į besikeičiančias rinkos sąlygas ir įdiegti naujas technologines sistemas. Technologinės naujovės sudarys sąlygas bankams pasiūlyti naujas konkurencingas paslaugas.

2. MAŽMENINĖS BANKININKYSTĖS PASLAUGOS IR JŲ TEIKIMO YPATUMAI

2.1. Paslaugos ir jų teikimo ypatumai

Bankininkystėje naudojama viena prekė – pinigai. Skirtingai nuo kitų prekių (automobilių, televizorių), pinigai neturi įvairių prekinių ženklų. Kiekviena šalis turi savo valiutą, ir visi bankai sudaro sandorius šiais pinigais. Kada visi gamintojai siūlo tą patį produktą, vartotojų nukreipimas pasirinkti vieną iš galimų gamintojų yra tikras menas. Kada visi gamintojai siūlo tą pačią prekę, dažnai pagrindinis skirtumas yra kaina. Bankininkai, nustatydami prekės kainą, turi priimti sprendimus dėl indėlių ir paskolų palūkanų. Bankas nustatęs didžiausią „kainą“ indėlininkams, tai yra mokantis už indėlius didesnes palūkanas, turi daugiau indėlininkų. Kita vertus bankas, nustatęs mažiausią „kainą“ paskoloms, tai yra teikiantis kreditus už mažesnes palūkanas, turi daugiau norinčiųjų pasiskolinti.

Nors pinigai yra vienodi visiems, bankai gali išsiskirti iš kitų keliais būdais. Pavyzdžiui, kai kurie bankai stengiasi būti lengvai pasiekiami vartotojams, įsteigdami bankomatus dažnai lankomose vietose – prie didelių parduotuvių, stotyse. Kiti bankai akcentuoja savo ilgą istoriją ir konservatyvią politiką, stengdamiesi įtikinti vartotojus (pirkėjus), kad jų bankas yra saugiausia vieta pinigams. Dar kiti bankai reklamuojasi, kad jie supranta klientų verslą ir glaudžiai su jais dirba. Daug bankų siūlo nuolaidas bei akcijas klientams.

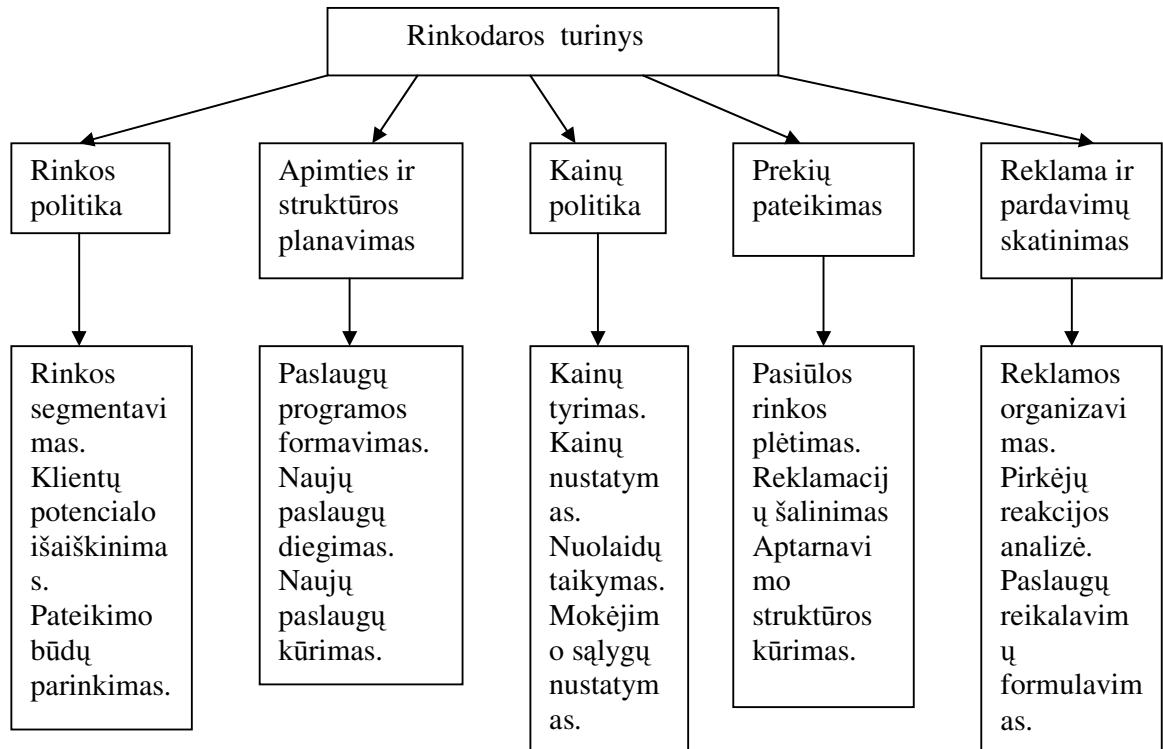
Mažmeninėje bankininkystėje labai svarbi rinkodara. D. Ivaškevičius ir A. Sakalas **bankų rinkodarą** apibūdina taip, tai: „mastymo būdas, veiklos filosofija, orientuota į rinką ir skirta jos poreikiams tenkinti“. Rinkodara stengiamasi sukurti teigiamą banko įvaizdį vartotojams, kad jie taptų būtent to konkretaus banko klientais. Rinkodarai skirtos išlaidos yra lėšos, kurias bankas išleidžia kurdamas savo įvaizdį tam, kad pritrauktų kuo daugiau klientų.

Remiantis rinkodara, galima įveikti palūkanų skirtumus. Bankai, tapę populiarūs, dažnai gali mokėti truputį mažiau už indėlius ir prašyti daugiau už kreditus. Jei šis papildomas skirtumas atneša daugiau naudos negu padarytos išlaidos rinkodarai, tai bankas gauna didesnę pelną ir lenkia konkurentus. Pagrindiniai banko rinkodaros uždaviniai yra šie (Marketing theories and methods, 2002):

- prognozuoti vartotojų reikalavimus bankų paslaugoms,
- tirti bankų paslaugų paklausą,
- bankų paslaugas teikti pagal vartotojų poreikius,
- bankų paslaugų kainas pritaikyti atitinkamoms sąlygoms,
- kurti banko įvaizdį,
- didinti užimamą dalį finansinėje rinkoje.

Banko rinkodaros uždavinių nagrinėjimas ir vykdymas padeda sukurti bankų produktus, kurie gali laisvai konkuruoti bankų rinkoje.

Bankų vadovybė yra labai suinteresuota rinkodara – naujų klientų ir vartojimo rinkų paieška. Pagrindinės bankų rinkodaros kryptys pavaizduotos 2 paveiksle.



2 paveikslas. Bankų rinkodaros turinys

Bankų rinkodarai būdinga:

- orientacija į rinką; priimant kiekvieną sprendimą žiūrima, kokią įtaką tam turi ar turės rinką; pagrindiniai sąveikaujantys objektai: bankai, klientai, indėlininkai, rinkos konjunktūra, paslaugų charakteristika;
- situacijos valdymas, kai sprendimą lemia ne tvirtai nusistovėjusios sąlygos, bet rinkoje besikeičianti situacija; situacijos valdymui būdinga didelis variantiškumas ir dinamiškumas;
- nepertraukiamas, aktyvus informacijos rinkimas, atnaujinimas ir apdorojimas;
- aktyvaus poveikio strategija, paremta ne tik pasyviu rinkos tyrimu, bet ir aktyviu jos keitimu, naudojant reklamą, kontroliuojant tam tikras jos sritis, veikiant vyriausybę;
- banko veiklos sėkmės vertinimas pelnu, kuriam turi įtakos ne tik vidiniai, bet ir išoriniai veiksniai;
- ilgalaikė komercinė sėkmė, lyderio pozicijų siekimas.

Remiantis banko rinkodaros analize galima priimti teisingus valdymo sprendimus. Banko rinkodaros aplinką sudaro mikroaplinka ir makroaplinka. Mikroaplinkos veiksnius bankas gali kontroliuoti, jai priklauso:

- ✓ **Tiekėjai.** Santykiai su tiekėjais banko veiklai turi mažiausiai įtakos, tiekėjai reikalingi banko įrangai, kompiuteriams ir pan. įsigyti.
- ✓ **Tarpininkai.** Banko veikla susijusi su kreditiniais, finansiniais tarpininkais (operacijų draudimas, kreditinių išteklių suteikimas, operacijų su vertybiniais popieriais vykdymas).
- ✓ **Konkurentai.** Pirmiausia bankui yra būtina atlikti konkurentų analizę, kad banko vadovybė galėtų parengti strategiją, kaip neutralizuoti stipriausias konkurentų savybes, patobulinti banko paslaugų teikimą, išskirti perspektyviausius klientus, klientams pasiūlyti kokybiškesnes paslaugas; ypatingą dėmesį atliekant konkurencinę analizę reikia atkreipti į skirtumus, kurie suteikia organizacijai ilgalaikius konkurencinius pranašumus ir daro ženklų įtaką jos veiklos pelningumui lygį. Sumažinti analizuojamų konkurentų grupę leidžia konkurentų profiliavimas. Tai startinis konkurencijos analizės žingsnis, kurį žengus identifikuojamas rinkos lyderis, išrenkamas vienas arba du potencialūs konkurentai, kurie gali sukelti problemų.

Makroaplinkos veiksnių bankas negali kontroliuoti, tačiau jie turi didesnę įtaką veiklai.

Banko makroaplinkai priklauso:

- **Ekonominė aplinka.** Jai priskiriama infliacijos lygis, valiutų kursai ir kt. Ekonomika plėtojasi netolygiai, ciklais. Išskiriamos keturios ciklo fazės: krizė, arba depresija, pagyvėjimas, pakilimas ir nuosmukis. Pasiekusi aukščiausią pakilimo tašką, ekonomika pradeda smukti: sulėtėja gamybos augimas, verslo įmonių rentabilumas krinta, mažėja investicijos tampa mažiau patrauklios, didėja nedarbas, mažėja gyventojų pajamos. Pirkėjų elgsenys įvairių fazių metu būna skirtingas, todėl būtina atitinkamai koreguoti rinkodaros veiksmus. Taip pat būtina suvokti, kokioje fazėje šiuo metu ekonomika yra ir numatyti galimas jos kitimo tendencijas. Infliacija, kuri pasireiškia kainų kilimu ir perkamosios galios mažėjimu, yra taip pat labai svarbus ekonomikos reiškinys, lemiantis ir pirkėjų, ir įmonės elgseną, todėl strategiškai planuojant būtina atsižvelgti į infliaciją. Nedarbo lygis taip pat turi įtakos gyventojų pajamoms, perkamajai galiai, tai veikia ir bendrą ekonomiką, ir veikiančias įmones, jų elgseną.
- **Politiniai ir teisiniai veiksniai.** Tai yra valstybės pinigų, kredito politika, įstatymai, reglamentuojantys bankų veiklą.
- **Technologinė aplinka.** Jos įtaka pasireiškia diegiant naujas geresnes programas, kurios padeda atlikti bankų operacijas. Viena sparčiausiai besiskverbiančių į žmonių gyvenimą sričių yra mokslas bei technika. Kiekviena šiuolaikinė prekė yra tam tikrų mokslo žinių panaudojimo rezultatas. Spartėjant mokslo ir technikos pažangai, atsirado galimybė greitai atlikti atsiskaitymo už prekes ar paslaugas operacijas tarp toli viena nuo kitos esančių

įmonių ar bankų. Dabar jau ir Lietuvoje įprasta atsiskaityti naudojantis mokėjimo kortelėmis. Įdiegus prekių kodavimo sistemą bei naujus, šiuolaikiškus kasos aparatus, tapo daug paprasčiau parduotuvėse atsiskaityti už prekes, rinkti informaciją apie parduotas prekes. Užsienio šalyse jau įprasta atlikti bankų operacijas namie – naudojantis internetu.

- **Socialiniai ir kultūriniai veiksniai**, jie veikia kliento elgesį. Tai rinkodaros makroaplinkos elementas, atspindintis visuomenės poveikį įmonei. Visuomenė ir kultūrinės vertybės kinta pakankamai lėtai. Netgi dėl mažiausių kultūrinių ar socialinių pasikeitimų gali atsirasti nauji poreikiai ir naujos rinkodaros galimybės. Bet kurią visuomenę galima apibūdinti demografiniais parametrais. Jų tyrimas leidžia nustatyti potencialių pirkėjų skaičių, jų bruožus.

Bankų rinkodara yra specifinė dėl to, kad bankai teikia ne prekes, o paslaugas, kurios turi tik joms būdingų savybių. Tai:

- *Neapčiuopiamumas*. Neapčiuopiamų savybių turi daugelis prekių. Tačiau prekę galima laikyti paslauga tik tuomet, kai šios savybės ima vyrauti, tai yra pasidaro gausesnės ir svarbesnės už apčiuopiamąsias. Klientas aprašydamas paslaugą dažnai remiasi tokiais sąvokomis: savijauta, išpūdis, saugumas, patikimumas.
- *Nekaupiamumas*. Kaupti galima daiktus, o ne procesą ar veiksmą. Kadangi paslauga yra nemateriali ir sunaudojama jos teikimo momentu, neįmanoma kaupti jos rezervų vartotojui nedalyvaujant. Daugelis paslaugų teikiamos ir naudojamos tuo pačiu metu. Paslaugų nekaupiamumo savybė yra laikoma viena iš sunkiausiai sprendžiamų paslaugų rinkodaros problemų.
- *Neatskiriamumas*. Kadangi paslaugų gamyba ir naudojimas glaudžiai susiję, labai svarbi jų savybė - kliento dalyvavimas paslaugos teikimo procese. Ši paslaugos savybė kelia tam tikrų reikalavimų personalui, jo kvalifikacijai, ypač tiems darbuotojams, kurie bendrauja su klientais. Kai kurie veiksmai gali būti atliekami ir be vartotojo, o vartotojas patiria tik paslaugos rezultatą.
- *Heterogeniškumas*. Ši paslaugos savybė atsiranda dėl teikėjo ir kliento sąveikos. Paslauga vienam klientui nėra visiškai tokia kaip kitam vien dėl skirtingų santykių, susidarančių tarp paslaugos teikėjo ir kliento. Paslaugos kokybę lemia daugelis veiksnių, susijusių su paslaugos teikimo vieta ir laiku.

Kalbant apie banko paslaugas, reikia paminėti, kad jos, kaip ir visa banko veikla, yra specifinės, jų ypatumai būtų šie (D. Ivaškevičius, A. Sakalas, 1997):

- ✓ banko paslaugos yra abstrakčios;
- ✓ skirtingai nuo kitų paslaugų, kur dažniausiai yra pateikiamas produktas, bankuose įvairiomis formomis pateikiami pinigai;

- ✓ kiekvienai paslaugos formai yra būdingas sandorio elementas;
- ✓ kiekviena paslaugų forma yra susijusi su trumpesniu ar ilgesniu laikotarpiu.

Bankas paslaugas teikia per savo filialus, klientų aptarnavimo skyrius, todėl labai svarbu tinkamai išdėstyti aptarnavimo skyrius, kad kuo geriau būtų patenkinti klientų poreikiai bei padidinta užimamos rinkos dalis. Bankas orientuotas į mažmeninę bankininkystę, pagrindinį dėmesį skiria privatiems klientams, todėl būtent į jų poreikius atsižvelgus reiktų nuspręsti, ar užtenka pastatyti bankomatą, ar kurti banko skyrių. Pasirenkant bankų, filialų ar aptarnavimo vietas atsižvelgiama į (D. Ivaškevičius, A. Sakalas, 1997):

- ✓ Atliekamų operacijų pobūdį: ar joms atlikti reikalingas tiesioginis kontaktas su klientu, ar jis turi būti dažnas. Jei reikalingas nuolatinis kontaktas su klientu, tikslinga vietas pasirinkti prie klientų susitelkimo vietų. Jei kontaktas nebūtinai, gali būti pastatomi tik bankomatai.
- ✓ Išdėstymo varianto ekonomiškumą. Reikia skaičiuoti, kiek gali padidėti pajamos įdiegus naują banko filialų ar aptarnavimo vietų išdėstymo variantą, bei skaičiuoti išlaidas, reikalingas jam įdiegti. Skaičiuojant reikia atsižvelgti ne į dabartinę padėtį, o žiūrėti, kokią naudą jis atneš ateityje.

Kokią aptarnavimo vietą įrengti - vieno žmogaus ar viso skyriaus, lemia:

- ✓ banko paslaugų reikšmė jų gaunamoms pajamoms ir siūlomų paslaugų svarbos suvokimo laipsnis;
- ✓ resursai, kuriuos gali skirti bankas aptarnavimo vietai įrengti;
- ✓ galimybė ateityje automatizuoti rutininius darbus.

Bankai dažnai imasi jiems nebūdingų operacijų, tokių kaip draudimas, taigi perima ir tokioms operacijoms būdingus darbo metodus, pavyzdžiui, siunčia pas klientą agentus. Tam, kad bankai efektyviai veiktų visose veiklos srityse, jie gali įvairiomis formomis vienyti, tai yra bendradarbiaudami su užsienio bankais, steigdami filialus, koncernus, asociacijas ir panašiai.

Pastebimos pagrindinės tendencijos:

- ✓ siūlomų paslaugų suvienodinimas suaktyvina bankų konkurenciją ir verčia juos išsiskirti iš kitų, stiprinti savo įvaizdį, taigi rinkodara bankams tampa ypač aktuali;
- ✓ mažmeninės bankininkystės paslaugų rinkoje reikia gerai žinoti esamų ir potencialių klientų poreikius, kad būtų galima sukurti juos atitinkančius banko produktus, tam pasinaudojama rinkodaros informacija;
- ✓ bankai pradeda konkuruoti ne kaina, o vykdydami aktyvią rinkodaros politiką, rengia įvairias akcijas, kuria lojalumo programas klientams.

2.2. Mažmeninės bankininkystės produktai

Lietuvos komerciniai bankai siūlo platų paslaugų spektrą, plėtojantis bankų sistemai siūlomų paslaugų vis daugėja, kadangi atsiranda dukterinės bankų bendrovės, tai yra draudimo, lizingo paslaugos, pensijų, investiciniai fondai ir kt.

Plačiau bus aprašomos šios paslaugų grupės: kreditai, mokėjimo kortelės, indėliai, elektroninė bankininkystė. Jos labiausiai paplitusios tarp privačių klientų.

Indėliai

Svarbiausią bankų pasyvų dalį sudaro klientų lėšos, vadinamos indėliais. Lietuvos Respublikos Civilinio kodekso straipsnyje nurodoma: „**Indėlis** - tai pinigų suma, esanti banke ar kitoje kredito įstaigoje pagal indėlio, indėlio pasaugos ar banko sąskaitos sutartį atidarytoje sąskaitoje“.

Indėlių bei kitų grąžintinų lėšų priėmimas į klientams atidarytas sąskaitas ir jų tvarkymas – tai viena pagrindinių bankų atliekamų operacijų. Indėliams apibūdinti naudojami įvairūs apibrėžimai:

- indėlis - tai susilaikymas nuo vartojimo,
- tai organizuota taupymo forma,
- ES direktyvos apibrėžia indėlį kaip fizinių ir juridinių asmenų patikėtus finansinei institucijai pinigus tam tikromis sąlygomis.

Šiuolaikiniai bankai naudoja įvairių tipų indėlių sąskaitas, kurių rūšių per pastaruosius metus padaugėjo dėl nenutrūkstanto finansinių naujovių skverbimosi į bankus. Segmentuotos ir itin konkurencingos rinkos sąlygomis šie procesai susiję su bankų siekimu patenkinti įvairių klientų grupių poreikius ir pritraukti santaupas į bankų sąskaitas, kadangi indėliai ekonomine prasme yra svarbiausias bankų kreditavimo išteklius.

Indėliai komerciniuose bankuose, pagal LR indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo įstatymą Nr. IX-975 (2002-06-20), turi būti apdrausti valstybės įmonės „Indėlių ir investicijų draudimas“ administruojamame Indėlių draudimo fonde (IDF). Šis įstatymas numato, banko bankroto atveju fiziniams ir juridiniams asmenims kompensuoti visą prarastą indėlį arba jo dalį iš IDF lėšų. Indėlių draudimo objektas yra asmenų indėliai litais ir užsienio valiuta - JAV doleriais, eurais ir ES valstybių narių nacionalinėmis valiutomis.

Indėliai tarpusavyje skiriasi terminais, lėšų padėjimo, paėmimo sąlygomis, mokamomis palūkanomis, suteikiamomis lengvatomis aktyvinėms operacijoms ir kitomis charakteristikomis. Pagal **indėlio terminą ir panaudojimo būdą** išskiriami:

1. *Indėliai iki pareikalavimo (neterminuoti indėliai)* - tai lėšos, kurias savininkas gali atsiimti dalimis ar iš karto iš anksto neįspėjęs banko, pervesti kitam asmeniui ar išrašyti čekį bet kuriuo metu. Pagrindinė šių indėlių nauda bankui yra aukštas likvidumas bei galimybė naudotis jais kaip mokėjimo priemone. Esminis trūkumas (indėlininko atžvilgiu) - visiškas palūkanų nemokėjimas arba labai mažos palūkanos. Indėlio sumą į banko indėlio sąskaitą galima:

- ✓ įnešti grynais pinigais;
- ✓ pervesti pinigus iš kitos savo sąskaitos;
- ✓ įnešti arba pervesti ir kitiems žmonėms, ne tik sąskaitos savininkui;
- ✓ pervesti bankui, suteikiančiam klientui kreditą.

2. *Terminuoti indėliai* – įmokėti į banką pinigai tam tikram terminui, kurio metu mokamos atitinkamos fiksuotos palūkanos. Pasibaigus terminuoto indėlio laikui, banko klientas gali pratęsti indėlio terminą. Jei terminas nepratešiamas, Lietuvos ir užsienio valstybių juridiniams asmenims ir įmonėms, neturinčioms juridinio asmens teisių, indėlis pervedamas į einamąją sąskaitą, o Lietuvos ir užsienio valstybių fiziniai asmenys gali indėlį paimti grynais arba pervesti į einamąją sąskaitą. Bankas už terminuotus indėlius moka daug didesnes palūkanas nei už indėlius iki pareikalavimo. Tai vienas iš pagrindinių motyvų, skatinančių žmones naudotis šia taupymo forma. Indėlių palūkanų normą, priskaičiavimo ir išmokėjimo sąlygas nustato bankai. Pasibaigus terminuoto indėlio laikui išmokamos priskaičiuotos palūkanos. Indėlininko pageidavimu, indėlio sumos dalis gali būti palikta ir įforminta kaip naujas indėlis. Į terminuoto indėlio sąskaitą papildomi piniginiai įnašai nepriimami. Norint įnešti papildomą sumą, atidaroma kita terminuoto indėlio sąskaita. Lietuvoje terminuoti indėliai pagal trukmę skirstomi į šias grupes:

- iki vieno mėnesio,
- vieno - trijų mėnesių,
- trijų - šešių mėnesių,
- šešių - dvylikos mėnesių,
- vienerių - dvejų metų,
- daugiau kaip dvejų metų,

Atsižvelgiant į indėlio terminą kinta mokamų palūkanų norma. Paprastai už ilgesnio termino indėlius mokamos didesnės palūkanos. Bankams terminuoti indėliai yra labai patrauklus finansavimo šaltinis, kadangi apibrėžtą laiko tarpą jie gali disponuoti tam tikra pinigų suma, už tai mokėdami nustatytą palūkanų normą. Tai suteikia bankui galimybę apibrėžtam laikui paskolinti pinigus be likvidumo ar palūkanų normos rizikos. Ilgą laiką terminuoti indėliai stabilizuojančiai veikė daugelio bankų finansinius veiksnius ir kartu prisidėjo prie visos ekonomikos finansų stabilumo.

3. *Kaupiamieji indėliai*. Pagrindinė jų paskirtis – piniginių lėšų saugojimas bei palaipsnis jų kaupimas. Sukaupti pinigai vėliau dažniausiai būna skirti kokiam nors dideliame pirkiniui, savęs aprūpinimui senatvėje ar nenumatytoms išlaidoms. Taupomieji, arba kaupiamieji indėliai nuo paprastųjų terminuotų indėlių skiriasi tuo, kad gali būti papildomi naujais piniginiiais įnašais. Papildžius kaupiamąjį indėlį, palūkanos skaičiuojamos nuo padidėjusios indėlio sumos. Pažymėtina, kad taupomųjų indėlių dinamika, palyginti su kitomis indėlių rūšimis, pasižymi didžiausiu stabilumu. Staigiai išaugusios infliacijos atveju pirmiausia apsaugomi taupomieji indėliai, kadangi tai dažniausiai būna gyventojų pinigai, kaupiami senatvei ar ligos atvejui, ir jų praradimas šia prasme būtų skaudžiausias.

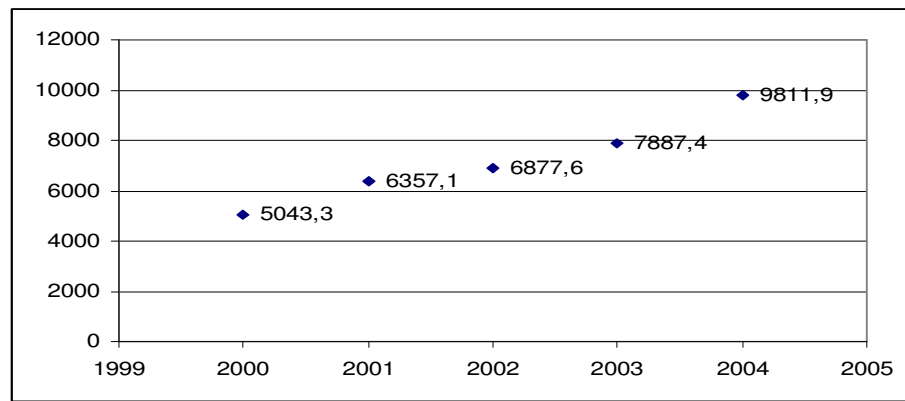
Pagal **indėlininko statusą** skiriami valstybinių nefinansinių įmonių ir privačių verslo įmonių, fizinių asmenų indėliai. Pagal įmokamą indėlio **valiutą** indėliai būna nacionaline ir užsienio valiutomis. Pagal indėlininko gyvenamąją **vietą** skirstomi į rezidentų ir ne rezidentų indėlius.

Sudarant sandorį tarp banko ir indėlininko, vadovaujamosi pelno maksimizavimo motyvu, tiek bankas, tiek indėlininkas siekia gauti kuo didesnę pelną.

Pagrindiniai veiksniai, turintys įtakos indėlių rinkai:

- įvairių depozitų rūšių suliejimas,
- mažinamas terminuotų indėlių laikymo terminas,
- bankų konkurencijos didėjimas,
- indėlininkų srautų jautrumas palūkanų normos pokyčiams.

Lietuvos komerciniuose bankuose indėlių stabiliai daugėja kiekvienais metais, nes indėliai yra saugus būdas nereikalingoms naudojimui lėšoms laikyti be to už laikomą indėlį yra mokamos palūkanos. Iš gyventojų gaunami indėliai sudaro didžiąją banko finansinių išteklių dalį, todėl bankai daug dėmesio skiria šios paslaugos populiarinimui. Gyventojų indėlių dinamika 2000–2004 m. pavaizduota 3 paveiksle. Gyventojų indėlių nuolat daugėja, 2001–2003 m. jų augimo tempai buvo kiek sumažėję, tačiau 2004 m. privačių asmenų indėlių suma smarkiai išaugo. Tai galėjo lemti aktyvi bankų rinkodaros politika, vykdomos įvairios akcijos, kurių metu buvo mokamos didesnės palūkanos už indėlius, bei gyventojų pajamų padidėjimas.



3 paveikslas. Gyventojų indėlių dinamika 2000-2004 metais

Šaltinis: Lietuvos banko duomenys

Ateityje konkurencija bankų depozitų rinkoje didės, nes bankai siūlo tuos pačius produktus, todėl pagrindinį vaidmenį vaidins bankų sugebėjimas pritraukti kuo daugiau klientų, pasitelkiant paslaugų populiarinimo metodus. Labiausiai indėlių augimą skatins gyventojų pragyvenimo lygio kilimas - atsiras galimybė naudojimui nereikalingas lėšas taupyti. Gyventojai stengsis savo lėšas investuoti, todėl labai svarbi palūkanų norma, kuri yra dalis rinkodaros politikos, nuo kurios priklauso, kiek vartotojų savo lėšas atneš į kurį nors konkretų banką.

Galima numatyti šias indėlių didėjimo perspektyvas:

- esant didelei konkurencijai bankų sektoriuje, siekiant pritraukti kuo daugiau klientų bus vykdoma aktyvi rinkodaros politika, siūlomos įvairios akcijos, mokamos didesnės palūkanos;
- didėjančios gyventojų pajamos suformuos indėlių srautus bankuose;
- indėlių rūšių įvairėjimas ir jų pritaikymas konkretiems gyventojų segmentams, pritrauks daugiau klientų.

Paskolos

Kreditavimas yra pagrindinė aktyvinė banko operacija, generuojanti didžiausią pajamų dalį. Suteiktos paskolos sudaro didžiausią lyginamąjį svorį tarp visų banko aktyvų, o palūkanų pajamos – tarp visų banko pajamų.

Kreditavimo tikslas - paskirstyti sukauptas lėšas, siekiant maksimalaus efektyvumo tiek kreditoriaus, tiek kredito gavėjo požiūriu. Kreditavimo efektyvumas banko požiūriu suprantamas kaip sugebėjimas parduoti piniginius išteklius brangiau, negu už juos buvo sumokėta. Paskolos palūkanų norma turi kompensuoti ne tik suteikto kredito pinigų vertę, bet ir tos vertės pasikeitimo riziką bei skolininko neįvykdytų įsipareigojimų riziką.

Kadangi bankuose vyrauja piniginės vertybės, o ne materialinės, bankai susiduria su įvairiomis rizikos formomis, iš kurių svarbiausia – kredito rizika, o vienas pagrindinių banko uždavinių – kreditavimo rizikos numatymas ir jos valdymas.

Konkrečiau banko kreditavimo politiką atspindi paskolų portfelio struktūra. Paskolos gali būti klasifikuojamos pagal įvairius kriterijus. Privačių klientų trumpalaikis kreditavimo poreikis patenkinamas suteikiant vartojimo paskolas. *Vartojimo kreditai* - tai paskola, skirta vartojimo poreikiams tenkinti - būstui suremontuoti, sumokėti už gydymą arba mokslus, išvykti atostogų, reikalingam pirkiniui įsigyti ir kt.

Vartojimo paskolos yra patrauklios, nes:

- pinigų galima pasiskolinti greitai ir nesudėtingai;
- nereikia įkeisti turto;
- nebūtina apdrausti gyvybę;
- vartojimo kreditą galima gražinti anksčiau nustatyto termino;
- nedidelės papildomos išlaidos (mokesčiai);
- galima pasirinkti kredito gražinimo įmokų mėnesio dienas;
- greitai sutvarkomi dokumentai.

Vartojimo paslaugų teikimas yra ypač populiarinamas, kai kurie bankai netgi priima paraiškas kreditui internetu, arba galima paskambinus telefonu gauti preliminarų atsakymą dėl kredito suteikimo.

Galimos vartojimo kreditų rinkos išplėtimo perspektyvos:

- ✓ paprastėjančios paskolų suteikimo sąlygos (greitai sutvarkomi dokumentai, nereikia užstato);
- ✓ vartojimo kreditus pradėjus teikti ir mažesniems bankams, suaktyvėjo bankų konkurencija, o tai lemia paslaugų gerinimą ir jų atitikimą individualiems klientų poreikiams;
- ✓ vykdomos akcijos (mažesnės palūkanos, dovanojamos pirmo mėnesio palūkanos ir kt.), kurios pritraukia didelius klientų srautus.

Labai sparčiai plinta ir ilgalaikiai kreditai privatiems klientams – *būsto paskolos*. *Tam ypatingos įtakos turėjo:*

- valstybės politika, tai yra lengvatinių paskolų išdavimas;
- paskolų išdavimo sąlygų supaprastinimas;
- aktyvi rinkodaros politika.

Būsto paskolos yra ilgalaikės paskolos, išduodamos ilgesniam nei vienerių metų laikotarpiui. Ši paskola yra užtikrinama nekilnojamoju turtu. Šitaip bankams sumažėja rizika tuo atveju, jei klientas neįstengtų įvykdyti savo įsipareigojimų. Būsto paskolos yra labai naudingos, nes

bankai ilgam pritraukia klientus, be to, parduoda jiems kitų bankinių paslaugų. Pagrindiniai būsto paskolų klientai yra gyventojai, gaunantys pastovias pajamas. Būsto kreditas yra imamas vieną kartą gyvenime, todėl būtina labai atidžiai pasirinkti banką. Klientai renkasi pagal palūkanų normos dydį, lojalumą bankui ir kt. Kadangi būsto paskola gražinama per ilgą laikotarpį, tai klientai bijo dėl savo finansinės padėties ateityje, taip pat Lietuvos klientai dar nėra įpratę įsipareigoti tokiam ilgam laikotarpiui, o tai lemia, kad dar didelė dalis privačių klientų bijo naudotis būsto kreditavimo paslaugomis. *Gyventojai vengia naudotis būsto paskolomis, nes:*

- bijo įsipareigoti ilgam laikotarpiui,
- bijo dėl savo finansinės padėties ateityje,
- gąsdina palūkanų norma.

Bankai, teikdami ilgalaikes paskolas, susiduria su sunkumais, kadangi indėliai priimami trumpam laikotarpiui, tai yra iki vienerių metų ar 1-3 metų laikotarpiui, o būsto kreditai suteikiami iki 30 ir daugiau metų. Taigi būtina ieškoti kitų šaltinių ilgalaikiams kreditams finansuoti.

Problemos, su kuriomis susiduria bankai, teikdami ilgalaikius kredito produktus:

- trūksta ilgalaikių finansinių šaltinių;
- susiduria su rizika, kad ateityje gali sumažėti indėlių srautai ar sumažėjus nekilnojamojo turto kainoms gali nuvertėti užstatai;
- dėl galimo ekonomikos nuosmukio gali sumažėti gyventojų pajamos.

2004 m. bankų suteiktos paskolos gyventojams išaugo beveik 85%. Iš jų didžioji dalis (77%) teko gyventojams suteiktoms būsto paskoloms, kurios per tą laikotarpį padidėjo 1,5 mlrd. Lt, arba 79,2%. Būsto paskolos gyventojams, kaip bankinis produktas, populiarumo įgavo tik pastaraisiais metais ir turi dar pakankamai daug galimybių toliau didėti. Pagal 1 lentelės duomenis matome, kad didžiąją dalį privatiems klientams suteiktų paskolų sudaro būsto paskolos.

1 lentelė

Suteiktos paskolos	2004 m. sausio mėn.	2004 spalio mėn.	2005 sausio mėn.	Iš viso
Klientams suteiktos paskolos	12099,4	15310,4	16897,7	44307,5
Iš jų paskolos privačioms įmonėms	8690,7	10215,5	11063,9	29970,1
Iš jų paskolos fiziniams asmenims	2405,9	3858,8	4448,5	10713,2
Iš jų būsto paskolos	1909	2970,7	3420,5	8300,2
Iš viso (mln. Lt.)	25105	32355,4	35830,6	93291

Šaltinis: Lietuvos bankas (prieiga prie interneto www.lb.lt/lt/įstaigos)

Palūkanų už kreditus dydis labiausiai priklauso nuo situacijos rinkoje, kredito rūšies ir apimties, skolinto kapitalo dydžio, kliento ryšio su banku. Palūkanos už kreditus skaičiuojamos nuo pirmos lėšų nurašymo iš paskolinės sąskaitos dienos ir mokamos paskolos pagal sutartyje numatytus terminus iki visiško atsiskaitymo su banku. Paprastai palūkanos mokamos už kiekvieną praėjusį mėnesį iki kito mėnesio 5 dienos. Tam tikrais atvejais gali būti nustatytas palūkanų mokėjimas. Paskola ir palūkanos gali būti gražinamos:

1) palūkanos mokamos ir paskola gražinama dalimis pagal sutartyje numatytus terminus (kas mėnesį, kas ketvirtį);

2) palūkanos mokamos pagal sutartyje numatytus terminus;

3) palūkanos ir paskola gražinami pasibaigus sutarties terminui.

Bankinio kredito išdavimas yra sudėtingas procesas. Sąlyginai galima išskirti 3 jo etapus.

I. Kredito rizikos įvertinimas. Jis apima laikotarpį nuo kliento atėjimo į banką iki paskolos įforminimo ar neigiamo sprendimo priėmimo. Norintis gauti kreditą klientas kreipiasi į banką su prašymu, kuriame nurodo kredito sumą, tikslą, terminus, padengimo grafiką, pageidaujamą palūkanų normą, siūlomą užstatą (nekilnojamąjį, kilnojamąjį turą), garantijas, laidavimus. Pagal pateiktus dokumentus yra įvertinamas kliento kreditingumas (sugebėjimas laiku padengti kreditą). Šiame etape kreditavimo skyriaus darbuotojas konsultuoja klientą, surenka dokumentus, reikiamą informaciją, įvertina galimą paskolos riziką.

II. Paskolos dokumentų įforminimas. Šiame etape pasirašoma paskolos sutartis, paskolos apdraudimo dokumentai, kurie susegami į paskolos bylą ir saugomi dokumentų apyvartos taisyklėse numatyta tvarka. Klientui išduodama nustatyto dydžio paskola.

III. Paskolos administravimas ir kontrolė. Paskolos būklė turi būti nuolat sekama, atliekamas jos monitoringas, vertinami rizikos veiksniai, kurių pagrindu kreditas priskiriamas tam tikrai rizikos grupei, suformuojami specialieji atidėjimai nuostolingoms paskoloms, imamasi priemonių paskolos rizikai mažinti. Sugražinus paskolą, jos byla baigiama.

Komerciniai bankai, norėdami išsikvoti kuo didesnę rinkos dalį, turėtų orientuotis į specifinius klientus, jų poreikius bei žemesnes palūkanų normas. Didėjant konkurencijai bankai turėtų teikti paskolas su minimalia marža. Tai įmanoma orientuojantis į ilgalaikes paskolas, kuriomis galima pritraukti klientus, panaudojant įvairius paslaugų paketus ir taip įpareigojant klientus pasinaudoti ir kitomis paslaugomis (pvz., mokėjimo kortelėmis, internetine bankininkyste, tiesioginiu debetu ir kt.). Taip bankas uždirba ne tik iš gaunamų palūkanų bei paskolų aptarnavimo mokesčių, bet ir iš kitų paslaugų komisinių.

Galimos perspektyvos kreditų privatiems asmenims rinkoje:

- privačių klientų kreditavimo poreikio augimas;
- kreditų suteikimo sąlygų paprastėjimas, suteiks galimybę didesniai skaičiui klientų gauti kreditus;
- palūkanų mažinimas, orientuojantis į ilgalaikius kreditus;
- aktyvi rinkodaros politika: įvairių paslaugų paketų, lojalumo programų kūrimas pritrauks daugiau klientus.

Mokėjimo kortelės

Kreditinės kortelės pirmą kartą buvo panaudotos Jungtinėse Amerikos Valstijose. Jau 1914 m., kai kurios parduotuvės pradėjo išdavinėti nuolatiniams ir turtingiems savo klientams specialias korteles, kad „pririštų“ juos prie savęs. Dauguma specialistų mano, kad banko kreditinių kortelių įdiegimo iniciatorius buvo J. S. Bigginsas, dirbęs Flettbusho nacionaliniame banke, Niujorko Bruklino rajone. 1946 m. jis organizavo darbą pagal kreditinę schemą „charge it“: pagal ją klientai vietinėse parduotuvėse už smulkius pirkinius atsiskaitydavo kreditiniais rašteliais, kuriuos parduotuvė pateikdavo bankui, o šis apmokėdavo juos iš pirkėjų sąskaitų. Tai pirmoji kreditinių kortelių veikimo sistema, kurios principai išliko iki šių dienų.

Pagal funkcinės charakteristikas banko kortelės skirstomos į:

- **kreditinės kortelės**, jos savininkui suteikia galimybę atsiskaitant už pirkinius gauti kreditą, jei nepakanka pinigų banko sąskaitoje. Gautas kreditas turi būti gražintas per tam tikrą, iš anksto nustatytą laikotarpį.
- **debitinės kortelės**, jos naudojamos savininkui atsiskaitant už prekes, paslaugas ar išsigrūninančias pinigus ATM; pinigų suma yra ribota.

JAV labiau paplitusios kreditinės kortelės, o Vakarų Europoje – debitinės kortelės. Sąvoka „kreditinė kortelė“ vartojama labai plačiai. Labai dažnai visų tipų banko kortelės vadinamos „kreditinėmis kortelėmis“. Kredito ir debeto kortelės gali priklausyti klientui arba įmonei. Klientų kortelės išduodamos tik individualiems asmenims, o įmonės kortelės – tik organizacijoms. Organizacijos kortelė yra susijusi su įmonės sąskaita ir gali būti registruojama tik įmonės darbuotojo vardu. Tokia kortelė gali turėti organizacijos nustatytą limitą. Jei kortelė nelimituota, savininkas gali išnaudoti visą kortelėje esantį likutį.

Banko kortelės gali būti klasifikuojamos pagal apmokėjimo sistemą. Labiausiai žinomos apmokėjimo sistemos yra:

- VISA,
- EuroCard/MasterCard,
- American Express (AMEX).

Visame pasaulyje gerai žinomi lyderiai yra VISA ir EuroCard/MasterCard, kurie emituoja ir aptarnauja kreditines ir debetines korteles. Reikia pažymėti, kad skirtingų sistemų kreditinės sąskaitos yra skirstomos į klases. VISA turi dvi pagrindines klases: Classic ir Gold. MasterCard turi Standard ir Gold klases. American Express turi Mass ir Gold klases.

Kortelės gali būti skirstomos į keletą kitų tipų. Vienas jų – **elektroninės kortelės**. Jos yra išduodamos daugelio mokėjimo sistemų. VISA elektroninės kortelės yra VISA Electron, MasterCard – Maestro. Tokios kortelės yra skirtos tik elektroniniam naudojimui. Elektroninėmis kortelėmis galima išsigryninti pinigus, mokėti už prekes ir paslaugas specialiais terminalais

Beveik visos banko kortelės gali būti vadinamos **ATM kortelėmis**, nes su visomis jomis galima apsitarnauti ATM, norint išsigryninti pinigus. Kaip elektroninės mokėjimo kortelės, jos skirstomos į korteles su magnetine juoste ir į korteles su integruotu luistu.

- **Magnetinės kortelės**. Magnetinėse kortelėse saugoma informacija apie savininką ir banką, kuriame savininkas turi banko sąskaitą, nuo kurios nuskaičiuojami pinigai. Tai reiškia, kad kortelėje nėra informacijos apie banko sąskaitoje saugomų pinigų sumą.

- **Mikroprocesorinės kortelės**. Mikroprocesorinės kortelės saugo užkoduotą informaciją apie kortelėje esančius pinigus. Tai kortelės su įmontuotomis mikroschemomis. Patentą išleisti pirmas korteles su mikroschema 1974 m. gavo prancūzų inžinierius Rolanas Moreno, tam tikslui sukūręs firmą „Inovatron Ingenierie“. Pagrindinis mikroprocesorinių kortelių pranašumas lyginant su kortelėmis magnetinės juostos pagrindu yra jų saugumas ir patikimumas, taip pat autorizacijos galimybė režime Off-line. Visos mikroprocesorinės kortelės yra apsaugotos PIN (personal identification number) kodu. Šios kortelės turi dvigubą apsaugos sistemą: *kiekvienoje atsiskaitymų negrynais pinigais sistemoje dalyvauja trys subjektai - kortelės savininkas, bankas, išdavęs kortelę, ir komercinis taškas*. Mikroprocesorinėse kortelėse yra du atminties apsaugos lygiai ir joje realizuojamos specialios komandos – „atidaryti sąskaitą“, „kredituoti sąskaitą“, „nuskaityti likutį“. Priimant mokėjimus pagal mikroprocesorines korteles naudojami dviejų tipų įrenginiai: mokėjimo terminalai arba kasos registratoriai. Mokėjimo terminalas - specializuotas mikrokompiuteris. Kasos registratoriai leidžia priimti visas mokėjimo rūšis ir turi visus kasos aparato atributus.

Šiuo metu labiausiai paplitusios magnetinės kortelės, tačiau mikroprocesorinės kortelės su kiekviena diena tampa vis populiareesnės. Plastikinė kortelė buvo tobulinama, ir greitai (planuojama per 2005-2006 metus visas plastikines korteles pakeisti mikroprocesorinėmis) bus naudojamos tik plastikinės kortelės su integruota mikroschema. Naudojantis šia kortele, ne tik bankomatuose, bet ir atsiskaitant prekybos vietose bus reikalingas identifikacijos (PIN) kodas.

Priežastys, dėl kurių šioms kortelėms skiriama tiek daug dėmesio, yra šios:

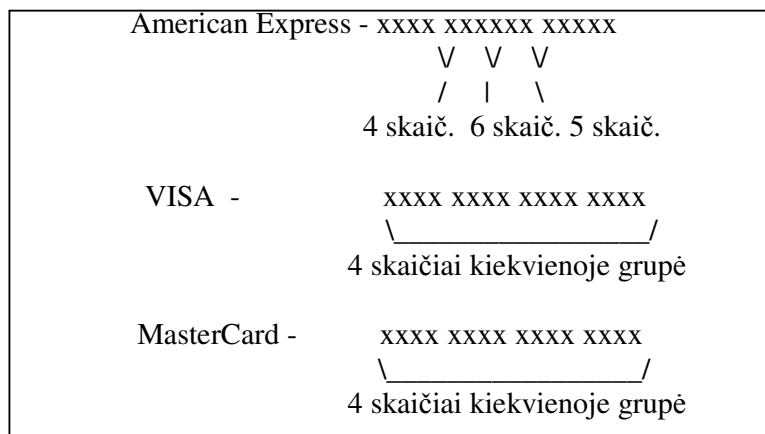
- ✓ apgavysčių, padaromų naudojantis magnetinėmis kortelėmis, daugėjimas;

- ✓ didėjantis susidomėjimas nuotoliniais sandoriais, kuriems reikia daugiau saugumo;
- ✓ mažėjantys mikroschemos kaštai.

Plastikinėje banko kortelėje pateikiami tokie duomenys:

- a)** banko kortelės priekinėje pusėje:
- ✓ savininko vardas;
 - ✓ kortelės numeris;
 - ✓ kortelės galiojimo laikas;
 - ✓ logo banko, kuriam priklauso kortelė;
 - ✓ mokėjimo sistemos logo.
- b)** kitoje banko kortelės pusėje:
- ✓ savininko parašas;
 - ✓ magnetinė juostelė;
 - ✓ savininko nuotrauka (kai kuriose kortelėse).

Kortelės numeris paprastai būna iš 16 skaitmenų, American Express kortelė yra sudaryta iš 15 skaitmenų, taigi visi stengiasi, kad kreditinės kortelės būtų kuo labiau apsaugotos. Taip pat yra kortelių, kurios sudarytos iš 13, 14 skaičių kombinacijų. American Express, VISA ir MasterCard kortelių skaitmenų išsidėstymas pavaizduotas 4 paveiksle.



4 paveikslas. American Express, VISA ir MasterCard kortelių skaitmenų išsidėstymas

Pirmasis kiekvienos kortelės skaičius parodo, kokio tipo yra kortelė, toliau - kokio banko kortelė. 2 lentelėje nurodyti, pirmieji bankų emituojamų kortelių skaitmenys.

2 lentelė

Skaitmuo	Banko pavadinimas
----------	-------------------

3	American Express
4	Visa
5	MasterCard

Neapdairiai savo kortelę panaudojęs žmogus gali prarasti visas joje laikytas santaupas. Žmogui parduotuvėje atsiskaičius kortele, pardavėjo rankose lieka čekis su visais reikalingais sąskaitos numeriais. Pardavėjui nesunku įsidėmėti kortelės savininko vardą bei pavardę. Šių duomenų visiškai pakanka norint įeiti į mokamus interneto puslapius ar užsisakyti reklamuojamas prekes. Dažnai įvesti kortelės asmens identifikavimo (PIN) kodą nereikalaujama. Kas internete užsisakė prekes - tikrasis kortelės savininkas ar sukčius, nustatyti neįmanoma. Klastodami mokėjimo korteles, sukčiai iš Lietuvos bankų jau pasisavino apie milijoną litų. Patys bankai nuostolių neskelbia ir vengia apie tai kalbėti. VISA tarptautinės organizacijos duomenimis, dėl įvairių apgavysčių ir kortelių klastočių nuostoliai visame pasaulyje sudarė maždaug 100 milijonų JAV dolerių. Daugiausia klastočių pasitaiko Rytų ir Vidurio Europoje, Artimuosiuose Rytuose, Afrikoje - tuose kraštuose, kur mokėjimo kortelės atsirado gana neseniai. Ypač daug sukčiavimo atvejų nustatoma Čekijoje ir Vengrijoje. Tai siejama su tuo, kad šiose šalyse mokėjimo kortelės pastaruoju metu ypač populiarėja.

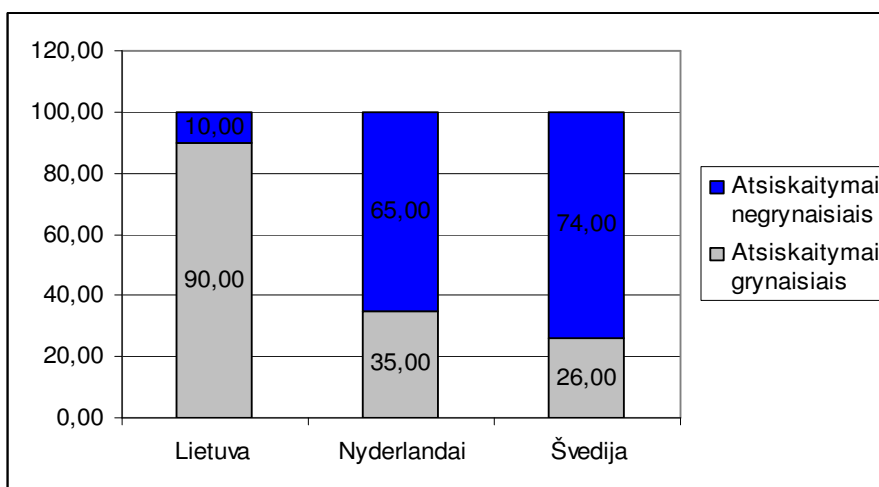
Lietuvoje mokėjimo kortelės irgi vis labiau populiarėja, bankų duomenimis, dažnas pilietis turi po kelias mokėjimo korteles. AB „Hansabankas“ Mokėjimo kortelių departamento direktoriaus teigimu, 2005 metų sausį naudojamų kortelių buvo apie 2,7 milijono.

Bankams yra naudinga platinti mokėjimo korteles dėl:

- papildomų patogumų vartotojams;
- mažesnių žmonių srautų skyriuose;
- didesnės pagrindinės sandorio sąskaitos vertės.

Tačiau 2004 m. mokėjimai negrynaisiais pinigais - naudojantis debetinėmis ir kreditinėmis kortelėmis, sudarė tik apie 10%. Palyginkime: Nyderlanduose – 65,1%, o Švedijoje – 74,5% (pavaizduota 5 paveiksle).

Apie 90% kortelių savininkų pasiima grynuosius pinigus ir tik tada juos išleidžia, tik 10% jų už pirkinius ar paslaugas atsiskaito kortele. Kreditinėmis kortelėmis daugiausia atsiskaitoma universalinėse parduotuvėse (29%), viešojo maitinimo įstaigose (13%), maisto produktų parduotuvėse (10%), degalinėse (8%), drabužių parduotuvėse (4%).



5 paveikslas. Atsiskaitymai grynaisiais ir negrynaisiais pinigais 2004 m. (%)

Šaltinis: Vilniaus bankas (prieiga prie interneto www.seb.lt/apzvalgos)

Dabar daugiausia yra debetinių kortelių, tačiau ateityje kreditinių kortelių bus išduodama daugiau, kadangi jos vis labiau tampa populiarnesnės. Iki šiol kreditinių kortelių išdavimas buvo dar palyginti sudėtingas procesas, tačiau ateityje jos bus išduodamos daug paprasčiau. Mokėjimo kortelių savininkai turėtų priprasti prie kortelių naudojimo ir ne tik naudoti kortelę kaip grynujų pinigų išėmimo, bet ir kaip atsiskaitymo priemonę.

Pagrindinės problemos, su kuriomis susiduria vartotojai ir bankai:

- tik nedidelė dalis gyventojų naudojami mokėjimo kortelėmis mokėdami jomis už prekes ir paslaugas: dažniausiai yra išimami į kortelę pervesti pinigai ir tik tada išleidžiami;
- dar sudėtingos kreditinių kortelių išdavimo sąlygos;
- mokėjimo kortelės su magnetine juoste yra nesaugios;
- bankomatų tinklas nėra platus, todėl klientai susiduria su pinigų išgryninimo problema.

Mokėjimo kortelių rinkos prognozės:

- išplis kreditinės mokėjimo kortelės, kurios šiuo metu dar nėra labai populiarios;
- paprastės mokėjimo kortelių išdavimo sąlygos;
- per 2005-2006 m. magnetinės mokėjimo kortelės turėtų būti pakeistos mikroprocesorinėmis;
- kortelių išdavimo tempai ateityje turėtų lėtėti;
- mokėjimo kortelės turėtų būti populiarinamos įvairiomis papildomomis paslaugomis bei mažinant aptarnavimo įkainius;

- mokėjimo kortelės bus pradėtos naudoti ne tik kaip pinigų išėmimo, bet ir kaip atsiskaitymo priemonė.

Elektroninės bankininkystės produktai

Ši bankininkystės sritis suteikia galimybę vartotojams valdyti savo sąskaitas bei atlikti mokėjimus tiesiog namuose. Jau nuo aštunto dešimtmečio pradžios daugelis finansų institucijų bando plėtoti ir parduoti paslaugas, kurios bet kuriuo paros metu leistų vartotojams vykdyti visą su banku susijusią veiklą namuose arba darbovietėje. Šioje srityje pirmavo Amerikos bankai.

Elektroninė bankininkystė siūlo visišką komfortą – visas bankines operacijas galima atlikti tiesiog namie. Pagrindinė priežastis, stabdžiusi elektroninės bankininkystės plėtrą, buvo lėtas asmeninių kompiuterių skverbimasis į rinką. Asmeniniai kompiuteriai yra pagrindinė nuotolinės bankininkystės priemonė, jais teikiamos paslaugos, operacijų ataskaitos, palaikomas ryšys su sąskaitomis. Galima sakyti, kad mažmeninių paslaugų šakos ateitis priklauso nuo programinės įrangos. Kita labai svarbi problema yra saugumo užtikrinimas, nuolat yra kuriamos naujos technologijos, programuotojai ieško naujų sprendimų. Saugumas visada bus aktualiausias klausimas, kad ir kokia būtų pažanga.

Lietuvos bankuose galima išskirti šias nuotolinės bankininkystės formas:

1. Internetinė bankininkystė – klientui galima banko operacijas vykdyti naudojantis internetine naršykle, programinėje aplinkoje, banko interneto puslapyje. Klientas „nepririštas“ prie kompiuterio, gali operacijas vykdyti bet kokių kompiuteriu, bet kurioje pasaulio vietoje, bet kuriuo laiku. (Paniulis, Šablinskas, 2000). Didžiausias pranašumas tas, kad finansinių operacijų internetu yra sandorio kaina maža.
2. Telefoninė bankininkystė - tai bankinių paslaugų teikimas telefonu. Ši paslauga leidžia klientui atlikti tokias operacijas: kaip gauti sąskaitos likutį, atlikti nesudėtingas pinigų pervedimo operacijas ir kt. Šiuo metu šią paslaugą teikia visi Lietuvos bankai, pirmasis ją teikti pradėjo AB Vilniaus bankas.
3. Mobilioji bankininkystė – ji apima ir elektroninę, ir telefoninę bankininkystę. Klientas mobiliuoju telefonu kreipiasi į savo banką nurodytu numeriu per savo mobiliojo ryšio operatoriaus SMS centrą. Operatorius kliento žinutę persiunčia į banko modemą arba SMS vartus. Bankas analizuoja kliento užklausą ir pateikia ją banko duomenų bazių valdymo sistemai. Iš SMS vartų ar modelio gaunamas atsakymas, kuris siunčiamas klientui.
4. Bankų kasos automatai – tai banke ar už jo ribų pastatyti automatai, galintys be banko darbuotojo pagalbos atlikti šias operacijas: priimti indėlius, pakeisti valiutą, išduoti grynuosius

pinigus. Tokių kasos automatų yra ir Lietuvoje, tokį banko kasos automatą Lietuvoje turi AB „Nord/LB Lietuva“ bankas.

Viena iš nuotolinės bankininkystės formų - internetinė bankininkystė siūlo visą grupę paslaugų:

- ✓ teikia informaciją apie sąskaitų likučius;
- ✓ atlieka mokėjimo pavedimus;
- ✓ atlieka tarptautinius mokėjimo pavedimus;
- ✓ papildo sąskaitą;
- ✓ sudaro valiutos keitimo sandorius;
- ✓ apmoką mokesčius;
- ✓ padeda terminuotus indėlius;
- ✓ deklaruoja pajamas ir turtą ir kt.

Pagrindinė tokios bankininkystės nauda yra patogumas ir sutaupyta laikas. Bankams patogiu, kad nėra tiesioginio bendravimo, jiems nebūtina atidaryti naują skyrių - taip sutaupomos lėšos, sumažėja paslaugų kaštai. Naudojimas elektroninės bankininkystės paslaugomis priklauso nuo įvairių veiksnių – vartotojų amžiaus, pajamų, išsilavinimo, gyvenamosios vietos, nuo to ar anksčiau naudojosi elektroninėmis paslaugomis.

Pastaraisiais metais buvo stebima sparti bankinės veiklos plėtra, kuri vidinę banko veiklą padarė dar sudėtingesnę. Bankomatai ir elektroninė bankininkystė pakeitė darbuotojus ir išplėtė banko veiklos teritorijas ir sumažino operacijų atlikimo ir aptarnavimo trukmę. Šiuos pokyčius paskatino kompiuterinių įrenginių ir telekomunikacinių tinklų išplitimas. Bankai gali atlikti daugiau operacijų ir plėsti savo veiklą kaip niekada žemais kaštais. Tie bankai, kurie pasinaudojo šiais naujų technologijų teikiama pranašumais, sumažino savo veiklos kaštus greičiau nei jų konkurentai ir padidino savo pelną.

Vartotojų požiūris į elektroninę bankininkystę, bankų filialus ir personalą yra toks:

- vartotojams darosi vis patogiau naudotis elektroninės bankininkystės paslaugomis;
- vartotojai tikisi ir reikalauja gero aptarnavimo;
- vartotojai, norintys naudotis sudėtingesnėmis finansinėmis paslaugomis, vis dar reikalauja, kad būtų aptarnaujami asmeniškai.

Internetinės bankininkystės sistemos pranašumai:

- atsiskaitinėjant internetu reikia mažiau išlaidų nei atvykstant į banką;
- patogumas - atlikti bankines operacijas galima tiesiog būnant namie ar darbe;
- internetinės bankininkystės sistema yra saugi;
- nereikalinga speciali programinė įranga, tik priėjimas prie internetinio ryšio.

Ši bankininkystės forma turi ir trūkumų:

- tinka standartizuotoms operacijoms, kai nebūtinai banko darbuotojo dalyvavimas;
- nėra bendravimo su banko darbuotojais – specialistais;
- reikalingas klientų išprusimas, mokėjimas naudotis kompiuteriu.

Didelė dalis klientų nesinaudoja elektroninės bankininkystės paslaugomis, nes nepasitiki jų saugumu. Todėl ypatingą dėmesį bankai skiria saugumui - naudoja net kelis saugumo lygmenis:

- ✓ *vartotojo identifikavimo kodą* - nekintantį skaitmenų rinkinį, naudojamą klientui identifikuoti sistemoje;
- ✓ *slaptažodį*, skirtą kliento identifikavimui patvirtinti;
- ✓ *PIN (Personal Identification Number) kodus* - registruojantis sistemoje gali pririnkti įvesti ir PIN kodą;
- ✓ *TAN (Transaction Authorisation Number) kodus*, skirtus kliento vykdomoms operacijoms patvirtinti. Klientui išduodama TAN kodų lentelė, iš kurios vis nauju TAN kodu patvirtinama kiekviena kliento operacija arba operacijų paketas.

Internetinės bankininkystės paplitimą lemia keletas veiksnių. Per pastaruosius keletą metų dauguma bankų suvienodino individualiems klientams skirtus produktus tiek, kad konkuruoti produktų savybėmis ar kaina jau nebegalima. Rinkos dalyviams siūlant vienodus bankinius produktus, konkurencinė kova persikelia į kitas sritis: banko įvaizdžio stiprinimo bei geresnio klientų aptarnavimo.

Jau trejus metus sparčiai daugėja Lietuvos interneto vartotojų, tai sudarė sąlygas tikram paklausos sprogamui interneto bankininkystės srityje. Šiandien internetu bendras bankines operacijas atlikti pasirengusių Lietuvos komercinių bankų klientų skaičius jau viršija 600 tūkstančius (IPA agentūros duomenys).

Įvertinus tai, kad bankų gebėjimas konkuruoti vis labiau priklauso nuo jų sugebėjimo geriau aptarnauti klientus ir kad vis didesnė klientų dalis nori su bankais dirbti per internetą, bankai deda daug pastangų pasirengimui deramai aptarnauti klientus internetu. Svarbu, kad bankai atitiktų šiuos svarbiausius kriterijus:

- 1. Funkcionalumas** - turėjimas funkcijų, kuriomis klientai internete gali naudotis. Bankai turi suteikti galimybę klientams naudotis kuo platesniu paslaugų spektru.
- 2. Aiškumas.** Bankų interneto tinklalapiai bei interneto bankininkystės sistemos turi būti lengvai suprantamos nepatyrusiems vartotojams.
- 3. Patogumas.** Banko interneto bankininkystės sistema turi būti patogi ir patyrusiems, ir nepatyrusiems vartotojams, kad kuo mažiau reiktų sugaišti laiko bei įdėti pastangų.
- 4. Pasirengimas reaguoti į internetu pateikiamus klientų užklausimus.** Svarbu, kaip greitai bankas sugeba reaguoti į įvairius elektroniniu paštu klientų atsiunčiamus užklausimus.

Galima teigti, kad interneto revoliucija iš tiesų vyksta. Tarp gyventojų plintant interneto ir mobiliojo ryšio naudojimui, su dideliu skaičiumi klientų bendrauti turinčios bendrovės - bankai, draudimo bendrovės, telekomunikacinių ir komunalinių paslaugų įmonės - gali ženkliai sumažinti savo klientų aptarnavimo kaštus, aptarnavimo srityje sudarydami klientams galimybę patiems apsistarnauti internetu. Svarbiausia įtikinti savo klientus, kad elektroniniais kanalais bendrauti patogiau.

Ši vizija taps realybe tik tuomet, kai klientų aptarnavimo internetu kanalai bus projektuojami ir kuriami iš galutinio kliento perspektyvos. Investicijos į sudėtingas elektronines sistemas neatsipirks, jei eilinis vartotojas vengs jomis naudotis. O šis tikrai vengs tų sistemų, jei jos bus kuriamos taip, kaip patogiu bankams, o ne vartotojui. Šiandien Lietuvoje interneto vartotojų būrį papildo vis daugiau vyresnių, su kompiuteriais menkliau susiduriančių žmonių - norint užkariauti jų pasitikėjimą ir įtikinti juos naudotis elektroninėmis paslaugomis, teks kur kas daugiau dėmesio skirti elektroninių paslaugų patogumui ir aiškumui, atitinkamai pertvarkant elektroninių sistemų projektavimo ir kūrimo procesus. O ekspertų, išmanančių šią sritį, Lietuvoje itin stinga.

Elektroninės bankininkystės produktai plinta lėtai dėl šių priežasčių:

- nepasitikima, bijoma dėl operacijų saugumo;
- dar nedaugelis privačių klientų turi internetinį ryšį namuose;
- pasirenkama geriau atlikti operacijas konsultuojantis su specialistais;
- įprasta operacijas atlikti banke;
- stokojama informacijos apie šias paslaugas;
- per mažai investuojama į šių produktų tobulinimą.

Galima prognozuoti, kad:

- orientacija į išlaidų mažinimą skatins elektroninės bankininkystės plėtrą;
- tobulėjant elektroninėms priemonėms elektroninė bankininkystė išplis ir taps populiaria atsiskaitymo priemone;
- bus teikiama daugiau informacijos apie šias priemones (iki šiol informacijos trūksta);
- taupantys laiką vartotojai įvertins elektroninės bankininkystės pranašumus.

3. MAŽMENINĖS BANKININKYSTĖS RINKA IR JOS PLĖTROS PERSPEKTYVOS ŠIAULIŲ MIESTE

3.1. Mažmeninės bankininkystės produktų paplitimo tyrimas Šiaulių mieste

3.1.1. Tyrimo metodika

Šiaulių mieste buvo atliktas mažmeninės bankininkystės produktų tyrimas, apklausus bankų paslaugų vartotojus. Apklausa atlikta pasinaudojus anketa, kuri buvo parengta, siekiant išsiaiškinti:

- kaip dažnai klientai naudojami bankų paslaugomis;
- kokių bankų paslaugomis dažniausiai naudojami;
- su kokiomis problemomis susiduria bankuose;
- kokiomis bankų paslaugomis dažniausiai naudojami;
- kaip vertina konkrečius bankų produktus (indėlius, mokėjimo korteles, kreditus, elektroninę bankininkystę);
- kokie banko bei bankinių produktų pasirinkimo motyvai.

Buvo apklausti respondentai, daugiausia tarnautojai (62%) ir darbininkai (14%), kurie yra potencialūs bankinių paslaugų vartotojai.

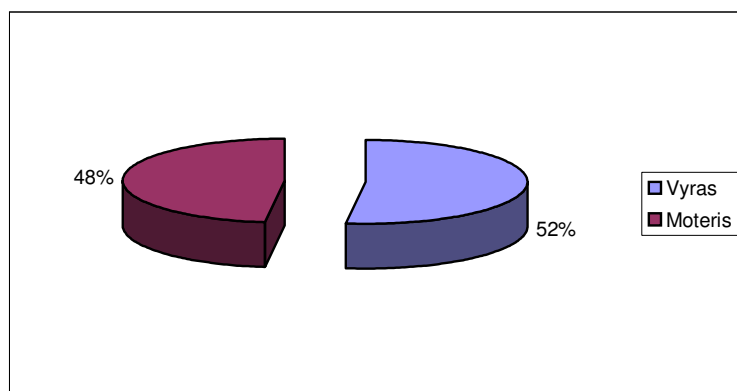
Anketa buvo sudaryta iš 24 klausimų, iš kurių 7 buvo demografinio pobūdžio. Jais buvo siekiama išsiaiškinti respondentų lytį, amžių, pajamas, socialinę padėtį, gyvenamąją vietą. Kiti 17 klausimų buvo specifiniai, jais buvo siekiama išsiaiškinti respondentų požiūrį į mažmeninius bankinius produktus, tai yra kokiais bankais naudojami, kaip dažnai, su kokiomis problemomis susiduria bankuose, ir požiūrį į konkrečius bankinius produktus.

Klausimai buvo uždaro pobūdžio, tik į keletą jų buvo galima pateikti savo atsakymą. Reikėjo pasirinkti atsakymą iš keleto variantų.

Iš viso buvo apklausta 240 respondentų, šis apklaustųjų skaičius leidžia atskleisti esamą situaciją mažmeninių bankinių paslaugų sektoriuje Šiaulių mieste.

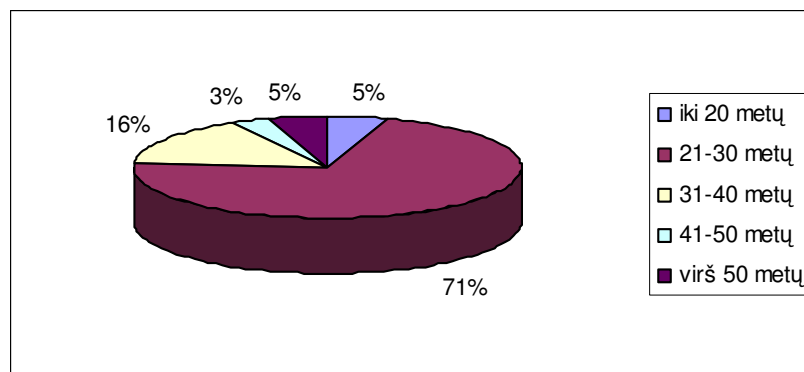
Respondentų struktūra

Tyrime apklausti respondentai apibūdinami pagal lytį, amžių, socialinę padėtį bei kitus rodiklius. Apklausta beveik po vienodai vyrų (112) ir moterų (108) tik 2% daugiau būta vyrų. (Grafikai pateikti pagal gautus anketos duomenis, žiūrėti 9 priedą).



6 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį (%)

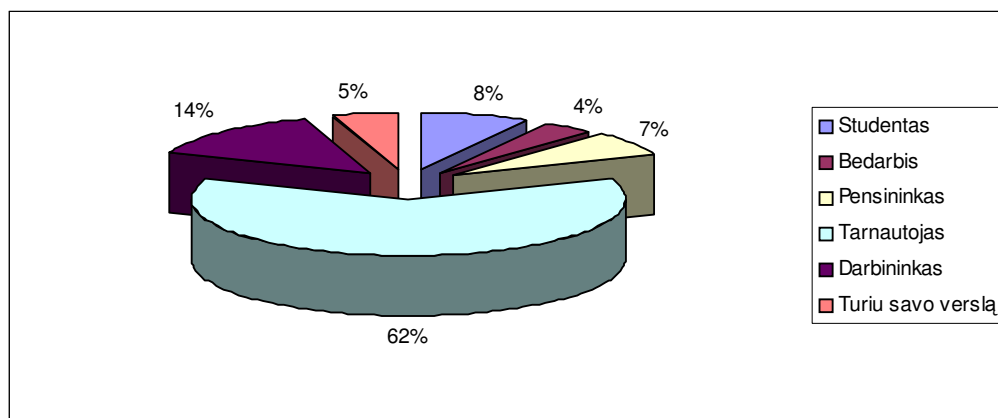
Daugiausia tyrime dalyvavusių respondentų buvo jauni 21-30 metų, jie sudarė 71%. Iki 20-ies metų ir daugiau kaip 50-ies metų buvo po 5% respondentų, 31-40 metų buvo - 16%, ir 41-50 metų - 3% apklaustųjų.



7 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių (%)

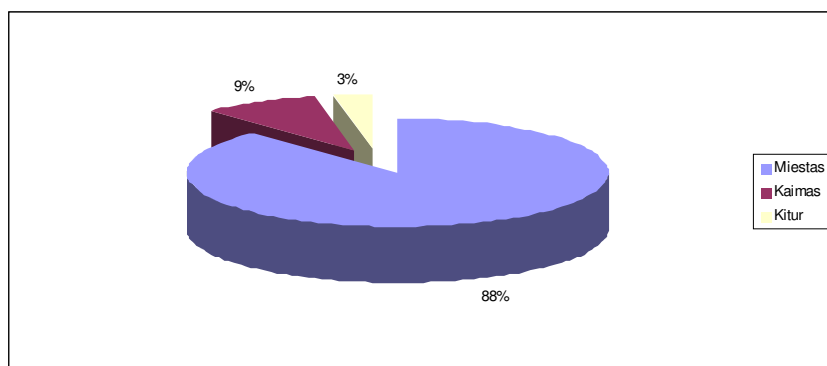
Dauguma apklaustųjų sudarė jauni, 21-30 metų žmonės, kurie yra potencialūs bankų vartotojai. Kadangi jie jauni ir darbingo amžiaus, yra linkę naudotis kreditavimo paslaugomis, nes daugelis iš jų dar nėra sukaukę pakankamai nuosavų lėšų būstui ar kitiems reikalingiems daiktams. Taigi tokio amžiaus asmenims bankai ir jų paslaugos yra ypač aktualūs siekiant sukaupti lėšų arba skolintis.

Respondentų naudojimas bankų paslaugomis priklauso ir nuo socialinės padėties, todėl neatsitiktinai daugumą apklaustųjų sudarė tarnautojai ir darbininkai - atitinkamai 62% ir 14%. Šios dvi respondentų grupės dažniausiai naudojami bankų paslaugomis.



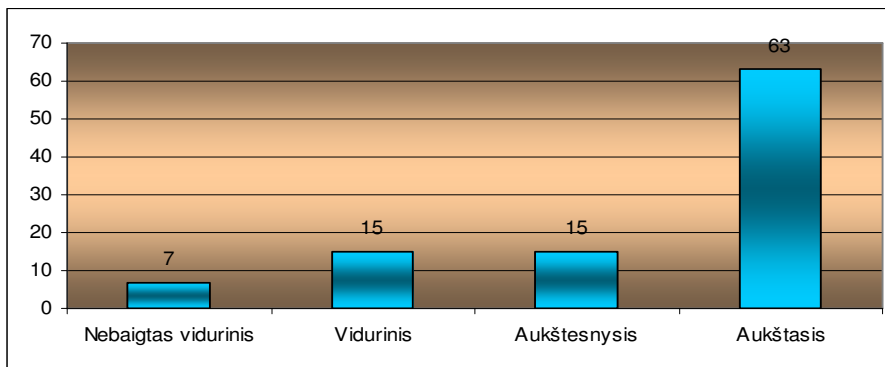
8 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal socialinę padėtį (%)

Pagal gyvenamąją vietą net 88% respondentų buvo iš miesto ir 9% iš kaimo, kitur gyveno - 3% apklaustųjų.



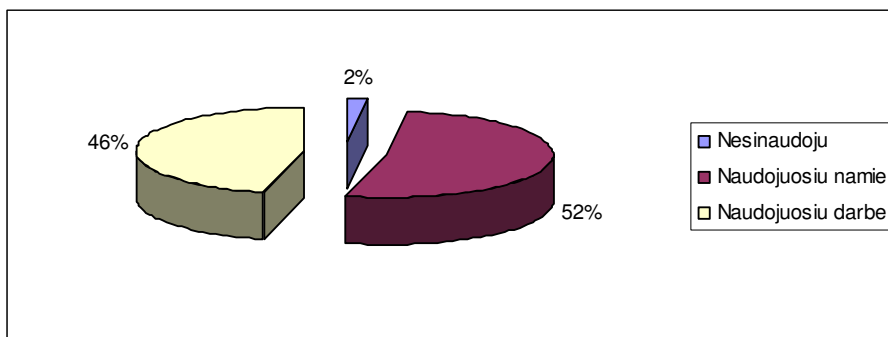
9 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą (%)

Kadangi dauguma respondentų buvo tarnautojai, tai skirstant respondentus pagal išsilavinimą daugiausia buvo turinčių aukštąjį išsilavinimą – 63%. Vidurinį ir aukštesnįjį išsilavinimą turėjo po vienodai – po 15%, o nebaigtą vidurinį - 7% apklaustųjų.



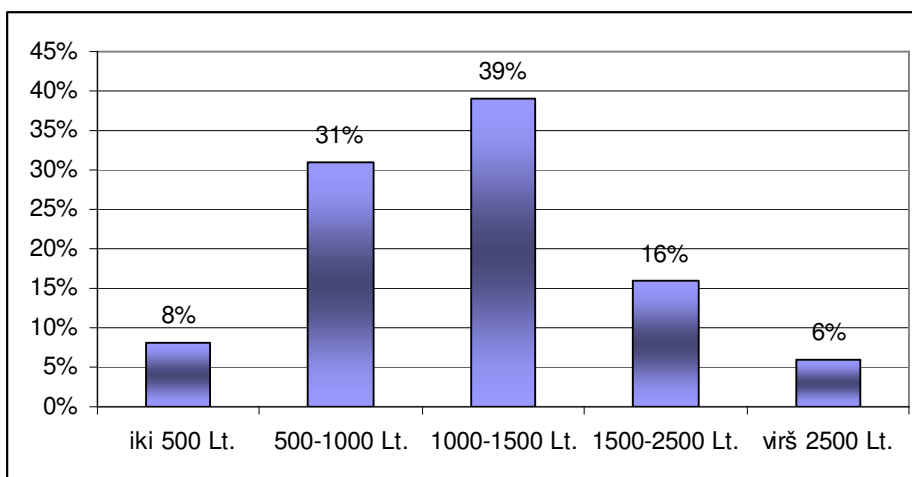
10 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą (%)

Labai svarbu buvo sužinoti, ar respondentai naudojami kompiuteriu, ypač internetinės bankininkystės paslaugoms. Tik 2% respondentų nesinaudoja kompiuteriu, visi kiti kompiuteriu naudojami namie arba darbe.



11 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal naudojamą kompiuteriais (%)

Respondentų naudojimuisi bankų paslaugomis įtakos turi ir gaunamos pajamos. Žemiau pateikta informacija apie tai, kokias pajamas gauna respondentai:



12 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal gaunamas pajamas (%)

Daugiausiai respondentų gauna 1000-1500 Lt. (39%) ir 500-1000 Lt. (31%) pajamas per mėnesį. Mažiausiai apklaustųjų gauna iki 500 Lt. (8%) ir daugiau kaip 2500 Lt. (6%). 1500-2500 Lt. pajamas gauna 16% respondentų.

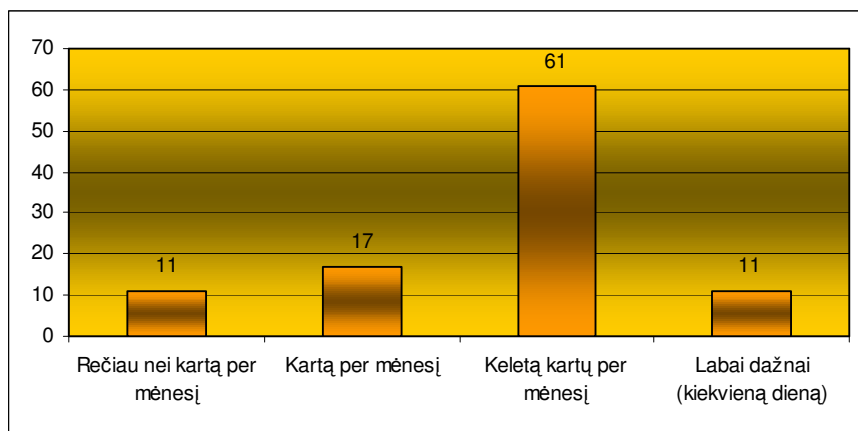
Apibendrinant matyti, kad tyrime dalyvavo beveik tiek pat vyrų ir moterų, atitinkamai 52% ir 48%. Daugiausia būta jaunų 21-30 metų respondentų (71%), turinčių aukštąjį išsilavinimą (63%). Dirbantys tarnautojai sudarė (62%) visų respondentų, jų pajamos daugiausia siekė 1000-1500 Lt. (39%) ir 500-1000 Lt. (31%). Iš visų respondentų tik 2% nesinaudoja kompiuteriu, visi kiti kompiuteriu naudojami namie arba darbe.

3.1.2. Bankų paslaugų naudojimas ir plėtros perspektyvos

Siekiant išsiaiškinti problemas, su kuriomis susiduria privatūs klientai, bei mažmeninių paslaugų plėtros perspektyvas, buvo tiriama:

- kaip dažnai respondentai naudojami bankų paslaugomis,
- kokiomis paslaugomis naudojami,
- kokių bankų paslaugomis naudojami,
- su kokiomis problemomis susiduria bankuose,
- kokie veiksniai lemia banko pasirinkimą.

Pirmiausia tyrimu buvo norima išsiaiškinti, kaip dažnai respondentai naudojami bankų paslaugomis:



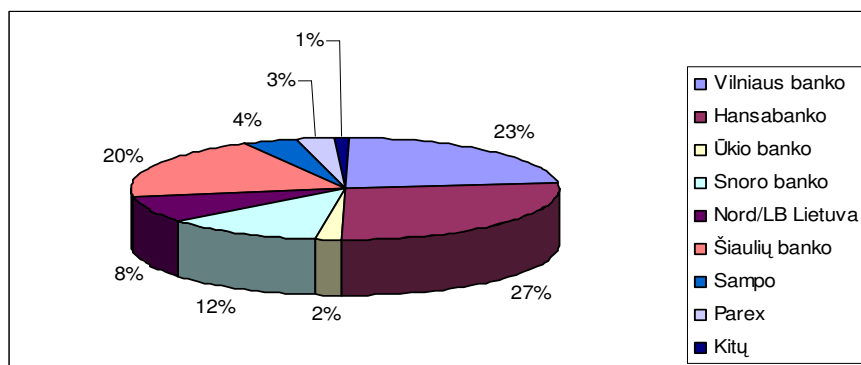
13 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal bankų paslaugų naudojimosi dažnumą(%)

Daugiausia respondentų (61%) bankų paslaugomis naudojami keletą kartų per mėnesį. Labai dažnai ir rečiau nei kartą per mėnesį bankų paslaugomis naudojami po vienodai respondentų – po 11%. Kartą per mėnesį banko paslaugomis naudojami - 17% apklaustųjų.

Apklausti respondentai dažniausiai naudojami AB „Hansabankas“ (27%), AB Vilniaus bankas (23%) ir AB Šiaulių bankas (20%) paslaugomis. Didžiausią rinkos dalį užėmė AB „Hansabankas“ ir AB Vilniaus bankas (kaip ir visoje Lietuvoje), o kadangi tyrimas buvo atliktas Šiaulių mieste, tai čia nemažą rinkos dalį turėjo ir AB Šiaulių bankas. Šiaulių mieste pastarasis bankas turi atidaręs daug filialų bei klientų aptarnavimo skyrių, be to jis yra geografiškai patogiose vietose, todėl šio banko paslaugas pasirenka daug klientų.

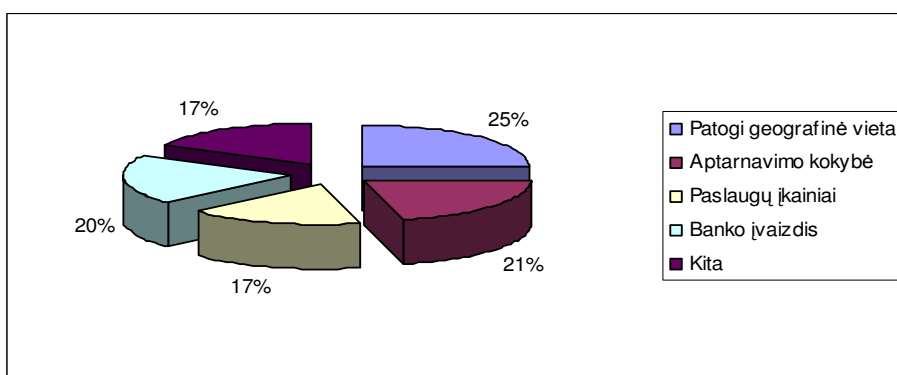
AB bankas „Snoras“ paslaugomis naudojami 12% respondentų, kiek mažiau, 8% - AB „Nord/LB Lietuva“ bankas paslaugomis. Likę respondentai naudojami AB „Sampo“ bankas - 4%, AB Parex bankas (3%), AB Ūkio bankas (2%) paslaugomis, o 1% naudojami nepaminėtų, tai yra kitų bankų paslaugomis.

Kadangi tyrime daugiausia buvo apklausta 21-30 metų respondentų, tai jie dažniausiai naudojami AB Vilniaus bankas ir AB „Hansabankas“ paslaugomis, nes per šiuos bankus dažniausiai yra išmokami atlyginimai. Taip pat šio amžiaus žmonės dažniausiai naudojami kreditavimo paslaugomis, todėl renkasi patikimus, stambius bankus.



14 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal banko pasirinkimą (%)

Tyrimo buvo siekiama išsiaiškinti respondentų motyvus nulėmusius naudojimąsi konkrečiu banku. Paaiškėjo, kad daugiausia respondentai rinkosi banką pagal patogią geografinę vietą (25%). Galima teigti, kad Šiaulių mieste AB Šiaulių bankas yra populiarus todėl, kad turi platų aptarnavimo vietų tinką ir tos vietos yra patogiose geografinėse zonose. Taip pat respondentams buvo svarbi aptarnavimo kokybė (21%) ir banko įvaizdis (20%), o paslaugų įkainiai svarbiausi buvo 17% respondentų. Ta patvirtina tyrimo hipotezę, kad privatus klientai renkasi banką pagal aptarnavimo kokybę, patogią filialų ir skyrių vietą.

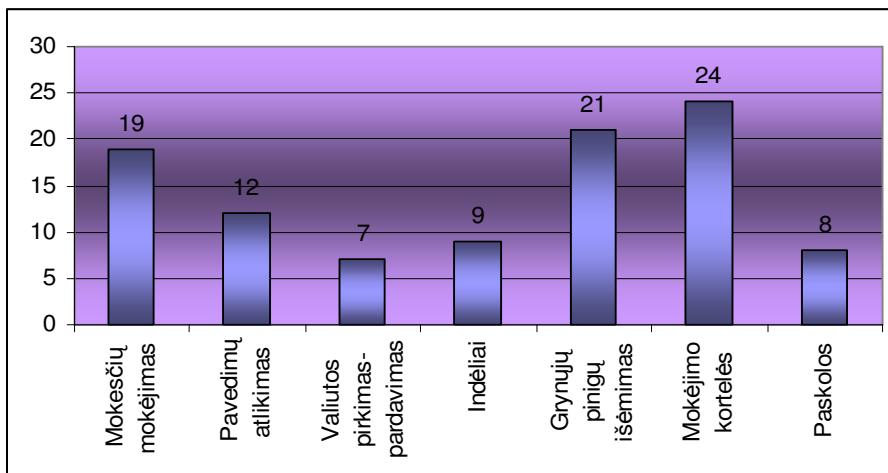


15 paveikslas. Motyvai, nulėmę banko pasirinkimą (%)

Norint išsiaiškinti, kokiomis banko paslaugomis dažniausiai naudojami privatus klientai, buvo pateiktas klausimas: „Kokiomis bankų paslaugomis naudojate?“. Apibendrinus gautus atsakymus paaiškėjo, kad dažniausiai naudojamos paslaugos buvo pinigų išgryninimas (21%) ir

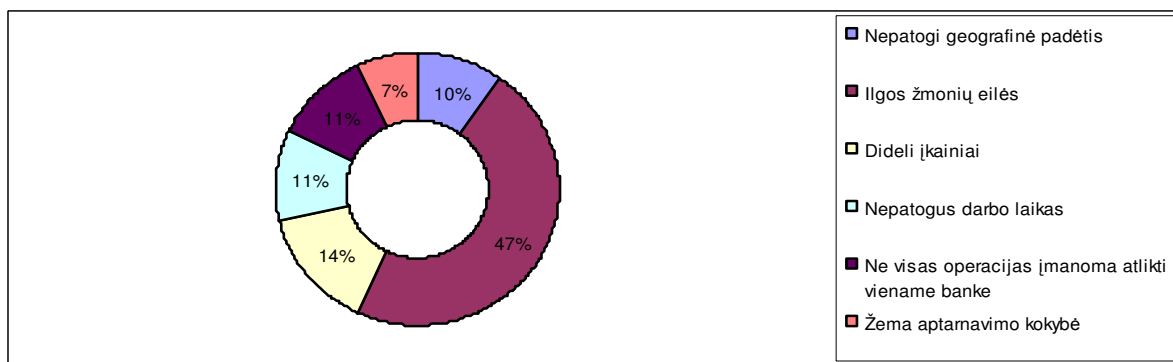
mokėjimo kortelės (24%). Mat dažniausiai pervedamus pinigus į mokėjimo korteles klientai išsiima grynais ir tik tada išleidžia.

Respondentai bankuose lankėsi dažnai ir dėl to, kad ten mokėjo mokesčius (19%). Be to, jie čia atvykdavo atlikti pavedimus (12%), dėl indėlių (9%), dėl paskolų (8%) ir dėl valiutos pirkimo ar pardavimo (7%).



16 paveikslas. Kokiomis paslaugomis naudojasi respondentai (%)

Nagrinėjant mažmeninių bankinių produktų paklausą, labai svarbu išsiaiškinti, su kokiomis problemomis susiduria klientai atėję į bankus. Daugiausia nepatogumų jiems kelia ilgos žmonių eilės - šią problemą nurodė net 47% respondentų. Kadangi tyrime apklausti respondentai yra daugiausia dirbantys žmonės, tai jiems laiko klausimas ypač aktualus, todėl ilgos žmonių eilės banke sugaištamas laikas yra didelė problema.



17 paveikslas. Kas nepatinka respondentams naudojantis bankų paslaugomis (%)

Dideli paslaugų įkainiai nepasitenkinimą kėlė 14% respondentų, 11% - nepatogus bankų darbo laikas. Kadangi bankų darbo laikas dažniausiai sutampa su darbuočių darbo laiku, po darbo žmonės nebeturi galimybės būti aptarnauti bankuose. Toks pat procentas respondentų (11%), kaip nepasitenkinimo priežastį nurodė, tai kad ne visas operacijas galima atlikti viename banke.

Mažiausiai daliai respondentų nepasitenkinimą kėlė žema aptarnavimo kokybė – tik 7%, tada galima teigti, kad aptarnavimo kokybė bankuose yra gera.

Apibendrinant bankų paslaugų naudojimą, galima teigti, kad respondentai bankais naudojami keletą kartų per mėnesį (61%), kadangi klausti daugiausia jauni žmonės, kurie yra dažni bankų klientai. Respondentai daugiausia naudojami AB „Hansabankas“ (27%) ir AB Vilniaus bankas (23%) paslaugomis. Kadangi tyrimas atliktas Šiaulių mieste, čia populiarus yra ir AB Šiaulių bankas (20%), kuris mieste turi platų klientų aptarnavimo skyrių tinklą. Banko pasirinkimą dažniausiai nulemia geografinė padėtis - taip pasisakė 25% apklaustųjų, todėl AB Šiaulių bankas su plačiu filialų ir klientų aptarnavimo skyrių tinklu užima nemažą dalį rinkos Šiaulių mieste.

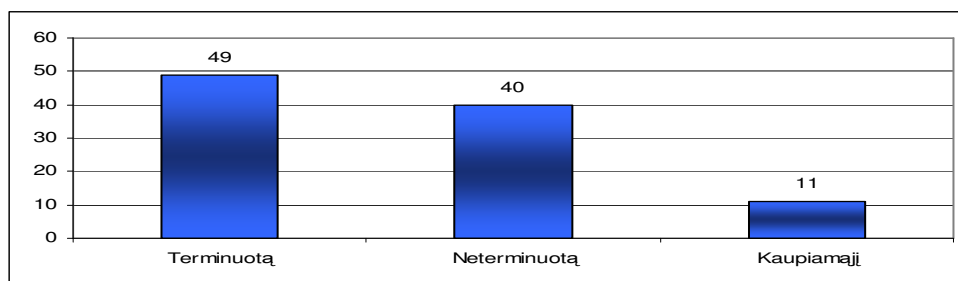
Šiuo metu daugelis įmonių atlyginimus perveda į mokėjimo korteles, bet žmonės dar nėra linkę atsiskaitinėti mokėjimo kortelėmis, todėl išsiima grynus pinigus ir tada juos išleidžia. Dėl to dvi pagrindinės paslaugos, kuriomis naudojami respondentai atėję į bankus, yra mokėjimo kortelės (24%) ir grynujų pinigų išėmimas (21%).

Pagrindinė problema, su kuria bankuose susiduria respondentai, yra ilgos žmonių eilės – dėl to nepasitenkinimą išreiškė beveik pusė respondentų (47%). Stengiantis pagerinti aptarnavimo kokybę, reikia ieškoti būdų, kaip sumažinti eiles bankuose, vienas iš sprendimų galėtų būti internetinės bankininkystės populiarinimas.

Indėliai

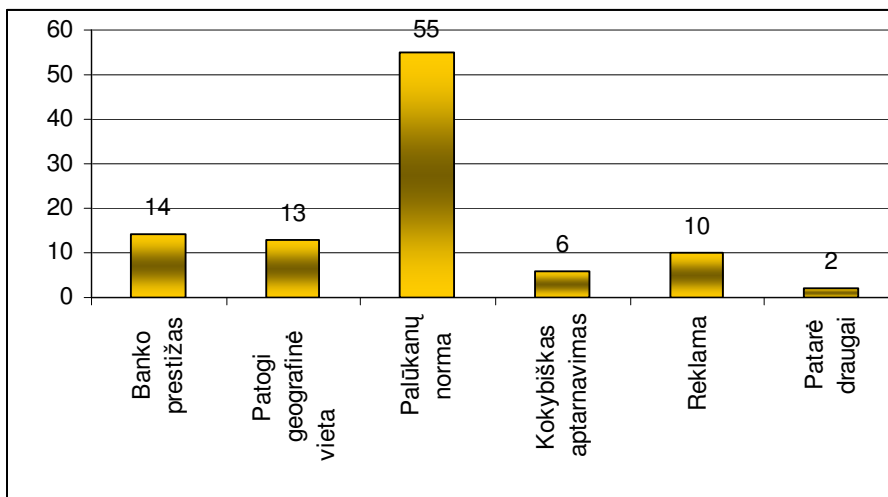
Viena pagrindinių mažmeninės bankininkystės paslaugų yra indėliai, 49% apklaustųjų respondentų turi indėlį banke - terminuotą, neterminuotą ar kaupiamąjį, ir 51% indėlio neturi.

Nagrinėjant respondentes pagal indėlio rūšį, matyti, kad 49% turi terminuotą indėlį, 40% - neterminuotą, 11% - kaupiamąjį indėlį. Taigi galima teigti, kad populiariausi yra terminuoti indėliai, taip yra dėl to, kad už terminuotus indėlius mokamos palūkanos. Neterminuoti indėliai respondentams taip pat yra patrauklūs, nes prireikus galima laisvai disponuoti savo lėšomis, o turint terminuotą indėlį, lėšų naudojimas yra varžomas dėl to, kad indėlis padėtas tam tikram laikui, anksčiau laiko paėmus indėlį prarandamos palūkanos.



18 paveikslas. Respondentų struktūra pagal tai, kokį turi indėlį (%)

Pagrindinis veiksnys lemiantis banko pasirinkimą, yra palūkanų norma, taip atsakė net 55% respondentų. Pagal tai renkamas, kuriame banke turėti indėlį, mat nuo palūkanų dydžio priklauso gaunamų pajamų dydis. Taigi bankai, kurie siūlo didesnes palūkanas už indėlius, gali tikėtis didesnių klientų srautų. Kiti respondentams svarbūs veiksniai yra banko prestižas (14%), patogi geografinė padėtis (13%), reklama (10%), kokybiškas aptarnavimas (6%), patarė draugai (2%).

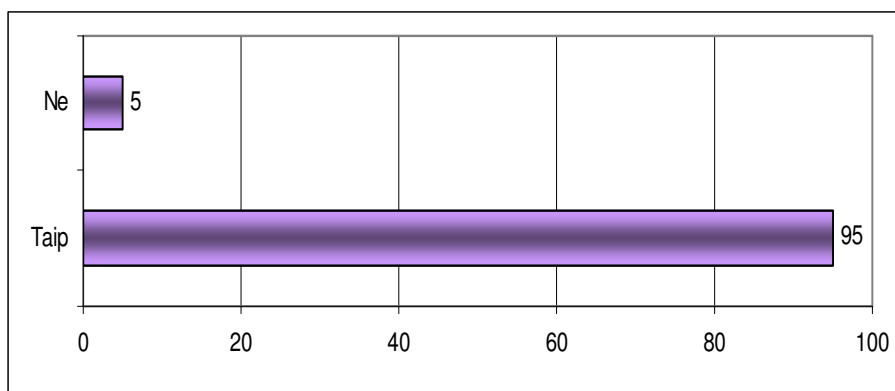


19 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal veiksnius, nulėmusius banko pasirinkimą(%)

Apibendrinant galima teigti, kad apie pusė (49%) apklaustųjų turi indėlį banke. Daugiausia yra pasirenkamas terminuotas indėlis (jį turi 49% indėlių turinčių respondentų), kadangi už terminuotus indėlius yra mokamos palūkanos. Tačiau net 40% respondentų turi neterminuotą indėlį. Už šį indėlį palūkanos nemokamos, tačiau juo galima pasinaudoti bet kada prireikus lėšų, tai - pagrindinė neterminuotų indėlių paplitimo priežastis. Kadangi didžioji dalis respondentų turi terminuotą indėlį, pagrindinis veiksnys pasirenkant banką, kuriame turėti indėlį, yra palūkanų norma, nes nuo jos priklauso gaunamų pajamų dydis.

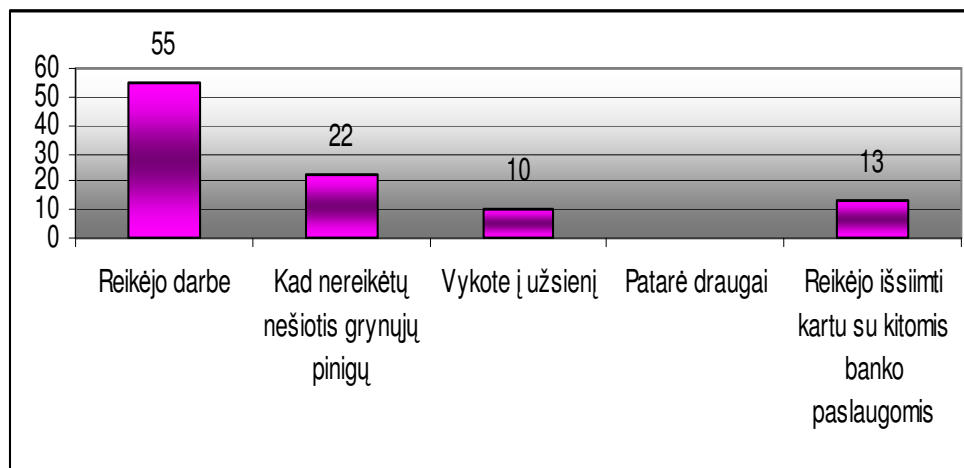
Mokėjimo kortelės

Dažniausiai iš mažmeninių produktų yra naudojamos mokėjimo kortelės - taip atsakė didžiausia dalis apklaustųjų - 24%. Taip yra todėl, kad net 95% respondentų turi mokėjimo kortelę ir tik 5% neturi.



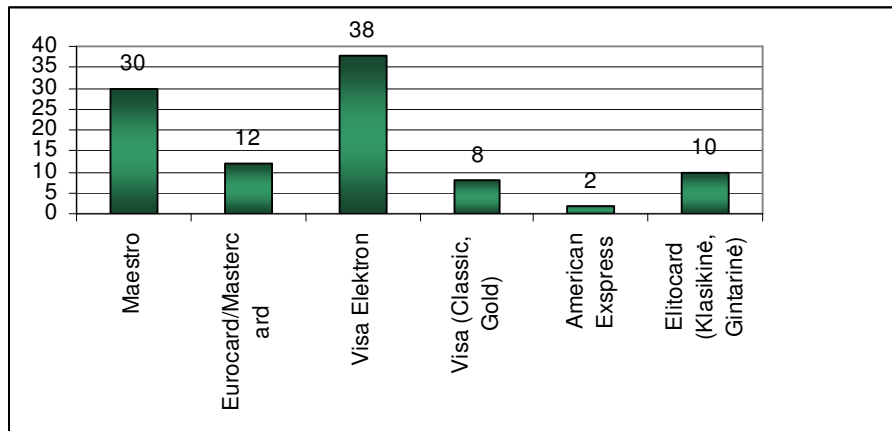
20 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal tai, ar jie turi mokėjimo kortelę (%)

Dauguma įmonių atlyginimus moka į mokėjimo korteles, todėl net 55% respondentų mokėjimo korteles išsiėmė darbovietėje. Mokėjimo kortelės yra patogios tuo, kad nereikia nešiotis grynųjų pinigų, dėl šios priežasties korteles išsiėmė 22% respondentų. 13% respondentų gavo korteles kartu su kitomis banko paslaugomis. Ateityje bankuose turėtų paplisti paslaugų paketai, taip įmanoma išplatinti daugiau bankinių produktų. 10% respondentų išsiėmė mokėjimo kortelę dėl to, kad vyko į užsienį - taip yra patogiau vežtis pinigus.



21 paveikslas. Veiksniai, nulėmę mokėjimo kortelės įsigijimą (%)

Apklausa parodė, kad populiariausios yra Visa Elektron mokėjimo kortelės - jas turi 38% respondentų, ir Maestro kortelės - jas turi 30%. Taigi dažniausiai naudojamos debetinės kortelės, jų išdavimo sąlygos yra paprastos, šios mokėjimo kortelės yra išduodamos įmonės darbuotojams ir į jas yra vedamas atlyginimas. Kreditinių kortelių turi dar nedidelė dalis respondentų, Eurocard/Mastercard kortelių - 12%, Visa (Classic, Gold) - 8%.

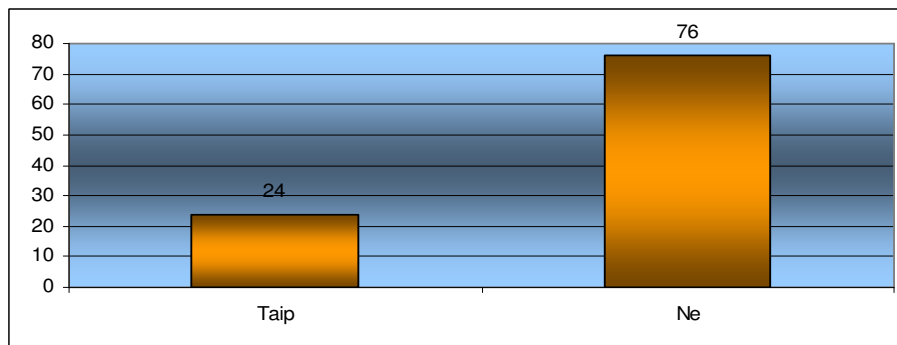


22 paveikslas. Kokiomis mokėjimo kortelėmis naudojasi respondentai (%)

Mokėjimo kortelės tarp respondentų yra labai paplitusios, net 95% apklaustųjų ją turi. Net 55% respondentų mokėjimo kortelės išsiėmė darbovietėje, kadangi atlyginimus imta mokėti į mokėjimo kortelės. Labiausiai paplitusios debetinės mokėjimo kortelės, Visa ir Maestro, atitinkamai 38% ir 30% respondentų turi šias kortelės. Kreditinės kortelės dar nėra populiarios, bet ateityje turėtų išpopuliarėti.

Paskolos

Tyrimas patvirtino, kad tarp privačių klientų paplitę vartojimo kreditai, 24% respondentų turi vartojimo kreditą, 76% - neturi.

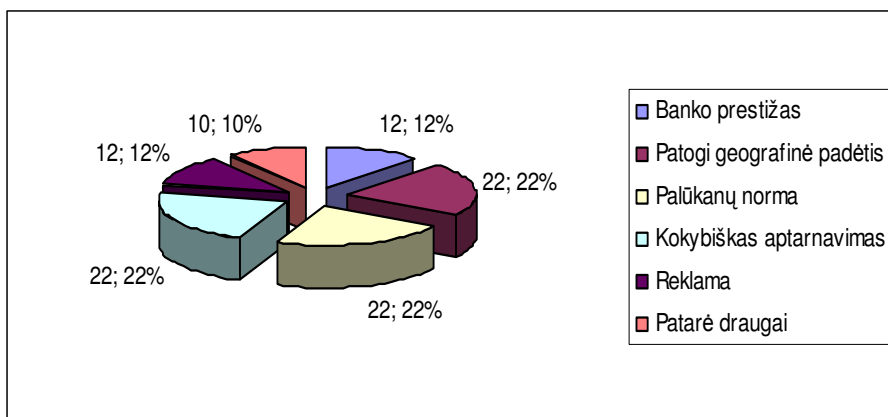


23 paveikslas. Respondentų struktūra pagal tai, ar jie turi vartojimo paskolą (%)

2005 metų kovo mėnesį internete buvo paskelbta apklausa: „Ar turite pasiėmę paskolą?“. Turinčių paskolą buvo nustatyta 36%, neturinčių - 64% iš viso buvo apklausta 4550 interneto naudotojų. Gauti tyrimo rezultatai yra labai panašūs į atliktus tyrimo rezultatus internete.

Imdami vartojimo paskolą, daugiausia dėmesio respondentai skiria palūkanų normai (22,22%), kokybiškam aptarnavimui (22,22%) ir patogiai geografinei padėčiai (22,22%). Kadangi

vartojimo kreditų išdavimo sąlygos vienodėja, tai bankai konkuruoti gali kokybiškai aptarnaudami klientus bei vykdydami aktyvią marketingo politiką.

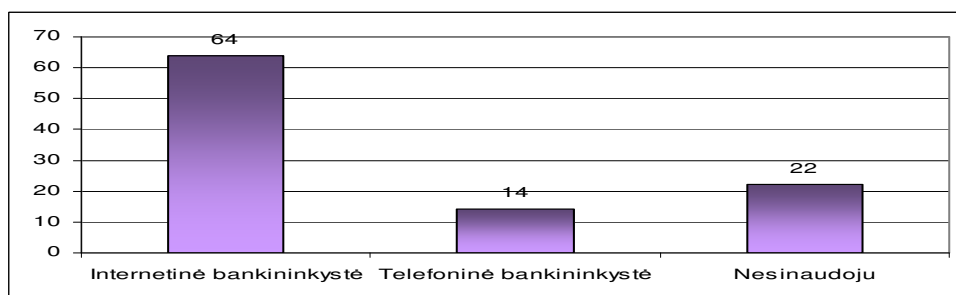


24 paveikslas. Veiksniai, nulėmę banko pasirinkimą (%)

Tarp privačių klientų tarpe labai populiarėja vartojimo kreditai, iš tyrime dalyvavusių respondentų 24% turi vartojimo paskolas. Kadangi šių paskolų išdavimo sąlygos vienodėja, respondentams svarbi ne tik palūkanų norma, bet ir aptarnavimo kokybė ir patogi geografinė padėtis.

Elektroninės bankininkystės paslaugų naudojimas

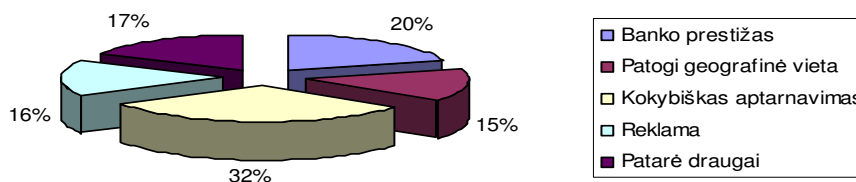
Buvo tiriamas elektroninės bankininkystės (telefoninė ir internetinė bankininkystė) paslaugų paplitimas. Atsakymų į pateiktą klausimą „Kuriais iš išvardintų paslaugų naudojate?“ pasiskirstymą matome žemiau pavaizduotame paveiksle.



25 paveikslas. Respondentų struktūra pagal naudojamą paslaugą (%)

64% tyrime dalyvavusių respondentų naudojami internetinės bankininkystės paslaugomis, 14% telefonine bankininkyste ir 22% nesinaudoja nei viena iš išvardytų paslaugų.

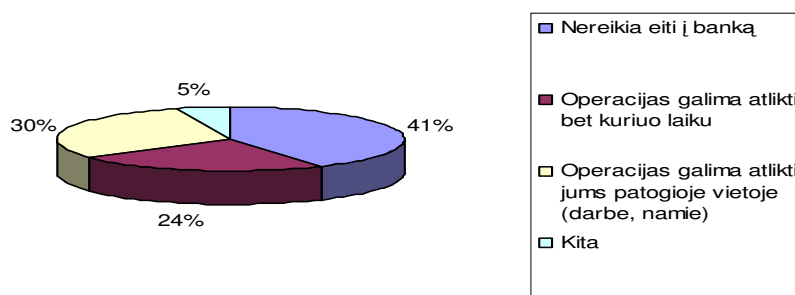
Veiksniai, nulėmę banko pasirinkimą siekiant pasinaudoti elektroninės bankininkystės paslaugomis, buvo kokybiškas aptarnavimas (32%), banko prestižas (30%), reklama (16%), o 15% respondentų - patarė draugai.



26 paveikslas. Banko pasirinkimą lemiantys veiksniai (%)

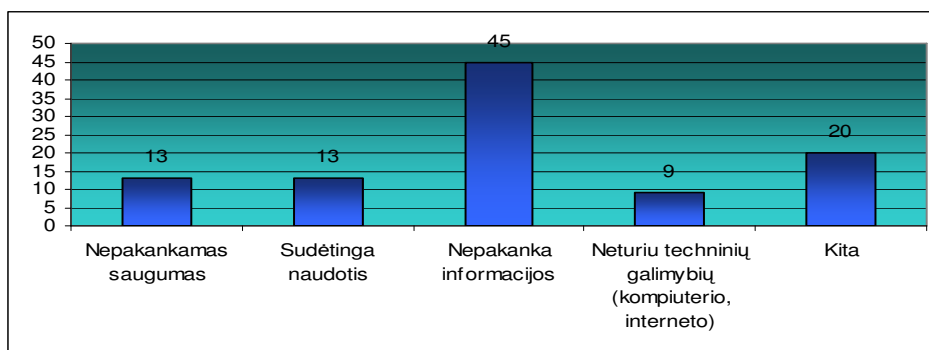
Tyrimas parodė, kad esant kokybiškam aptarnavimui, tai yra kai banko specialistai pataria ir paaiškina, klientai yra įtikinami naudotis naujomis paslaugomis. Taip pat svarbu yra banko prestižas, klientai turi pasitikėti banku atlikdami operacijas be specialistų pagalbos.

Pagrindinės priežastys, lemiančios šių paslaugų pasirinkimą, yra tai, kad nereikia eiti į banką - taip atsakė 41% respondentų, 30% buvo svarbu tai, kad operacijas galima atlikti jiems patogioje vietoje, 24% - kad operacijas galima atlikti bet kuriuo laiku. Galima daryti išvadą, kad klientams labai svarbus yra laiko klausimas. Kadangi respondentai yra dirbantys, jiems labai patogu, kad pasinaudojant telefoninės ir internetinės bankininkystės paslaugomis nereikia eiti į banką, bankines operacijas galima atlikti bet kuriuo laiku ir vietoje, darbe ar namie.



27 paveikslas. Priežastys, nulėmusios naudojimąsi internetinės ir telefoninės bankininkystės paslaugomis (%)

Respondentai turi galimybes naudotis elektroninės bankininkystės paslaugomis, kadangi tik 2% apklaustųjų nesinaudoja kompiuteriais, o visi kiti naudojami. Kaip pagrindinę priežastį, kodėl nesinaudoja internetinės ir telefoninės bankininkystės paslaugomis, respondentai nurodė informacijos trūkumą (45%), kitos nurodytos priežastys - nepakankamas saugumas (13%) ir sudėtingumas (13%). Tyrimas patvirtina hipotezę, kad klientai nesinaudoja paslaugomis dėl informacijos trūkumo.



28 paveikslas. Priežastys, nulėmusios nesinaudojimą internetinės ir telefoninės bankininkystės paslaugomis (%)

Galima daryti išvadą, kad respondentai žino apie internetinės ir telefoninės bankininkystės paslaugas, tačiau jomis naudojasi vangiai dėl informacijos trūkumo. Bankų specialistai turėtų suteikti išsamią informaciją apie operacijas, kurias galima atlikti elektroninėmis bankininkystės priemonėmis. Kol kas klientai dažniausiai bankines operacijas atlieka atėję į banką.

Dažniausiai respondentai naudojasi internetinės bankininkystės paslaugomis, jomis naudojasi 56% respondentų. Pagrindinis motyvas pasirenkant banką siekiant pasinaudoti elektroninės bankininkystės paslaugomis yra kokybiškas aptarnavimas: banko specialistai paaiškina ir pasiūlo paslaugas, kurios palengvina bankinių operacijų atlikimą ir taupo klientų laiką. Pagrindinė priežastis lemianti naudojimąsi elektroninės bankininkystės paslaugomis yra laiko taupymas (nereikia eiti į banką) operacijas galima atlikti patogiu laiku ir vietoje. Elektroninė bankininkystė plinta, tačiau kaip jos paslaugomis naudotis informacijos nepakankama (taip mano 45% respondentų), todėl, kaip tyrimas parodė, bankuose respondentai lankosi dažnai - keletą kartų per mėnesį.

Pagrindinės problemos, su kuriomis susiduria privatūs klientai, yra šios:

- ✓ ilgos žmonių eilės, todėl banke reikia sugaišti daug laiko;
- ✓ nepakanka informacijos apie paslaugas;
- ✓ klientai negali būti aptarnaujami jiems patogiu metu po darbo valandų;
- ✓ bankai yra jiems nepatogioje geografinėje vietoje;
- ✓ prasta aptarnavimo kokybė, nepakanka specialistų konsultacijų.

Klientų aptarnavimo gerinimo būdai:

- ✓ prailginti klientų aptarnavimo skyrių darbo laiką;
- ✓ informuoti ir konsultuoti dėl naujų bei senų paslaugų;
- ✓ mažinti eiles bankuose, gausinant elektroninės bankininkystės vartotojų būrį;
- ✓ klientų aptarnavimo skyrius ir bankomatus išdėstyti geografiškai klientams patogiose vietose.

3.2. Mažmeninės bankininkystės rinkos plėtotės kryptys AB Šiaulių banke

AB Šiaulių bankas yra akcinė bendrovė, įregistruota 1992 metų vasario 4 dieną. Bankas turi Lietuvos banko išduotą licenciją, suteikiančią teisę atlikti visas Lietuvos Respublikos komercinių bankų įstatymo ir Banko statuto numatytas banko operacijas.

Klientų požiūriu banko specializacijos kryptys yra smulkus bei vidutinis verslas ir mažmeninė bankininkystė. Nuo pat įsikūrimo bankas nuosekliai dirba pasirinkta veiklos kryptimi, siekdamas visapusiškai tenkinti gyventojų poreikius, skatinti smulkaus ir vidutinio verslo plėtrą.

Banko **misija** – skatinti smulkaus ir vidutinio verslo plėtrą šalyje, finansuoti savivaldybių ir regioninius projektus, teikti kvalifikuotas ir kompleksiškas paslaugas privatiems klientams.

Pagrindiniai ilgalaikiai banko veiklos **tiksiai**:

- efektyviai ir visapusiškai aptarnauti banko klientus;
- būti universaliu banku, orientuotu į kompleksinę paslaugų teikimą smulkiam ir vidutiniam verslui bei privatiems klientams;
- plėsti banko tinklą ir didinti banko užimamą rinkos dalį.

AB Šiaulių bankas veiklos **principai**:

- atidumas klientui;
- sprendimų operatyvumas;
- paslaugų lankstumas, pritaikant jas konkrečioms kliento poreikiams;
- visų lygių darbuotojų prieinamumas klientams, betarpiškas bendravimas;
- dėmesys rinkos pokyčiams ir orientacija į naujoves.

Per paskutinius metus, keičiantis Lietuvos ekonominėms sąlygoms, stiprėjant konkurencijai bankinėje rinkoje, AB Šiaulių bankas plėtė savo veiklos sritis ir iš regioninio tapo nacionaliniu, orientuotu į įvairiapusių paslaugų teikimą privatiems klientams ir smulkiam bei vidutiniam verslui. Teikiamų bankinių paslaugų sferą bankas plečia ne tik pats, bet ir per savo dukterines įmones. Įgyvendindamas savo veiklą, *bankas stengiasi išnaudoti nedidelio banko teikiamus pranašumus*:

- galimybę operatyviai priimti sprendimus;
- galimybę taikyti personalines paslaugas, tai yra pritaikytas konkretaus kliento poreikiams;
- galimybę banko vadovams betarpiškai bendrauti su klientais.

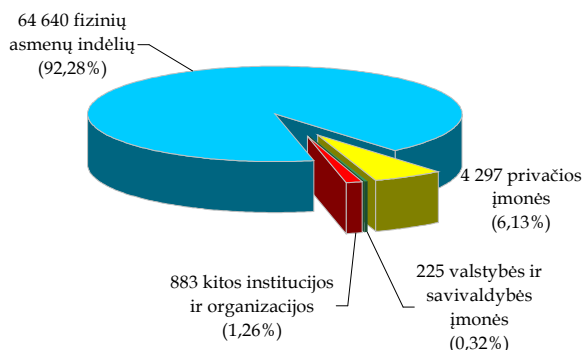
Bankas savo paslaugas klientams teikia per filialus ir klientų aptarnavimo skyrius. AB Šiaulių bankas stengiasi kuo plačiau paskirstyti paslaugas, steigdamas filialus ir klientų aptarnavimo skyrius įvairiose Lietuvos vietose. Pagrindinė banko būstinė yra Šiauliuose. AB Šiaulių bankas rūpinasi banko tinklo plėtra. Kasmet atidaroma po 7-10 naujų klientų aptarnavimo skyrių, dalis skyrių pamažu įgyja daugiau savarankiškumo, platesnius įgaliojimus ir tampa filialais. Šiuo metu bankas turi 43 teritorinius padalinius, veikiančius 25 šalies miestuose - Alytuje, Kaune, Tauragėje, Vilniuje, Baisogaloje, Panevėžyje, Radviliškyje, Šiauliuose, Klaipėdoje, Birštone, Druskininkuose ir kitur. Per 2004 m. atidaryti 6 nauji klientų aptarnavimo skyriai.

AB Šiaulių bankas yra įsteigęs 5 sėkmingai dirbančias antrines įmones. 1999 m. rugpjūčio mėnesį buvo įkurta dukterinė bendrovė **UAB „Šiaulių banko lizingas“**. Pagrindinė bendrovės veikla yra išperkamoji nuoma (lizingas). Bendrovės įstatinis kapitalas yra 1 mln. Lt, jis 100% priklauso bankui. Bendrovė plečia savo veiklą, kurios pagrindinė kryptis yra smulkus vartotojiškas finansavimas. 2000 m. rugpjūčio mėnesį buvo įsteigta dar viena AB Šiaulių bankas dukterinė įmonė – **UAB „Šiaulių banko investicijų valdymas“**, ji yra rizikos kapitalo įmonė, kurios tikslas – suteikti smulkioms ir vidutinėms įmonėms netradicines finansavimo paslaugas, finansuoti pertvarkant įmonės akcininkų sudėtį bei tekti konsultacijas finansų valdymo klausimais. 2002 m. buvo įkurtos dvi dukterinės įmonės, liepos mėnesį įsteigta įmonė - **UAB „Šiaulių banko Faktoringas“**, teikianti faktoringo paslaugas. Faktoringas - vienas iš geriausių finansinių instrumentų, padedančių sureguliuoti piniginius įmonės srautus bei padidinti apyvartines jos lėšas. Tai prekybos finansavimas, paremtas debitorinių įsiskolinimų perdavimu faktoringo kompanijai. Rugpjūčio 13 dieną įsteigta dar viena dukterinė įmonė - **UAB „Šiaulių banko turto fondas“**, ši bendrovė užsiima ilgalaikėmis investicijomis į žemę ir nekilnojamąjį turtą. Penktoji AB Šiaulių bankas dukterinė įmonė - **UAB „Pajūrio alka“**, įregistruota 1991 metų balandžio 11 dieną. Pagrindinės veiklos kryptys - apgyvendinimo paslaugos, nekilnojamojo turto nuoma.

Tiek AB Šiaulių bankas, tiek jo dukterinės įmonės dirba pelningai, vieningai veikdamos viena kryptimi – patenkindamas smulkaus ir vidutinio verslo bankinių paslaugų poreikį bei plėtodamas mažmeninę bankininkystę.

Klientai - tai ašis, apie kurią sukasi bet kurio banko veikla. Visos banko darbuotojų grandys turi stengtis, kad klientai būtų patenkinti teikiamomis paslaugomis. Siekiant geriau išsiaiškinti klientų poreikius, banke buvo įkurtas marketingo skyrius. Nauji etatai buvo įkurti stengiantis palaikyti glaudžius ryšius su klientais, operatyviau reaguoti į rinkos pokyčius, atskleisti AB Šiaulių bankas pranašumus: lankstumą ir operatyvumą priimant sprendimus, betarpišką asmeninį bendravimą su klientais.

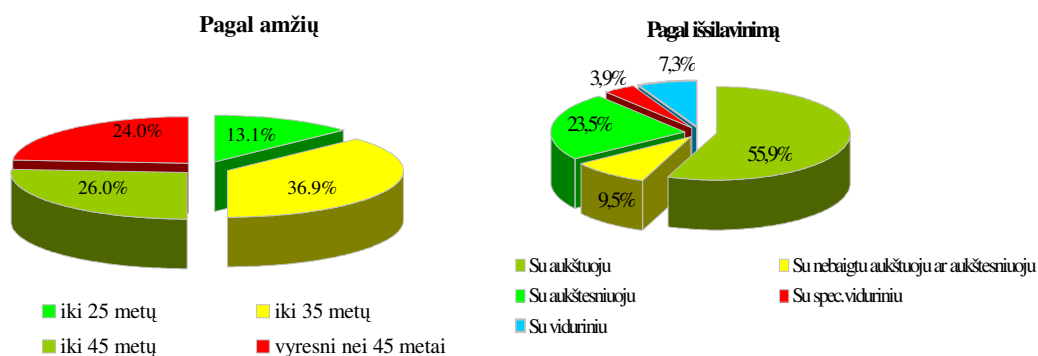
2004 m. banko klientų padaugėjo 25 procentiniais punktais, ir metų gale bankas turėjo 5,41 tūkst. verslo klientų ir 64,64 tūkst. privačių asmenų. Fizinį asmenų dalis tarp banko klientų per metus padidėjo nuo 91,33% iki 92,28%, tai yra 13,6 tūkstančio Banko klientų struktūra 2004 metais pavaizduotas 29 paveiksle.



29 paveikslas. AB Šiaulių bankas klientų struktūra (%)

Didžiausią dalį klientų sudaro fiziniai asmenys. Taigi bankas sėkmingai vykdo savo misiją ir užsibrėžtus tikslus – teikia kvalifikuotas ir kompleksiškas paslaugas privatiems klientams.

Personalo kvalifikacija – vienas svarbiausių veiksnių, lemiančių įmonės sėkmę. Bankas stengiasi priimti dirbti tinkamos kvalifikacijos tarnautojus, vykdyti apmokymus tiek pačiame banke, tiek ir už jo ribų. 2005 metų sausio mėn. 1 dieną AB Šiaulių banke ir filialuose dirbo 384 darbuotojai. Darbuotojų pasiskirstymas pagal amžių bei išsilavinimą pavaizduotas 30 paveiksle.



30 paveikslas. Banko darbuotojų pasiskirstymas pagal amžių ir išsilavinimą (%)

Marketingas. AB Šiaulių bankas pastaraisiais metais užsitarnavo banko, kuris gerai supranta savo klientų problemas ir siūlo priimtinausius būdus joms pašalinti, vardą. Tai sustiprino gerą banko įvaizdį tiek priežiūros institucijoje, tiek ir visuomenėje. AB Šiaulių bankas įgijo naują išskirtinį bruožą – tapo vieninteliu Lietuvoje daugiausiai lietuviško kapitalo turinčiu banku. Bankas 2003, 2004 ir 2005 m. didino kapitalą. 2003 m. banko akcinis kapitalas buvo padidintas nuo 34'021

mln. Lt. iki 38'021 mln. Lt., 2004 m. - iki 52'750 mln. Lt. Šias akcijų emisijas išpirko banko akcininkai. 2005 m. kovo mėnesį banko akcinis kapitalas vėl buvo padidintas 12 mln. Lt iš banko lėšų, o akcijos nemokamai išdalytos akcininkams.

Pirmaisiais banko veiklos metais buvo mažai dėmesio skiriama AB Šiaulių bankas vardo populiarinimui, įvaizdžio formavimui ir marketingo veiklai. Per paskutinius 5 metus marketingo veikla labai suaktyvinta. Deja, reikia konstatuoti, kad banko marketingo veiklos kryptys šiuo metu dar tik formuojamas ir vis dar nėra patvirtinta detalaus AB Šiaulių bankas marketingo plano. AB Šiaulių bankas naujai diegiamoms paslaugoms taiko lėto įsiskverbimo į rinką strategiją, tai yra taikomos nedidelės kainos ir mažos rėmimo išlaidos. Bankas pasirinko šią strategiją todėl, kad jis vėliau nei kiti bankai ėmė diegti naujas paslaugas (pvz., lizingą, faktoringą), tad vartotojai jau būna informuoti apie naujas paslaugas, jų savybes bei teikiamą naudą.

Technologija. 2001 m. banke baigta diegti nauja informacinė sistema „Forpost“, kuri sujungė visus banko filialus ir skyrius į vieną bendrą tinklą, pagreitino duomenų apsikeitimą banko viduje ir atvėrė plačias galimybes paslaugų tobulinimui. Šios programos įdiegimas suteikė klientams galimybę tvarkyti savo sąskaitose turimas lėšas patogiu laiku ir bet kuriame banko filiale ar klientų aptarnavimo skyriuje. Įdiegus naujas bankines paslaugas, reikalinga nuolatinė banko padalinių kompiuterizacija, kompiuterių ir spausdinimo sistemų atnaujinimas. Taip pat yra įdiegta antivirusinė sistema, kuri tikrins visą įeinančią informaciją per pašto serverį, o tai užtikrins banko informacinės sistemos veiklos stabilumą ir padės sustiprinti klientų pasitikėjimą banku.

AB Šiaulių bankas yra universalus bankas, teikiantis visas pagrindines bankines paslaugas. Jų spektras ir kokybė yra nuolatinis banko rūpestis, orientuodamasis į rinką jis stengiasi maksimaliai patenkinti įvairiapusių klientų poreikius. Pagrindinės banko paslaugų grupės privatiems asmenims yra šios:

- tvarko banko sąskaitas,
- atlieka mokėjimo pavedimus litais ir užsienio valiuta,
- vykdo kasos operacijas ir prekybą valiutomis,
- teikia internetinės bankininkystės paslaugas,
- teikia kreditus,
- teikia finansų maklerio skyriaus paslaugas,
- platina mokėjimo korteles,
- tiesioginis debetas,
- nuomoja seifus ir kt.

AB Šiaulių bankas vieta Lietuvos bankų sistemoje

2005 m. pradžioje Lietuvoje veikė 10 Lietuvos banko licenciją turinčių komercinių bankų, 2 užsienio bankų skyriai bei 3 užsienio bankų atstovybės.

Neaudituočių ataskaitų duomenimis, 2004 metais komercinių bankų:

- ✓ turtą sudarė 29'148,1 mln. Lt., jis per metus išaugo 32,3%;
- ✓ klientams suteiktų paskolų sumą sudarė 16'897,7 mln. Lt., palyginus su praėjusiais metais ji išaugo 39,7%, specialiųjų atidėjimų suteiktoms paskoloms sumą sudarė 120,4 mln. Lt., per metus ji padidėjo 77,6%;
- ✓ bankuose laikomų indėlių ir akredityvų suma sudarė 17'859,5 mln. Lt, per metus padidėjo 31,6 %, iš jų fizinių asmenų suma sudarė 9'811,9 mln. Lt., per metus padidėjo 24,4 %.

Per 2004 m. trijų didžiausių bankų (AB Vilniaus bankas, AB „Hansabankas“ ir AB bankas „NORD/LB Lietuva“) valdoma rinkos dalis sumažėjo nuo 69,9% iki 67,6%. Sumažėjusią didžiųjų bankų rinkos dalį užėmė mažesnieji bankai ir užsienio bankų skyriai. Tarp rinkos dalį padidinusiu bankų labiausiai išsiskyrė Nordea Bank Finland Plc Lietuvos skyrius, AB Sampo bankas ir Vokietijos banko Vereins-und Westbank AG Vilniaus skyrius.

AB Šiaulių bankas 2004 m. pagal turto dydį buvo septintas bankas Lietuvoje, jo turto dalis sudarė 704,4 mln. Lt., per metus padidėjo 132,4 mln. Lt. 2003–2004 m. bankų turto pokytis pavaizduotas 3 lentelėje.

3 lentelė

Turtas	2003 m., mln. Lt	2004 m., mln. Lt	Pokytis, mln. Lt
AB Vilniaus bankas	8003	10300	2297
AB "Hansabankas"	5118	6500	1382
AB bankas "NORD/LB Lietuva"	2542	3616	1074
AB bankas "Snoras"	1338	1931,3	593,3
AB Ūkio bankas	955	1509	554
UAB Sampo bankas	790	908,5	118,5
AB Šiaulių bankas	572	704,4	132,4
AB Parex bankas	384	444,2	60,2
UAB Medicinos bankas	163	175,11	12,11
Iš viso	19865	26088,51	6223,51

2004 metų neaudituočių finansinių ataskaitų duomenimis, vienuolika bankų ir vienas užsienio banko skyrius dirbo pelningai ir gavo 296,9 mln. Lt pelno. Nuostolio nepatyrė nė vienas bankas, tik AB Kredyt Bank S.A. Vilniaus skyrius negavo pelno, bet ir nepatyrė nuostolio (4 lentelė). Bendras 2004 metų Lietuvos bankų veiklos rezultatas – 296,6 mln. Lt. pelno. AB Šiaulių

bankas buvo penktas bankas Lietuvoje pagal pelningumą, jis 2004 m. uždirbo 6,5 mln. Lt. pelno, tai yra 2,3 mln. Lt. daugiau nei 2003 metais.

4 lentelė

Pelnas	2003 m., mln.	2004 m., mln.	Pokytis, mln. Lt.
AB Vilniaus bankas	132,3	120,5	-11,8
AB "Hansabankas"	60,9	111,1	50,2
AB bankas "NORD/LB Lietuva"	15,5	19,6	4,1
AB bankas "Snoras"	7,2	17,5	10,3
AB Parex bankas	6,1	5,5	-0,6
AB Ūkio bankas	4,9	5,7	0,8
AB Šiaulių bankas	4,2	6,5	2,3
UAB Medicinos bankas	1,4	1,6	0,2
Vereins-und Westbank AG Vilniaus sk.	1,2	3,6	2,4
VB būsto kreditų ir obligacijų bankas	0,9	0,9	0
UAB Sampo bankas	0,8	1,1	0,3
AB Kredyt Bank S.A. Vilniaus sk.	-0,8	-	0,8
Nordea Bank Finland Plc Lietuvos sk.	-0,9	3,1	4
Iš viso	233,7	296,9	63,2

Šaltinis: www.lb.lt/kredito_istaigos

Šiaulių regione galime išskirti tris pagrindinius AB Šiaulių bankas konkurentus – AB Vilniaus bankas, AB „Hansabankas“ ir AB „Snoro“ bankas. AB Šiaulių bankas pranašumai ir trūkumai, lyginant jį su bankais konkurentais, pateikti 5 lentelėje.

5 lentelė

Pagrindiniai konkurentai	Pranašumai lyginant su AB Šiaulių bankas	Trūkumai lyginant su AB Šiaulių bankas
1. AB Vilniaus bankas	<ul style="list-style-type: none"> - platus tinklas - pigūs ir dideli finansiniai ištekliai - platūs tarptautiniai ryšiai - aktyvi reklaminė veikla - lyderis pagal užimamą rinkos dalį - geras banko įvaizdis 	<ul style="list-style-type: none"> - menkas klientų pažinimas, nėra artimo bendravimo - orientacija į stambius klientus - sudėtinga organizacinė struktūra
2. AB „Hansabankas“	<ul style="list-style-type: none"> - platus tinklas - pigūs ir dideli finansiniai ištekliai - naujausios bankinės technologijos - platūs tarptautiniai ryšiai 	<ul style="list-style-type: none"> - reorganizacijos banko organizacinėje sistemoje - nėra galimybės betarpiškai bendrauti su klientais
3. AB bankas „Snoras“	<ul style="list-style-type: none"> - platus tinklas - nauja informacinė sistema - aktyvi reklaminė veikla 	<ul style="list-style-type: none"> - blogas banko įvaizdis - neaiškios banko veiklos kryptys

AB Šiaulių bankas pranašumai ir trūkumai:

Pranašumai:

- dėl savo dydžio ir organizacinės struktūros ypatumų (teisių suteikimas filialams) bankas gali greitai prisitaikyti ir operatyviai priimti sprendimus;
- bankas turi gerą vardą, jis žinomas kaip bankas, finansuojantis smulkų bei vidutinį verslą ir orientuotas į privačius klientus;
- bankas savo klientams siūlo platų spektrą paslaugų, kurios savo kokybę nenusileidžia kitiems didiesiems Lietuvos bankams.

Trūkumai:

- banko užimama rinkos dalis Lietuvos finansų rinkoje yra nedidelė;
- akcininkai nėra pajėgūs atsiradus poreikiui greitai surinkti papildomų lėšų bankui;
- kapitalas netenkina banko augimo poreikių ir neleidžia prisiimti papildomos aktyvų rizikos.

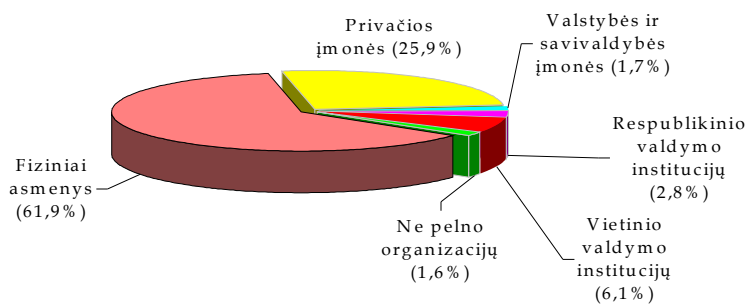
3.2.1. Mažmeninių produktų analizė ir plėtros perspektyvos AB Šiaulių banke

Indėlių struktūra ir augimo tendencijos

AB Šiaulių bankas vienas pagrindinių finansinių išteklių pritraukimo šaltinių yra indėliai. Bankas siūlo terminuotus, kaupiamuosius ir einamuosius, arba - neterminuotus, indėlius.

Sudarant *terminuoto indėlio* sutartį, bankas įsipareigoja klientui grąžinti indėlį ir sumokėti palūkanas pagal sutartyje numatytas sąlygas bei terminus. Palūkanos gali būti sumokamos pasibaigus terminui, kiekvieną mėnesį, arba akcijų metu siūloma palūkanas sumokėti iš anksto. Nutraukus terminuoto indėlio sutartį, palūkanos nesumokamos. Sudarant terminuoto indėlio sutartį, galima nustatyti palūkanų mokėjimo terminus, indėlio trukmę bei sutarties pratęsimo sąlygas. *Kaupiamieji indėliai* panašūs į terminuotus, tik juos galima papildyti įnašais. Yra nustatyta minimali indėlio suma – 200 litų arba analogiška suma kita valiuta. Palūkanos yra skaičiuojamos nuo kintamos sumos ir įskaitomos į indėlio sumą. *Neterminuoti indėliai* – tai yra einamosios banko sąskaitos, jas bet kokia metu ir bet kuria suma galima papildyti, atsiimti lėšas, vykdyti įvairius mokėjimus, pavedimus.

AB Šiaulių bankas 2004 m. 61,91% visų indėlių sudarė gyventojų indėliai. Gyventojų banke laikomų lėšų suma metų gale sudarė 320,2 mln. Lt., iš kurių 86,87% buvo terminuotos lėšos. Indėlių struktūra pagal klientų grupes (%) pavaizduota 31 paveiksle.



31 paveikslas. Indėlių struktūra pagal klientų grupes (%)

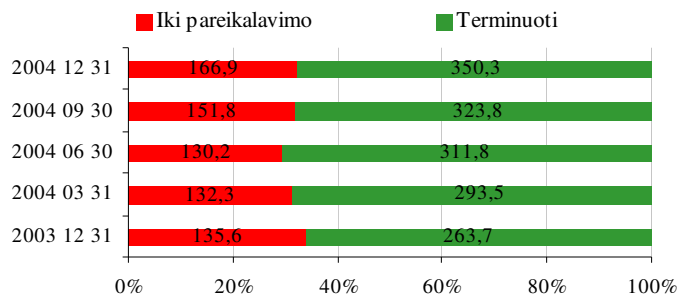
Remiantis tyrimu, daugiau nei pusė apklaustųjų turi indėlį banke, daugiausia jų turi terminuotą indėlį, todėl pagrindinė priežastis, pasirenkant banką, kuriame laikyti indėlį, yra palūkanų norma. Kadangi AB Šiaulių bankas finansinius išteklius daugiausia sudaro indėlininkų lėšomis, tai šis bankas, kad pritrauktų kuo daugiau indėlininkų, moka didesnes palūkanas nei daugelis kitų Lietuvos bankų. Palūkanų norma yra požymis, leidžiantis nustatyti banko pinigų poreikį. 2005 m. kovo mėn. Lietuvos bankų mokėtos palūkanos (%) už terminuotus indėlius litais pavaizduotos 6 lentelėje.

6 lentelė

	3 mėn.	6 mėn.	1 m.	2 m.
AB Vilniaus bankas	1,84	2,07	2,56	2,91
AB „Hansabankas“	1,85	2	2,3	2,85
AB „Snoro“ bankas	2,1	2,7	3,4	4
AB Šiaulių bankas	2,8	3,4	3,6	3,8
AB Ūkio bankas	2,7	3,3	3,8	34
AB „Nord/LB Lietuva“ bankas	1,85	2	2,45	2,8
AB „Sampo“ bankas	2,5	2,7	2,8	3,2
Nordea Lietuva bankas	1,85	2,05	2,25	2,25
AB Parex bankas	2,15	2,4	2,8	3,3

Didžiausias palūkanas už terminuotus indėlius moka AB Šiaulių bankas ir AB Ūkio bankas. Rinkos lyderiai didieji bankai moka daug mažesnes palūkanas, jei palygtume AB Šiaulių bankas (3,4%) ir AB „Hansabankas“ (2%) mokamas palūkanas už 6 mėn. indėlius, tai matytume, kad skirtumas yra net 1,4%. Didieji bankai, nors ir moka gerokai mažesnes palūkanas už indėlius, dėl savo prestižo bei didelio klientų skaičiaus, užima didžiąją dalį indėlių rinkos. Mažesni bankai konkuruoti gali tik siūlydami didesnes palūkanas už indėlius.

Per 2004 m. AB Šiaulių bankas indėliai išaugo nuo 399,26 mln. Lt. iki 517,20 mln. Lt., arba 1,3 karto. 2004 m. indėlių augimo tempas nors ir išliko didelis, tačiau palyginti su 2003 m. sulėtėjo nuo 36,9% iki 29,5% (32 paveikslas). Gyventojų indėlių dalis visame indėlių portfelyje per šiuos metus nedaug pasikeitė - nuo 32,5% (240,09 mln. Lt.), iki 33,4% (320,20 mln. Lt.).



32 paveikslas. Indėlių struktūra (mln. Lt.)

Pagrindinės priemonės indėlininkams pritraukti yra akcijos, indėlių įvairovės pasiūla, palūkanos. Kuo siūlomos didesnės palūkanos už indėlius, tuo bankas patrauklesnis klientams. AB Šiaulių bankas vykdo indėlininkų pritraukimo akcijas prieš visas šventės, tai yra prieš Kalėdas, Jonines, Velykas, taip pat buvo siūlomos didesnės palūkanos banko „gimtadienio“ proga. 2005 m. yra vykdoma indėlių akcija pasinaudojant internetine bankininkyste, tai yra padėjus indėlių SB linija, mokamos 0,1% didesnės palūkanos. AB Šiaulių bankas turėtų dauginti indėlininkų pritraukimo akcijų bei kurti įvairias lojalumo programas. Vienkartinių akcijų neužtenka, būtina vykdyti nuolatines programas esamiems ir naujiems klientams, taip pat plėsti siūlomų indėlių įvairovę.

Kaip parodė tyrimas, banko pasirinkimą daugiausia lemia palūkanų norma. Tačiau labai svarbu ir klientų požiūris į banką bei atmosfera jame. Todėl bankas turėtų efektyviau vykdyti savo marketingo programą bei stengtis gerinti savo įvaizdį keldamas paslaugų teikimo kokybę. Maloniai ir kokybiškai aptarnauti klientai noriai grįš į banką pasinaudoti ir kitomis paslaugomis.

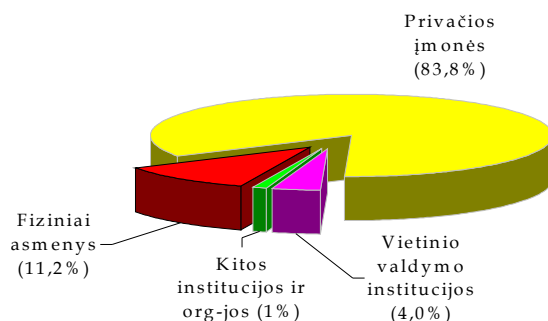
Indėlius pritraukimo galimybės AB Šiaulių banke:

- vykdam įvairias akcijas (suteikiant didesnes palūkanas ne tik švenčių proga);
- sudarant lojalumo ar kitokias programas klientams (lojaliems klientams pasiūlant aukštesnę palūkanų normą; nustatant palūkanų normas ne tik pagal terminus, bet ir pagal sumos dydį, padėjus didesnę sumą - didesnes palūkanas);
- plečiant siūlomų indėlių rūšių įvairovę, taip sudarant galimybę klientams pasirinkti tinkamiausią ir patraukliausią indėlį;
- vykdam efektyvią reklamos politiką per įvairias informavimo priemones.

Paskolų rūšys bei struktūra

Paskutiniu metu ypač populiarėja kreditai privatiems klientams. Išaugusį šių kreditų poreikį įvertinę bankai pradėjo siūlyti visą grupę paskolų rūšių privatiems klientams. Toks padidėjęs dėmesys privatiems klientams sukūrė rinkoje didelę konkurenciją ir tuo pačiu sumažino palūkanų normas bei supaprastino paskolų išdavimo sąlygas. Ypač sutrumpėjo ir supaprastėjo dokumentų tvarkymo procedūra, informaciją apie galimo gauti kredito dydį suteikiama net telefonu. Vis rečiau reikalaujama užstato norint gauti kreditą, netgi imant ilgalaikes paskolas.

Analizuojant suteiktų paskolų struktūrą, AB Šiaulių bankas galima išskirti dvi pagrindines grupes: privačias įmones ir fizinius asmenis (33 paveikslas). Fiziniams asmenims suteikta paskolų už 46,92 mln. Lt. Jų dalis paskolų portfelyje per metus sumažėjo nuo 12,52% iki 11,23%.



33 paveikslas. AB Šiaulių bankas paskolų struktūra pagal klientų grupes (%)

Visoje bankų sistemoje 2004 metais iš klientų grupių didžiausias paskolų prieaugis teko gyventojams - nuo 2406 mln. Lt (2003 m.) iki 4448 mln. Lt.(2004 m.). Fiziniams asmenims suteiktos paskolos, tarp kurių dominuoja būsto kreditavimo paskolos, praėjusiais metais buvo vienas dinamiškiausiai augančių bankų turto straipsnių. Lietuvos banko duomenimis, 2004 m. būsto paskolų gyventojams rinka plėtėsi sparčiausiai, kreditų portfelis sudarė 3,4 mlrd. Lt, tai net 80% daugiau nei 2003 metais. Daugiausia paskolų fiziniams asmenims buvo išdavęs AB Vilniaus bankas - 1015 mln. Lt., tai sudaro 30% visų paskolų, antrą vietą užima AB „Hansabankas“ išdavęs 972 mln. Lt. (28%), ir trečią – AB „Nord/LB Lietuva“ išdavęs 697 mln. Lt. (20%). 2004 m. AB Šiaulių bankas taip pat pradėjo teikti būsto kreditus.

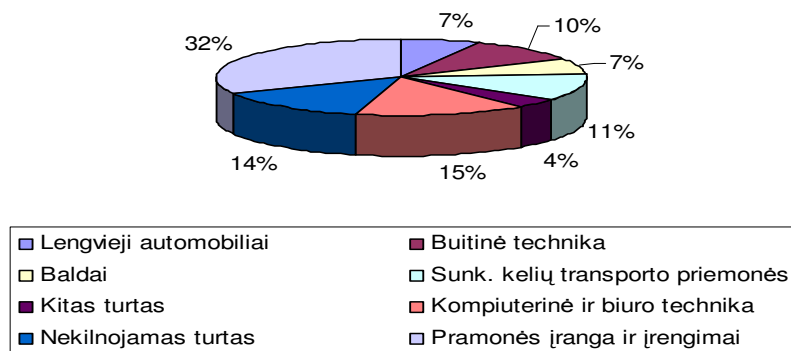
Pastaraisiais metais komerciniai bankai, aktyviai tarp savęs konkuruojantys išduodami paskolas privatiems klientams, pradėjo vilioti klientus nebe tik mažindami palūkanas, bet ir vykdydami įvairias rinkodaros akcijas, tai yra siūlydami laikinas akcijas. Visi didieji ir kai kurie mažesnieji bankai yra paskelbę akcijų, kurių metu būsto ar vartojamosios paskolos gyventojams yra teikiamos ypatingomis sąlygomis. 2005 metų vasario mėn. AB „Nord/LB Lietuva“ bankui pasiūlius

vartojimo paskolas iki 50% sumažintomis palūkanomis, per mėnesį jų išdavė daugiau nei už 100 mln. Lt.

Didžiausia konkurencinė kova vyksta būsto kreditų rinkoje, nes šias paskolas pasiėmę klientai paprastai naudojami ir kitomis banko paslaugomis. Būsto kreditams yra taikomos lojalumo programos, suteikiamos palūkanų nuolaidos klientams, kurie naudojami kitomis banko paslaugomis. 2005 m. kovo mėn. AB Vilniaus bankas klientams, besinaudojantiems kitomis banko paslaugomis, taikė nuo 0,3% iki 0,8% nuolaidą būsto paskolų palūkanoms ir atleido nuo administravimo mokesčio. Bankas „Nord/LB Lietuva“ būsto kreditus imantiems gyventojams, besinaudojantiems kitomis banko paslaugomis, taikė iki 0,75% mažesnes palūkanas. AB „Hansabankas“ pasiėmusiems vartojimo kreditą dovanojo pirmo mėnesio palūkanas.

AB Šiaulių bankas gyventojus aktyviai kredituoja per dukterinę bendrovę – UAB „Šiaulių banko lizingas“. Iš viso 2004 metais buvo sudaryta 14 633 sutartys, kurių finansuojama suma siekė 41,3 mln. Lt., iš šių sutarčių buvo 14 065 išperkamosios nuomos sutartys su fiziniais asmenimis, jų finansuojama suma sudarė 24,6 mln. Lt. (17,4% daugiau nei 2003 m.).

2004 m. pabaigoje didžiausią išperkamosios nuomos portfelio dalį sudarė pramonės įranga bei įrengimai – 32%, didelę dalį bendrovės lizingo portfelio sudarė nekilnojamas turtas – 14%, kompiuterinė ir biuro technika - 15%, sunkiosios kelių transporto priemonės sudarė 11%, buitinė technika - 10%, lengvieji automobiliai ir baldai – po 7%. UAB „Šiaulių banko lizingas“ portfelio struktūra pagal turto grupes pavaizduota 34 paveiksle.



34 paveikslas. Lizingo portfelio struktūra pagal turto grupes (%)

2004 m. UAB „Šiaulių banko lizingas“ pradėjo teikti naują paslaugą - pirkimo išsimokėtinai kortelę BIS. Ši kortelė praėjusiais metais buvo suteikiama tik lojaliems klientams. Iki metų pabaigos buvo sudaryta 171 pirkimo išsimokėtinai kortelės BIS sutarčių, pagal kurias buvo suteikta už 558 tūkst. Lt. kreditų. 2005 m. planuojama šią paslaugą teikti ir naujiems klientams.

Dar viena labai svarbi privačių klientų finansavimo paslauga – vartojimo paskolos, tai yra viena pagrindinių mažmeninės bankininkystės paslaugų. Šio tipo paskolos panašios į lizingo

bendrovių paslaugas ir iš dalies konkuruoja su jomis. Per praėjusius metus vartojimo kreditai privatiems asmenims išaugo 2,1 karto - iki 1,26 mlrd. Lt.

Sparčius vartojimo kreditų augimo tempus lemia:

- pozityvūs vartotojų lūkesčiai,
- palankios bankų sąlygos,
- atlyginimų augimas.

AB Šiaulių banke vartojimo kreditas suteikiamas Lietuvos Respublikos gyventojams, gaunantiems pastovias oficialias pajamas ir ne jaunesniems kaip 18 metų bei ne vyresniems kaip 65 metų. Kreditas suteikiamas litais, nuo 1000 Lt. iki 20000 Lt., kredito terminas yra nuo 3 iki 36 mėnesių. Kredito dydis priklauso nuo asmens gaunamų oficialių pajamų.

Kreditų suteikimo tvarka per paskutinius metus labai supaprastėjo, vis mažesnę paklausą turi kreditai užstatant nekilnojamąjį turtą. Populiarėja vartojimo kreditai, kurių išdavimo tvarka yra daug paprastesnė. Klientai, nusprendę pasinaudoti vartojamąja paskola, gali pasirinkti iš daugelio bankų, kadangi visi universalūs Lietuvos bankai suteikia vartojamo kreditus. Klientai renkasi banką, kuriame imti kreditą, pagal palūkanas, reikalavimus bei kitus subjektyvius kriterijus. Atlikto tyrimo duomenimis, 24% respondentų turi vartojimo paskolą, *pagrindiniai keliami reikalavimai bankui yra šie:*

- 1) palūkanų norma,
- 2) patogi banko geografinė padėtis,
- 3) kokybiškas aptarnavimas.

Didžiausių Lietuvos bankų vartojamų paskolų išdavimo sąlygos (2005 m. vasario mėn.) nurodytos 7 lentelėje.

7 lentelė

Bankai	Palūkanos (%)	Terminas	Valiuta
AB Šiaulių bankas	7,9–9,9%	1–3 m.	LTL
AB Vilniaus bankas	7,65-9,5 %	1–5 m.	LTL
AB „Hansabankas“	Neteikia informacijos	3 mėn.-5 m.	LTL, USD, EUR
AB „Snoro“ bankas	6,9–7,9 %	1-5 m.	LTL, USD, EUR
AB „Nord/LB Lietuva“ bankas	7,9–8,8 % (LTL), 8,2-9,7 % (USD), 7,4-8,7% (EUR)	6 mėn.–5 m.	LTL, USD, EUR
AB „Sampo“ bankas	9-10 % (LTL ir EUR), 10-11 % (USD)	1-5 m.	LTL, USD, EUR
AB Ūkio bankas	9,9-10,9 %	1-3 m.	LTL
AB Parex bankas	8-9 %	1-3 m.	LTL, USD, EUR

Vartotojiški kreditai Lietuvos bankuose yra suteikiami nuo 4 mėnesių iki 5 metų, dažniausiai nuo 1 iki 3 metų – AB Šiaulių, AB Ūkio, AB Parex bankuose. Tik du bankai, tai yra AB „Hansabankas“ (3 mėn.) ir AB „Nord/LB Lietuva“ bankas (6 mėn.), suteikia šiuos kreditus trumpesniam nei 1 metų laikotarpiui. Vartotojiški kreditai suteikiami ne tik litais, AB „Snoras“, AB

„Nord/LB Lietuva“, AB „Sampo“, AB Parex bankai vartotojiškus kreditus suteikia JAV doleriais ir eurai. Palūkanos svyruoja nuo 6,9% iki 11%, jos priklauso nuo kredito termino bei suteikiamos sumos. Mažiausios palūkanos yra AB „Snoro“ banko - 6,9–7,9%, didžiausios – AB „Sampo“ banko (nuo 9% iki 11%). AB „Nord/LB Lietuva“ banke ir AB „Sampo“ banko palūkanos skiriasi atsižvelgiant ir į valiutą, tai yra litais, JAV doleriais bei eurai kreditų palūkanos yra skirtingos.

Augant ekonomikai, gyventojai vis dažniau yra linkę skolintis, todėl labai populiarėja paskolos privatiems asmenims. AB Šiaulių bankui reikėtų intensyviai skatinti kreditų suteikimą fiziniams asmenims, nes tai atitinka banko misiją ir tikslus – teikti kvalifikuotas paslaugas privatiems klientams.

Kreditų suteikimas privatiems asmenims galėtų būti skatinimas šiais būdais:

- ✓ vykdamas akcijas (teikiant kreditus mažesnėmis palūkanomis; dovanojant mėnesio palūkanas);
- ✓ sukuriant sistemą, pagal kurią būtų galima kreditų suteikimo sąlygas pritaikyti kiekvienam klientui individualiai (lojaliems klientams, besinaudojantiems kitomis banko paslaugomis, pasiūlyti palankesnes sąlygas, mažesnes palūkanas);
- ✓ specialistams teikiant informaciją ir konsultuojant klientus dėl galimybių ir sąlygų kreditui pasiimti;
- ✓ teikiant įvairius paslaugų paketus (pvz., turintiems vartojimo paskolą klientams dalinant mokėjimo korteles nemokamai).

Mokėjimo kortelės ir jų rinkos analizė




AB Šiaulių bankas skiria ypač daug dėmesio mokėjimo kortelių verslui plėtoti. Šiuo metu yra platinamos keturių rūšių mokėjimo kortelės, tačiau ketinama pradėti platinti ir VISA korteles, tai leis bankui išplėsti savo užimamą mokėjimo kortelių rinkos dalį.

AB Šiaulių bankas platina šias mokėjimo korteles:

- Maestro,
- Eurocard/MasterCard Standard,
- Eurocard/MasterCard Gold,
- Eurocard/MasterCard Business.

Privatiems klientams išduodamos šios mokėjimo kortelės:

	MAESTRO kortelė - tai debetinė kortelė, kuria galima
--	-------------------------------------------------------------

	atsiskaityti negrynaisiais pinigais už prekes ir paslaugas daugiau kaip 5,2 milijono vietų 68 pasaulio šalyse bei išsiimti grynuosius pinigus bankuose ir grynųjų pinigų išdavimo automatuose Lietuvoje ir užsienyje.
	Eurocard/MasterCard STANDARD kortelė - tai tarptautinė mokėjimo kortelė, kuria galima atsiskaityti 19 mln. vietų 272 pasaulio valstybėse.
	Eurocard/MasterCard GOLD - tai prestižinė tarptautinė mokėjimo kortelė, išduodama patikimiausiems banko klientams.

AB Šiaulių bankas jau išplatino 20 960 (Maestro –18 135, EC/MC Gold – 347, EC/MC Standard – 418, EC/MC Business – 360) mokėjimo kortelių. Bankas bankomatų neturi, todėl yra sudaręs sutartis su kitais bankais dėl pinigų išgryninimo, jis stengiasi klientams suteikti kuo geresnes išgryninimo sąlygas. AB Šiaulių bankas sudarė sutartis su AB „Nord/LB Lietuva“, AB „Hansabankas“, AB Vilniaus bankas, AB Ūkio bankas dėl pigesnio pinigų išgryninimo jų bankomatuose. 2004 m. įrengtų mokėjimo kortelių skaitytuvų (15 594 vnt.) buvo apie 15 kartų daugiau už bankomatų (1012 vnt.), tačiau galima teigti, kad žmonės daug dažniau naudojami bankomatais, kadangi juose atliekamų operacijų yra daug daugiau ir vertė yra daug didesnė - apie 4 - 5 kartus (bankomatuose – 3 032 104 tūkst. Lt, mokėjimo kortelių skaitytuvuose – 669 582 tūkst. Lt.). *Bankomatuose klientai apsitarnauja dažniau, nes:*

- ✓ galima apsitarnauti po darbo valandų;
- ✓ nereikia laukti eilėse;
- ✓ bankomatai išdėstyti patogiose vietose, prie prekybos centrų bei kitose dažnai lankomose vietose.

Daugiausiai mokėjimo kortelių išplatinama ne pavieniems asmenims, o įmonėms, tai yra jų darbuotojams. Sudaromos bendradarbiavimo sutartys dėl mokėjimo kortelių išdavimo bei atlyginimo pervedimo į mokėjimo korteles įmonės darbuotojams. Įmonėms yra naudinga sudaryti tokias sutartis su bankais, nes taip lengviau išmokėti atlyginimus. Sudarant sutartis su įmonėmis dėl mokėjimo kortelių išdavimo yra *siūlomos palankesnės kortelių išdavimo sąlygos:*

- kortelės išduodamos nemokamai,
- darbuotojams suteikiami kreditai,
- teikiama papildomų paslaugų.

AB Šiaulių bankas tokiais būdais sėkmingai didina mokėjimo kortelių turėtojų būrį. Bankas yra sudaręs sutartis su UAB „Šiaulių vandenys“, UAB „Šiaulių Tauro Televizoriai“, UAB „Šiaulių energija“ bei kitomis Šiaulių ir kitų miestų įmonėmis. Bankas sėkmingai plečia savo rinką ir kituose miestuose, Šiaulių banko kortelėmis naudojasi ir Vilniaus, Klaipėdos, Palangos įmonės.

Tokių sutarčių su įmonėmis bankas per mėnesį sudaro apie 10, ne su visomis įmonėmis pasirašius sutartį yra sėkmingai bendradarbiaujama, tačiau daugeliui iš jų mokėjimo kortelės išduodamos ir į jas yra vedamas atlyginimas. Pasirašius sutartį ir pasigaminus korteles ne iš karto yra pradedami vesti atlyginimai, dažniausiai prireikia maždaug mėnesio, kol pradedama bendradarbiauti su įmone.

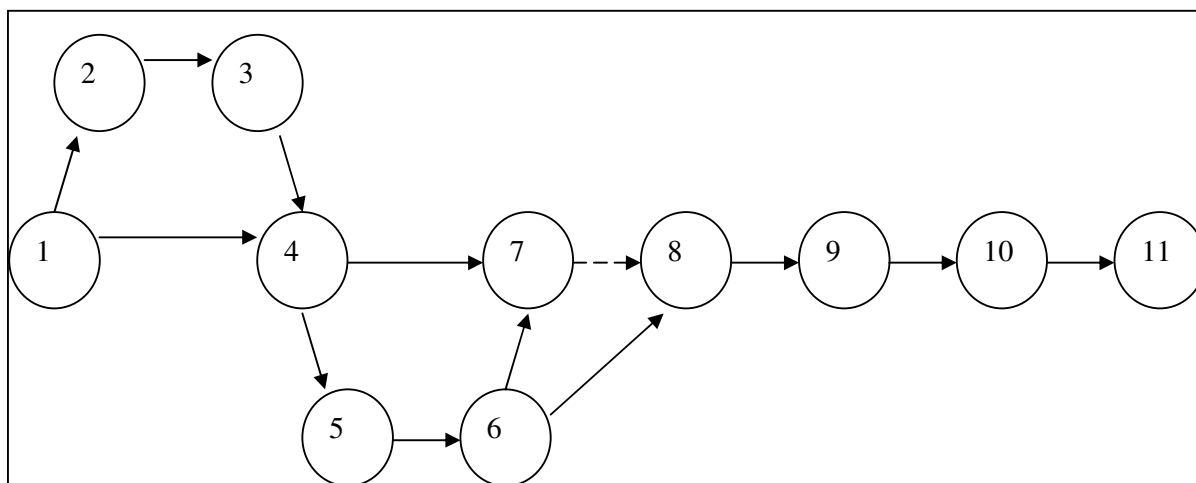
Pagrindinės lėtų mokėjimo kortelių išdavimo tempų priežastys:

- didžiausia dalis įmonių, su kuriomis bankas yra sudaręs bendradarbiavimo sutartis yra Šiaulių miesto, o įmonės Šiaulių mieste nėra didelės, neturi daug darbuotojų;
- bankas neturi nė vieno bankomato, o tai sukelia klientams nepatogumų dėl pinigų išgryninimo.

Didėjant konkurencijai tarp bankų ir mokėjimo kortelių poreikiui, buvo smarkiai supaprastinta mokėjimo kortelių išdavimo procedūra. **Mokėjimo kortelė AB Šiaulių bankas išduodama tokia tvarka:**

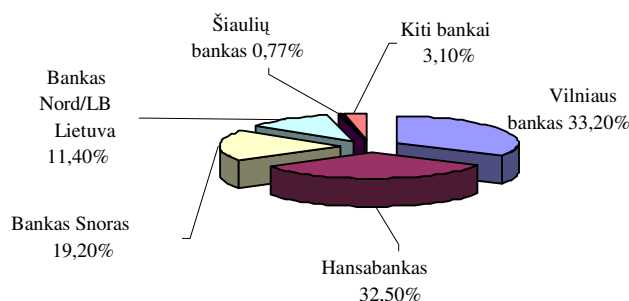
- 1) klientas ateina į banką, klientų aptarnavimo skyrių ar filialą;
- 2) banko darbuotojas išaiškina kortelės išdavimo ir naudojimo taisykles (20 min);
- 3) nukopijuojami kortelei išduoti reikalingi dokumentai - pasas, studento pažymėjimas (jei klientas yra studentas) ar socialinio draudimo pažymėjimas (jei asmuo yra dirbantis) (3 min);
- 4) klientas užpildo prašymą – anketą mokėjimo kortelei gauti (10 min);
- 5) prašyme - anketoje nurodyti kliento duomenys perkeliama į banko duomenų bazę (10 min);
- 6) sandoris atidaromas (1 min);
- 7) prašymas – anketa su kitais nukopijuotais dokumentais įsegama į bylą (3 min);
- 8) pagaminama kortelė ir sudaroma sutartis (5 darbo dienos);
- 9) klientas atėjęs į banką pasirašo mokėjimo kortelės sutartį (5 min);
- 10) parodžius ir banko darbuotojui patikrinus asmens tapatybę patvirtinantį dokumentą (pasą, teises), atiduodama kortelė (2 min);
- 11) kliento pasirašyta sutartis įsegama į kliento bylą (3 min).

Mokėjimo kortelės gavimo procedūra schemiškai pavaizduota 35 paveiksle.



35 paveikslas. Mokėjimo kortelės gavimo procedūra

2004 m. pabaigoje AB Šiaulių bankas užėmė 0,77% mokėjimo kortelių rinkos Lietuvoje. Mokėjimo kortelių rinkos pasiskirstymas (procentais) pavaizduotas 36 paveiksle.



36 paveikslas. Mokėjimo kortelių rinkos pasiskirstymas (%)

Lietuvos bankų platinamų mokėjimo kortelių rinka pastaraisiais metais plėtėsi lėčiau nei ankstesniais metais, mokėjimo kortelių padaugėjo 17,3%, bendra jų apyvarta siekė 14,977 mlrd. Lt. Iš to galima spręsti, kad kortelių rinka jau yra prisotinta (kol rinka buvo sotinama, kortelių daugėjo labai smarkiai). Vidutinė vienos Maestro kortelės apyvarta sudaro apie 5,3 tūkst. Lt., Eurocard/Mastercard kortelės – net 17,8 tūkst. Lt., taigi efektyviau yra naudojamos kreditinės kortelės.

Mokėjimo kortelių rinkos lyderiai yra AB „Hansabankas“ (32,5%) ir AB Vilniaus bankas (33,2%), šie du bankai užima 65,7% mokėjimo kortelių rinkos. Kiti bankai gerokai atsilieka nuo šių. Ateityje rinkos užimamos dalys neturėtų labai kisti, nes rinka jau yra prisotinta ir rinkos lyderiai yra aiškiai matomi.

Didėjantis fizinių asmenų poreikis skolintis verčia bankus paprasčiau išduoti ir kreditines korteles. Praėjusiais metais kreditinių mokėjimo kortelių buvo išplatinta 65 100, tai yra 2,6% visų kortelių. Kredito kortelių palūkanos šiek tiek mažėjo, bet nedaug ir yra gerokai didesnės nei kitų asmens finansavimo produktų - lizingo bei vartojimo paskolų. Kreditinės mokėjimo kortelės labiausiai tinka trumpalaikiams asmeninių finansų srautų nelygumams pataisyti.

AB Šiaulių bankas fiziniams asmenims platina EC/MC Standard ir EC/MC Gold kreditines korteles. Ypač daug kreditinių kortelių buvo išduota 2002-2004 m. pabaigoje, kadangi buvo vykdomos akcijos, nemokamai ar su didele nuolaida buvo platinamos kortelės, bei siūlomos palankios kredito sąlygos. Vidutiniškai per mėnesį yra sudaroma apie 90 mokėjimo kortelių kredito sutarčių. Kreditai mokėjimo kortelėse yra suteikiami dviejų rūšių – metams, arba kreditas dengiamas kas 3 mėnesius. Kredito dydis priklauso nuo mokėjimo kortelės: EC/MC Standard kortele išduodamas kreditas yra iki 8000 Lt, EC/MC Gold kortele gali būti suteikiamas kreditas iki 20 000 Lt., arba ekvivalentas kita valiuta JAV doleriais arba eurais.

Mokėjimo kortele kreditas suteikiamas fiziniams asmenims, kurie:

1. yra ne jaunesni kaip 18 metų,
2. yra dirbantys,
3. gali pateikti, dokumentus patvirtinančius pusės metų pajamas.

Gavęs visus reikiamus dokumentus banko kredito skyrius svarsto mokėjimo kortelės išdavimo ir kredito suteikimo galimybes. Jei klientas atitinka visus reikalavimus, jam yra suteikiama kortelė ir kreditas. Kredito dydis priklauso nuo gaunamų pajamų bei istorijos banke.

Didžiausia rinkos naujiena yra, kad magnetinės kortelių technologijos pradėtos keisti į saugesnes mikroprocesorines (lustines). Planuojama iki 2006 m. pabaigos pusę mokėjimo kortelių turėtų būti pakeistos į lustines. AB Šiaulių bankas 2006 m. taip pat pradės diegti mikroprocesorines korteles.

Ateityje AB Šiaulių bankas mokėjimo kortelių turėtų daugėti, dėl VISA narystės, tačiau bankas neturėtų smarkiai išplėsti užimamos mokėjimo kortelių rinkos dalies, nes šiuo metu ši rinka jau pasidalyta ir aiški. Bankas tikrai nemažins kortelių išdavimo tempų, atvirkščiai - skatins šį procesą įvairiomis akcijomis ir pigesniais įkainiais. Kol kas kreditinių kortelių išdavimo sąlygos yra dar sudėtingos, bet ateityje jos paprastės, kadangi kreditinių kortelių rinka smarkiai plėsis. Debetinės kortelės ir toliau bus platinamos daugiausia per įmones, tai yra bus stengiamasi sudaryti kuo daugiau bendradarbiavimo sutarčių su įmonėmis, taip šiuo būdu daugiausia išplatinama mokėjimo kortelių.

AB Šiaulių bankas mokėjimo kortelių rinkos išplėtimo perspektyvos:

- bankas, pasirašęs sutartį su VISA, padidins užimamą mokėjimo kortelių rinkos dalį, kadangi pradės platinti naujas korteles, kurios, kaip parodė tyrimas, yra populiariausios tarp respondentų;
- bankas jau ruošiasi įdiegti mikroprocesorines korteles, kurios dėl didesnio saugumo yra patrauklesnės klientams, tai galėtų juos pritraukti, tačiau kadangi visi bankai keis korteles į mikroprocesorines, tai naujų klientų neturėtų smarkiai padaugėti;
- mokėjimo kortelių daugės dėl kasmet metų pabaigoje vykdomų akcijų, per kurias kortelės yra išduodamos su didelėmis nuolaidomis;
- turėtų padaugėti kreditinių kortelių, kadangi jų išdavimo sąlygos paprastėja ir jos tampa patrauklesnės klientams, nes leidžia naudotis kreditu.

Elektroninė bankininkystė ir jos perspektyvos

AB Šiaulių bankas elektroninės bankininkystės paslaugas teikia per:

- internetinės bankininkystės sistemą - SB liniją,
- telefoninės bankininkystės paslaugą - SMS banką.

Telefoninės bankininkystės paslauga – SMS bankas yra informacinio pobūdžio. Mobilioju telefonu galima gauti informaciją apie banke turimų sąskaitų likučius bei įvykdytas operacijas. Paslaugos veikimo principas yra tas, kad mobilioju telefonu galima užsisakyti žinutę su pageidaujama informacija apie:

- 1) sąskaitų likučius,
- 2) sąskaitų likučių pasikeitimus,
- 3) paskutines į sąskaitą įskaitytas sumas,
- 4) paskutines nurašytas iš sąskaitos sumas,
- 5) įskaitytas ar nurašytas sumas, kurios viršija nurodytą sumą.

Lietuvos bankuose siūlomos elektroninės bankininkystės paslaugos pavaizduotos 8 lentelėje.

Bankas	Paslaugos pavadinimas
AB „Nord/LB Lietuva“	Interneto linija, SMS linija, Telelinija
AB Šiaulių bankas	SB linija, SMS bankas
AB bankas „Snoras“	Bankas internetu+, GSM bankas, Banko informacinė sistema (BIS), Nuotolinis sąskaitų tvarkymas
AB Vilniaus bankas	VB internetas, VB Telebankas, Partner Proxy, VB linija, VB Mobilinija, VB Makleris, Saugus bankas
AB „Hansabankas“	Bankas telefonu, Mobilusis bankas, hansa.net
AB „Sampo“ bankas	e-bankas, infobankas, SMS bankas
AB Ūkio bankas	Eta bankas, Aveniu elektroninė prekyba
AB Parex bankas	Internet bankas, SMS bankas

Daugiausiai elektroninės bankininkystės paslaugų siūlo AB Vilniaus bankas ir AB bankas „Snoras“. Labiau yra paplitusios internetinės bankininkystės paslaugos, telefoninė bankininkystė yra siūloma visuose bankuose, tačiau ji dar nėra tokia populiari.

Daugiausia bankai teikia informacinio pobūdžio telefonines paslaugas, tačiau AB „Hansabankas“, AB „Sampo“ bankas ir AB „Snoro“ bankas suteikia galimybę klientams atlikti ir atsiskaitymus. Atsiskaitymai telefonu yra dar nepopuliarūs Lietuvoje. Lietuvos banko duomenimis, per metus atliekama apie 30 mokėjimų telefonu. Spartus mobiliųjų telefonų plitimas suteikia plačias galimybes telefoninei bankininkystei.

Mobiliosios bankininkystės paslaugomis Europoje naudojasi apytikriai 14% finansinių interneto paslaugų klientų. Kol kas daugiausia jų yra trijuose regionuose - Skandinavijoje (48%), Didžiojoje Britanijoje (22%) ir Vokietijoje (13%). Vieni iš didžiausių bankų, teikiančių mobiliosios bankininkystės paslaugas, yra „Barclays“, „Citigroup“, „Deutsche Bank“, „Dresdner Bank“ ir „Merita Nordbanken“.

9 lentelėje nagrinėjamos Lietuvos bankų teikiamų telefoninės bankininkystės paslaugų sąlygos (2005 m. kovo mėn.).

Bankas	Sutarties mokestis, Lt	SMS, Lt	Pavedimų atlikimas
AB Šiaulių bankas	Nėra	0,35	Negalimas
AB Vilniaus bankas	Nėra	0,30	Negalimas
AB „Hansabankas“	Nėra	0,33	Galimas
AB bankas „Snoras“	10	0,25	Galimas
AB „Nord/LB“ Lietuva bankas	5	0,35	Negalimas
AB „Sampo“ bankas	Nėra	0,31	Galimas
AB Ūkio bankas	5	0,35	Negalimas
AB Parex bankas	Nėra	0,33	Negalimas

Sudarant telefoninės bankininkystės sutartį, AB „Snoras“, AB „Nord/LB Lietuva“, AB Ūkio bankai taiko sutarties sudarymo mokestį, kituose bankuose sutartis sudaroma nemokamai. Gaunamos žinutės kaina svyruoja nuo 0,3 Lt. iki 0,35 Lt., tik AB banke „Snoras“ žinutės kaina mažesnė - 0,25 Lt., tačiau jis taiko didžiausią - 10 Lt. sutarties mokestį. AB Šiaulių bankas, kaip ir daugelyje bankų, sutarties mokesčio nėra, o žinutės kaina - 0,35 Lt.

Populiariausia elektroninės bankininkystės paslauga AB Šiaulių banke - internetinės bankininkystės sistema – SB linija. SB linija įdiegta 2000 m., ši internetinės bankininkystės sistema suteikia galimybę per internetinį ryšį valdyti sąskaitas ir bet kuriuo metu gauti reikiamą informaciją apie sąskaitų likučius, sudarytas sutartis ir kt.

Per 2004 m. internetinės bankininkystės klientų AB Šiaulių banke padaugėjo nuo 1197 iki 2481, tai sudaro 4,47% visų banko klientų. 2004 m. šia sistema naudojosi 1347 verslo klientai ir 1134 fiziniai asmenys. Verslo ir privačių klientų skaičius yra panašus, šiek tiek daugiau yra verslo klientų.

Nuo 2004 m. gegužės 1 dienos SB linija galima valdyti ir mokėjimo kortelių sąskaitas, tai yra daryti mokėjimus ir pavedimus iš mokėjimo kortelės sąskaitos. Naudodamiesi internetinės bankininkystės paslaugomis klientai gali atlikti:

- mokėjimo pavedimus litais,
- mokėjimo pavedimus valiuta,
- keisti valiutą,
- padėti terminuotą indėlį,
- sumokėti mokesčius,
- atlikti periodinius mokėjimus,
- sudaryti SMS banko sutartį,

- užblokuoti kortelę,
- peržiūrėti sąskaitos išrašą.

Norint naudotis SB linija, reikia turėti priėjimą prie kompiuterio, turinčio ryšį su internetu, ir internetinės naršyklės programą, dar sudaryti sutartį su banku. Pasirašius sutartį yra pateikiama asmeninis identifikavimo kodas, pagal kurį kiekvienas klientas yra atpažįstamas ir slaptažodis, kurį kiekvienas klientas pasikeičia į savo pageidaujama.

Pagrindinė priežastis, dėl kurios klientai vengia naudotis internetinės bankininkystės paslaugomis yra informacijos trūkumas ir nepasitikėjimas, tai parodė atliktas tyrimas. AB Šiaulių bankas ypač rūpinasi, kad atlikdami operacijas internetu klientai jaustųsi visiškai saugūs dėl savo lėšų. Kliento lėšos yra apsaugotos kelių lygių apsauga. Pažangi technologija garantuoja saugų duomenų perdavimą. Klientas turi užsiregistruoti sistemoje jam suteiktu vardu ir tik jam žinomu slaptažodžiu. Operacijoms pasirašyti naudojamas slaptažodis, kurį susikuria ir keičia pats klientas.

Priežastys, dėl kurių klientai nesinaudoja elektroninės bankininkystės paslaugomis:

- informacijos apie šias paslaugas trūkumas;
- nepasitikėjimas operacijų saugumu;
- nepakankamai greitai atsakymai į klientų pateiktus klausimus elektroniniu paštu ar visiškai jų nebuvimas;
- specialistų nedalyvavimas atliekant operacijas;
- trūkumas reklamos, per kurią klientai gali sužinoti apie naujas paslaugas.

Bankai labai rūpinasi klientų besinaudojančių internetinės bankininkystės paslaugomis pritraukimu. Klientui labai patogiu visomis pagrindinėmis bankinėmis paslaugomis naudotis tiesiog būnant namie ar darbe. Bankui taip pat yra labai naudinga, kadangi sumažėja klientų srautas banke ir sumažėja paslaugų kaštai, nes nereikia atidarinti naujų banko skyrių, samdyti naujų darbuotojų. AB Šiaulių bankas stengiasi pritraukti internetinės bankininkystės paslaugų vartotojus ir pasinaudodamas ir įvairiomis akcijomis. 2005 m. vykdoma SB linijos vartotojų pritraukimo akcija pasinaudojant indėliais, už padėtus indėlius per SB liniją, mokamos 0,1% didesnės palūkanos. Taip pat darant pavedimus SB linija, yra 0,5 Lt. mažesnis komisinis mokestis, mokant komunalinius mokesčius ir kitas įmokas nėra jokio komisinio mokesčio. Taigi naudojantis SB linija, ne tik sutaupomas laikas, bet ir pinigai. Tokios taikomos akcijos pritraukia klientus, plečiamas SB linijos naudotojų tinklas.

2004 m. internetinės bankininkystės paslaugomis naudojosi 925,33 tūkst., tai yra apie 45% daugiau nei 2003 metais (637 tūkst.). Didžioji dalis rinkos – 86,2% internetinės bankininkystės paslaugų klientų tenka dviem didžiausiems šalies bankams – AB „Hansabankas“ (40% rinkos) ir AB Vilniaus bankas (46,2%).

AB „Hansabankas“ internetinės bankininkystės paslaugos „hanza.net“ vartotojų 2004 m. buvo 420,7 tūkst., o AB Vilniaus banko paslaugos „VB Internetas“ - 377 tūkst. Sparčiausiai daugėjo trečiojo pagal dydį šalies banko AB „Nord/LB Lietuva“ interneto linijos klientų - jų pagausėjo nuo 22 tūkst. iki 65,819 tūkstančio Palyginti su praėjusiais metais, internetinės bankininkystės paslaugų klientų šiame banke padaugėjo 3 kartus. Ketvirtojo pagal dydį komercinio AB banko „Snoras“ internetinės bankininkystės paslaugų klientų buvo 27 tūkst. – tai keturiais kartais daugiau nei praėjusiais metais. AB Ūkio bankui tenka apie 1% interneto bankininkystės paslaugų klientų, panašiai tiek pat klientų turi ir AB „Sampo“ bankas (11,428 tūkst.). Nordea Bank Finland Lietuvos skyrius turėjo apie 0,5% rinkos. AB Parex bankui teko apie 3 tūkst. internetinės bankininkystės paslaugų vartotojų (0,4% rinkos). Mažiausią internetinės bankininkystės rinkos dalį užėmė Medicinos bankas, jis turėjo apie 0,1% rinkos.

Trejus metus sparčiai gausėja Lietuvos interneto vartotojų, tai sudarė sąlygas tikram paklausos sprogimui interneto bankininkystės srityje. Labai svarbu, kokias galimybes internete bankas suteikia savo klientams - kitaip tariant, kokiomis funkcijomis klientai internete gali naudotis. Bankų interneto tinklalapiai bei interneto bankininkystės sistemos turėtų būti lengvai suprantami nepatyrusiems vartotojams.

Buvo atliktas Lietuvos bankų internetinės bankininkystės tyrimas, kuriuo įvertinta bankų internetinių tinklalapių aiškumas, paslaugų pasiūla ir kokybė. Geriausiai atitinkančia klientų poreikius buvo išrinktas AB „Hansabankas“. Dauguma bankų skiria ženkliai investicijas naujų technologijų diegimui ir vizualiniam dizainui, tačiau pernelyg mažai dėmesio skiria realioms vartotojų poreikiams išsiaiškinti.

Internetinė bankininkystė Lietuvoje tebėra pirmajame raidos etape. Dauguma vartotojų ką tik išmoko arba tebesimoko vykdyti bankines operacijas. Elektroninė bankininkystė ypač patogi ir reikalinga įmonėms. Eiliniam vartotojui banko operacijas atlikti tenka kartą kitą per mėnesį, o įmonėms tai - kasdieninė rutina. Todėl įmonės elektroninio banko sistemų patogumui ir funkcionalumui skiria daugiau dėmesio nei individualūs vartotojai.

Ateityje numatomos tokios AB Šiaulių bankas elektroninės bankininkystės plėtros perspektyvos:

- ✓ daugėjant interneto vartotojų, gausės ir internetinės bankininkystės paslaugų klientų;
- ✓ klientai pasirinks ne tradicines paslaugas, o internetinę bankininkystę, kad sutaupyti laiką ir operacijas galėtų atlikti jiems patogioje vietoje;
- ✓ labiausiai klientus skatins naudotis elektroninės bankininkystės paslaugų naudojimo paprastumas ir patogumas;
- ✓ spartus telefonų išplitimas skatins telefoninės bankininkystės paslaugų vartotojų gausėjimą;

- ✓ vykdomos įvairios akcijos (padėjus indėlių naudojančios internetinės bankininkystės paslaugomis - didesnės palūkanos) pritrauks daugiau klientų;
- ✓ internetinės bankininkystės paslaugų įkainiai bus mažinami (pavedimus atlikti per SB liniją yra pigiau);
- ✓ pasitikėjimas internetinės bankininkystės paslaugų saugumu didės, o kartu gausės ir klientų;
- ✓ informacijos ir konsultacijų suteikimas padės įtikinti klientus rinktis elektronines priemones.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Išnagrinėjus įvairių autorių literatūrą apie mažmeninę bankininkystę ir jos produktus, galima daryti tokias *išvadas*:

1. Vieningo mažmeninės bankininkystės apibrėžimo nėra, tačiau remiantis literatūra galima teigti, kad mažmeninė bankininkystė yra bankinės paslaugos privatiems asmenims, jos teikiamos banko filialuose ir klientų aptarnavimo skyriuose.
2. Mažmeninis bankas dėl savo dydžio ir organizacinės struktūros turi galimybę glaudžiai bendrauti su klientais. Banko klientams prieinama ir jo vadovybė, todėl bankui lengviau atsižvelgti į klientų poreikius, greitai ir laiku reaguoti į rinkos pokyčius.
3. Bankininkystė atsirado 3400 m. pr. Kr. Šumerų miesto Uruko Raudonosios šventyklos žyniai buvo tikrų tikriausi bankininkai. Jie priimdavo iš žmonių saugoti daiktus. Kadangi tuomet vyravo natūrinis ūkis, už daiktų saugojimą buvo atsiskaitoma vietos vertybėmis.
4. Lietuvoje bankai atsirado panaikinus baudžiavą (1861 m.), o išplėtota bankininkystė buvo Sovietiniais laikais, pagrindines mažmeninės bankininkystės funkcijas atliko Taupomasis bankas. Lietuvos nepriklausomos bankų sistemos kūrimas buvo glaudžiai susijęs su nepriklausomybės atkūrimu, 1990 m. vasario 13 d. įsteigtas Lietuvos bankas, iš pradžių jis atliko tik kitų bankų kontrolės ir reguliavimo funkciją, o vėliau ėmėsi ir kai kurių komercinių funkcijų.
5. Lietuvos bankų sistema iš esmės kūrėsi dviem pagrindiniais būdais: pertvarkius sovietinius bankus į komercinius ir steigiant naujus privačius komercinius bankus. Bankų daugėjo labai greitai ir 1993 metais Lietuvoje veikiančių bankų buvo net 28.
6. 1994-1995 m. bankų krizės priežastys buvo šalies makroekonominiai pokyčiai, silpna vidaus kontrolė ir prisiimta didelė bankų veiklos rizika bei neteisėta veikla.
7. Mažmeninės bankininkystės paslaugos vystėsi vangiai, kadangi mažai dėmesio buvo skiriama privatiems klientams pagrindinis dėmesys buvo skiriamas juridiniams asmenims. Taipogi daug privačių klientų nebepasitikėjo bankais, kadangi per bankų krizę prarado indėlius.
8. Mažmeninės bankininkystės srityje didelė konkurencija, paslaugos, siūlomos privatiems klientams, labai suvienodėjo, todėl konkurencija galima tik gerinant banko įvaizdį ir teikiamų paslaugų kokybę. Banko rinkodaros uždavinių nagrinėjimas ir vykdymas padeda sukurti bankinius produktus, kurie gali laisvai konkuruoti bankinėje rinkoje.

9. Gerinant banko paslaugų kokybę reikia pasitelkti rinkodaros elementus – rėmimą, paslaugą, kainą, paskirstymą bei analizuoti rinką ir vartotojų poreikius. Tik išsamiai ištyręs vartotojų elgseną, bankas galės patenkinti jų norus.

Atlikus mažmeninės bankininkystės produktų paklausos tyrimą Šiaulių mieste, galima daryti tokias išvadas:

1. Bankų paslaugomis dažniausiai naudojami 21 - 50 metų asmenys, turintys aukštąjį išsilavinimą ir dirbantys, kurių pajamos siekia 1000 - 1500 Lt. per mėnesį. Jie intensyviai naudojami informacinėmis technologijomis namie bei darbe ir yra linkę taupydami laiką naudotis naujomis bankų paslaugomis.
2. Daugiausia žmonių bankais naudojami keletą kartų per mėnesį (61%), dažniausiai naudojami AB „Hansabankas“ (27%) ir AB Vilniaus bankas (23%) paslaugomis. Iš tyrimo, atlikto Šiaulių mieste, matyti, kad čia populiarus AB Šiaulių bankas (20%), kuris mieste turi platų klientų aptarnavimo skyrių ir filialų tinklą.
3. Banko pasirinkimą dažniausiai nulemia geografinė padėtis (25%), todėl AB Šiaulių bankas su plačiu filialų ir klientų aptarnavimo skyrių tinklu yra populiarus Šiaulių mieste. Taip pat žmonėms svarbu aptarnavimo kokybė (21%), banko įvaizdis (20%) ir paslaugų įkainiai (17%).
4. Atlyginimai dabar yra pervedinėjami į mokėjimo korteles, dėl to padaugėjo bankų klientų. Žmonės dar nėra labai linkę atsiskaitinėti mokėjimo kortelėmis, todėl išsiima grynus pinigus ir tada juos išleidžia. Dėl to dvi pagrindinės paslaugos, kuriomis naudojami respondentai yra mokėjimo kortelės (24%) ir pinigų išgryninimas (21%).
5. Pagrindinė problema, su kuria bankuose susiduria klientai, yra ilgos žmonių eilės (47%). Kadangi pagrindiniai bankų klientai yra dirbantys žmonės, jiems svarbus yra laiko klausimas. Stengiantis pagerinti aptarnavimo kokybę reikia ieškoti sprendimų, kaip sumažinti eiles bankuose. Vienas iš sprendimų galėtų būti elektroninės bankininkystės paslaugų populiarinimas, kuris padėtų sumažinti žmonių srautus bankuose.
6. Vienas populiariausių banko produktų yra indėliai, 49% apklaustųjų turi indėlį banke. Dažniausiai yra pasirenkamas terminuotas indėlis (49%), nes už jį mokamos palūkanos. Kadangi dauguma respondentų turi terminuotą indėlį, pagrindinis veiksnys pasirenkant banką, kuriame turėti indėlį, yra palūkanų norma mat nuo jos priklauso gaunamų pajamų dydis.
7. Populiariausias banko produktas yra mokėjimo kortelės, net 95% apklaustųjų ją turi. Dažniausiai mokėjimo korteles žmonės (55%) išsiima darbovietėje, kadangi atlyginimai dabar išmokami per jas. Labiausiai paplitusios debetinės mokėjimo kortelės - Visa ir

Maestro, kadangi jų išdavimo sąlygos yra paprastos. Kreditinės kortelės dar nėra labai populiarios, bet ateityje turėtų išpopuliarėti.

8. Tarp privačių klientų tampa vis populiariesni vartojimo kreditai, iš tyrimo dalyvavusių respondentų 24% turi vartojimo paskolas. Kadangi vartojimo paskolų išdavimo sąlygos vienodėja, žmonėms pasirenkant banką svarbu ne tik palūkanų norma, bet ir aptarnavimo kokybė bei patogį banko geografinę padėtį.
9. Perspektyviausia iš elektroninės bankininkystės paslaugų yra internetinė bankininkystė, ja naudojasi 56% respondentų, o telefoninė bankininkystė dar nėra populiari. Pagrindinis motyvas pasirenkant banką naudotis elektroninės bankininkystės paslaugomis yra kokybiškas aptarnavimas.
10. Pagrindinė priežastis, lemianti naudojamasi elektroninės bankininkystės paslaugomis yra galimybė taupyti laiką - nereikia eiti į banką, operacijas galima atlikti patogiu laiku ir patogioje vietoje. Šiuo pranašumu bankai turėtų pasinaudoti ir didinti šio produkto vartotojų būrį.
11. Elektroninės bankininkystės paslaugos plinta, tačiau informacijos apie naudojamasi jomis nepakanka (45%). Tyrimas parodė, kad nors bankuose respondentai lankosi dažnai, tai yra keletą kartų per mėnesį, jie vis dar linkę bankines operacijas atlikti su specialistų pagalba.
12. Informacijos trūkumas stabdo mažmeninės bankininkystės produktų plėtrą. Naudojantis specialistų pagalba bei masinės informacijos priemonėmis būtina populiarinti naujus produktus.
13. Pagrindiniai mažmeninės bankininkystės lyderiai yra didieji bankai – AB Vilniaus bankas ir AB „Hansabankas“. Jie yra jau pasidaliję rinką, todėl labai sunku iš jų atkovoti rinkos dalį.

Atlikus AB Šiaulių bankas mažmeninės bankininkystės produktų analizę, darytinos tokios *išvados*:

1. AB Šiaulių bankas misija ir tikslai atitinka mažmeninės bankininkystės tikslus: aptarnauti privačius klientus ir plėtoti jiems skirtas paslaugas.
2. AB Šiaulių bankas mokėjimo kortelių rinka nėra pakankamai išplėsta: nors bankas yra sudaręs nemažai sutarčių su įmonėmis dėl atlyginimų pervedimo į mokėjimo korteles, tačiau šios įmonės daugiausia yra Šiaulių mieste ir todėl nėra didelės. Tikėtina, kad Visa kortelių įvedimas leis išplėsti užimamą mokėjimo kortelių rinkos dalį.
3. AB Šiaulių bankas neturi bankomatų, todėl klientai, norintys išsigryninti pinigus banko terminaluose, negali to padaryti bet kuriuo paros metu: klientų aptarnavimo skyriai dirba dažniausiai iki 18 val., tik keletas skyrių dirba iki 20 val.
4. AB Šiaulių bankas palūkanos už indėlius yra didesnės nei daugelio kitų bankų, tai rodo, kad tokiu būdu bankas siekia pritraukti kuo daugiau klientų indėlių. Tačiau banke trūksta

vykdomų įvairių akcijų ir klientų pritraukimo programų. Indėliai yra pagrindinis lėšų pritraukimo šaltinis, tačiau tam organizuojamos akcijos tik per šventes.

5. Bankas paskolų rinkoje klesti, kadangi teikia tarp privačių klientų labai populiarėjančias paslaugas – būsto ir vartojimo kreditus. Žmonės, pasinaudoję būsto kreditu, dažniausiai tampa lojaliais banko klientais ir tame pačiame banke naudojami daugeliu kitų bankinių paslaugų.
6. AB Šiaulių bankas trūksta informacijos apie tokias populiarėjančias paslaugas: internetinę bankininkystę, mobiliąją bankininkystę. Bankas skiria per mažai dėmesio šių paslaugų populiarinimui.

Išanalizavus AB Šiaulių bankas mažmeninės bankininkystės produktus, teiktini tokie pasiūlymai:

1. Mokėjimo kortelių rinką reikėtų plėsti intensyviau ieškant įmonių didžiuosiuose Lietuvos miestuose, kurios norėtų išmokėti savo darbuotojams atlyginimus per banko mokėjimo korteles, kur įmonės didesnės nei Šiauliuose. Taip pat kuo greičiau pradėti išduoti mikroprocesorines korteles, nes jos yra saugesnės ir todėl klientams patrauklesnės.
2. Tikslinga vykdyti kuo daugiau akcijų bei indėlių pritraukimo programų jų šiuo metu nėra pakankamai, jos vykdomos tik per šventes. Kurti naujas indėlių rūšis, pritaikant juos įvairiems gyventojų segmentams.
3. Reikėtų skatinti vartojimo kreditų teikimą fiziniams asmenims, mažinant palūkanų normą, paprastinant kreditų suteikimo procedūras. Kreditus tikslinga teikti, papildomai siūlant įvairius paslaugų paketus, kuriant lojalumo programas.
4. Tikslinga būtų prailginti banko skyrių darbo laiką, taip sudarant galimybę klientams patekti į bankus po darbo, arba įsigyti bankomatų, kuriais klientams naudotis patogiau.
5. Pagrindinis tikslas yra skatinti elektroninės bankininkystės plėtrą, automatizuoti įprastinius sandorius, tai naudinga ne tik bankui, bet ir klientams. Klientai nepatenkinti eilėmis bankuose, todėl išplėtojus elektroninę bankininkystę būtų galima sumažinti sandorių kaštus bei žmonių srautus juose.

LITERATŪRA

1. Ališauskas L., Vaškelaitis V. (1998) Šiuolaikinės bankų sistemos. Vilnius.
2. Bankų statistikos metraštis / Lietuvos bankas (1999). Vilnius.
3. Bernotienė A. (2003) Tarptautinių terminų žodynas. Vilnius: Aligma.
4. Butkevičiūtė, A., Šinkūnienė (2002) Finansinio tarpininko sistemos institucijų veiklos plėtojimas Lietuvoje // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, Nr. 23, p.39 - 53.
5. Buračas A., Svecevičius B. (1994) Biznio, bankų, biržos terminų žodynas-žinynas. Vilnius.
6. Bunkina M. K. (1994) Dengi, banki, valiuta. Maskva.
7. Banking. An introductory test (1990).
8. Čepinskas J., Kuzmickas D. (1995) Mažmeninė bankininkystė // Kauno diena 1995 11 02, p.18.
9. Drūteikienė A. Marčinskas A. (2000) Lietuvos bankų įvaizdis ir jo kūrimas // Pinigų studijos, Nr. 4, p. 38 - 50.
10. Eastern Europe, Reforms and EU, Danish Economic Council, May (1999).
11. Francis Radice. Banking transactions. Macmillan publishes.
12. Gudeliūnaitė L. (1995) Mažmeninė bankininkystė // Respublika, 1995-08-01, p.13.
13. Grigas T. (2003) Bankinis sektorius įgauna pagreitį // Verslo žinių priedas „Investicija“, Nr. 2, balandis, p.4 - 5.
14. Horavskis A. (1925) Pinigai, kreditai ir bankai Lietuvoje prieš karą ir dabar Kaunas: Technologija.
15. Ivaškevičius D., Sakalas A., (1997) Bankų vadyba. Kaunas.
16. Jasevičienė F., Giniotienė R., Stankevičienė V., (2000) Bankų rizikos: sisteminis požiūris. Vilnius : Lietuvos bankininkystės, draudimo ir finansų institutas.
17. Jočienė A. Bankų priežiūra Lietuvoje ir tarptautiniai reikalavimai // Ekonomika ir vadyba – 98 (1998). Kaunas: KTU
18. Jurgutis V., (1940) Bankai. Kaunas.
19. Jasienė M. (1998) Palūkanų normos rizikos valdymas. Vilnius: Lietuvos bankininkystės, draudimo ir finansų institutas, 60 p.
20. Katkus V. (2000) Šiuolaikinės bankininkystės principai Vilnius: Lietuvos bankininkystės, draudimo ir finansų institutas, p. 255.
21. Kropas S., Vengraitis D., Šidlauskas G. ir kt. (1998) Banko finansų valdymas. Vilnius: Lietuvos bankininkystės, draudimo ir finansų institutas.
22. Klebanskaja N. (1998) Mažmeninės bankininkystės rinkodara. Vilnius: LBDFI, p. 255.

23. Lithuania - Macroeconomic and Financial Sector Vulnerability Review, World Bank, April (1999).
24. Lietuvos Respublikos komercinių bankų įstatymas 2004 m. kovo 30 d. Nr. IX-2085. Vilnius.
25. Lietuvos bankas. Teisės aktų rinkinys. (2000). Vilnius: Lietuvos banko Informacijos ir statistikos departamentas. 1 - 4 knygos.
26. Martinkus B., Žilinskas V. (1996) Pinigai. Vertybiniai popieriai. Bankai. Kaunas: Technologija, p.261.
27. Mayer T., Duesenberry J. S., Aliber R. Z.. (1995) Pinigai, bankai ir ekonomika. Vilnius, p.632.
28. Mažmeninės bankininkystės rinkodara (1998). Vilnius: Lietuvos bankininkystės, draudimo ir finansų institutas.
29. Modern banking in theory and practice John Whey and sons (1996).
30. Ramonas K. (2002) Komerciniai bankai ir jų priežiūros raida Lietuvoje. Lietuvos bankas: pinigų studijos. 26 p.
31. Rutkauskas A.V. (1998) Finansų rinkos ir institucijos. Vilnius: Technika. 416 p.
32. Rutkauskas A.V., Damašienė V. (2002) Finansų valdymas. Šiaulių Universiteto leidykla. 247 p.
33. Šadžius L. (2002) Lietuvos šiuolaikinės bankininkystės raidos pradžia (1988 - 1990) // Pinigų studijos, Nr. 2, p.5 - 23.
34. Paliulis K. N., Šablinskas L. (2000) Informacinių technologijų panaudojimo bankiniame sektoriuje galimybės // Klaipėdos universitetas: Tiltai. Nr. 7, p.43 - 51.
35. Prūsas A. (1926) Bankai ir kreditas Lietuvoje iki 1915 metų. Kaunas.
36. Paukštys V. (2001) Interneto bankininkystė Lietuvoje. // Vadovo pasaulis, Nr. 12.
37. Taraila S. (1998) Kreditavimas. Vilnius: LBDFI, p.175.
38. Transition Report 1998 and Update April 1999, European Bank for Reconstruction and Development.
39. Tamigov T. M. (1994) Bankobskoe I kreditnoe dela. Maskva.
40. Vaškelaitis V. (2003) Pinigai: komerciniai bankai ir jų rizikos valdymas. Vilnius, p.363.
41. Vaškelaitis A. (2003) Bankininkystės pagrindai. Vilnius.
42. Vaškelaitis V. Banko likvidumo garantai // Diena. Priedas: Ekonomika. Vadyba. Finansai 1996 05 08.
43. AB Šiaulių banko metinė ataskaita. 2001 m
44. AB Šiaulių banko metinė ataskaita. 2002 m.
45. AB Šiaulių banko metinė ataskaita. 2003 m.
46. AB Šiaulių banko metinė ataskaita. 2004 m.

47. www.lb.lt
48. www.vz.lt
49. www.std.lt

PRIEDAI

1. Mokėjimai negrynaisiais pinigais 2004 m.
2. Mokėjimo kortelių skaičius 2004 m.
3. Mokėjimo kortelių daugėjimas 2000 – 2004 metais (%)
4. Bankomatų ir mokėjimo kortelių skaitytuvų skaičius 2004 m.
5. Paskolos fiziniams asmenims pagal paskirtį 1999 – 2004 m.
6. Būsto paskolų portfelio struktūra Lietuvoje 2004 m.
7. Būsto paskolų dalis (%) visų paskolų portfelyje 2001 - 2006 m.
8. Anketa
9. Anketos rezultatai
10. AB Šiaulių banko teikiamos paslaugos
11. AB Šiaulių banko indėliai pagal valiutas 2003 – 2004 m., mln. Lt.
12. AB Šiaulių banko paskolų portfelis pagal valiutas 2003 – 2004 m., mln. Lt.

1 priedas. Atsiskaitymai negrynaisiais pinigais 2004 m.

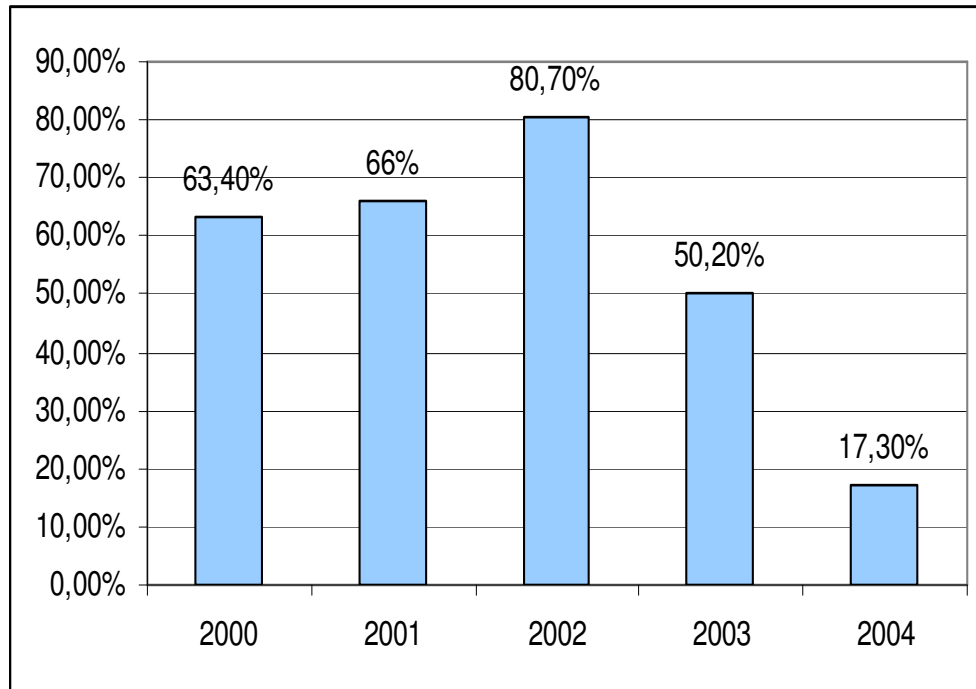
	Operacijų skaičius, tūkst. vnt.		Operacijų vertė, tūkst. .Lt	
	Mokėjimai Lietuvoje	Tarptautiniai mokėjimai	Mokėjimai Lietuvoje	Tarptautiniai mokėjimai
Iš viso mokėjimų negrynaisiais pinigais				
2004 m. I ketv.	19 497	483	84 718 226	73 526 504
2004 m. II ketv.	20 550	535	101 058 604	72 527 447
2004 m. III ketv.	21 670	593	112 431 515	75 384 787
2004 m. IV ketv.	22 676	583	116 841 173	82 774 744

Šaltinis. Lietuvos bankas (prieiga prie interneto www.lb.lt/statistika)

2 priedas. Mokėjimo kortelių skaičius 2004 m.

	Kortelių skaičius, vnt.				
		Vietinės kortelės	Tarptautinės kortelės		
				„Visa“ sistemos kortelės	„MasterCard“ sistemų kortelės
Banko (debeto, kredito) kortelės					
2004 03 31	2 267 557	7 756	2 259 801	1 471 096	788 705
2004 06 30	2 360 471	8 077	2 352 394	1 559 559	792 835
2004 09 30	2 428 869	8 383	2 420 486	1 628 532	791 954
2004 12 31	2 538 083	8 870	2 529 213	1 706 475	822 738

Šaltinis. Lietuvos bankas (prieiga prie interneto www.lb.lt/statistika)

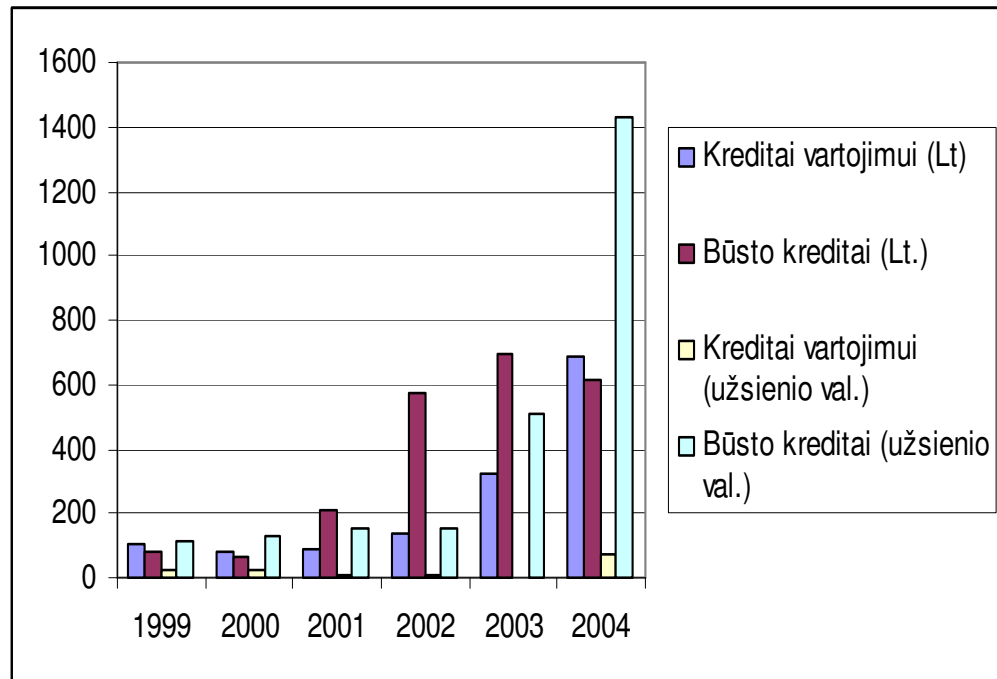
3 Priedas. Mokėjimo kortelių daugėjimas 2000 – 2004 metais (%)

Šaltinis: Lietuvos banko duomenys

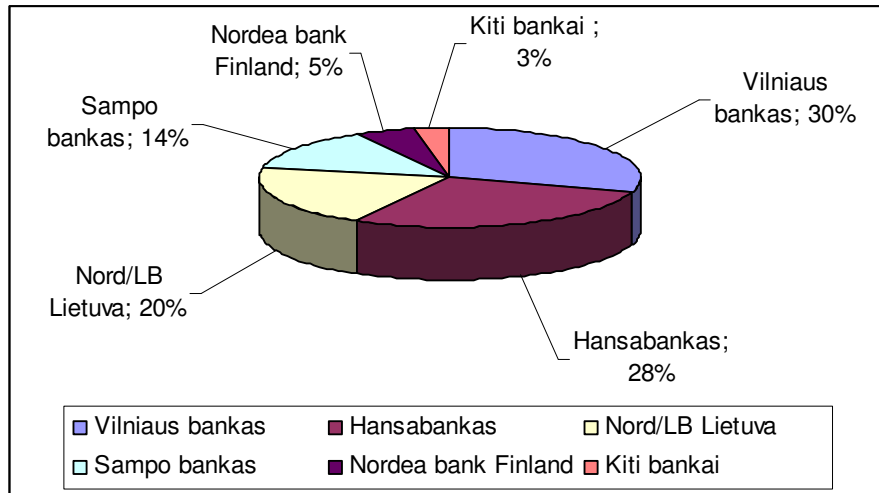
4 priedas. Bankomatų ir mokėjimo kortelių skaituvų skaičius 2004 m.

	Įrenginių skaičius vnt.	Operacijų skaičius tūkst. vnt.	Operacijų vertė tūkst. Lt
Bankomatai			
2004 m. I ketv.	1 007	9 639	2 271 676
2004 m. II ketv.	1 010	15 226	3 712 413
2004 m. III ketv.	1 012	10 898	2 799 073
2004 m. IV ketv.	1 012	11 690	3 032 104
Kortelių skaituvai			
2004 m. I ketv.	13 424	7 939	464 654
2004 m. II ketv.	13 752	9 697	600 836
2004 m. III ketv.	13 934	9 472	629 038
2004 m. IV ketv.	15 594	10 294	669 582

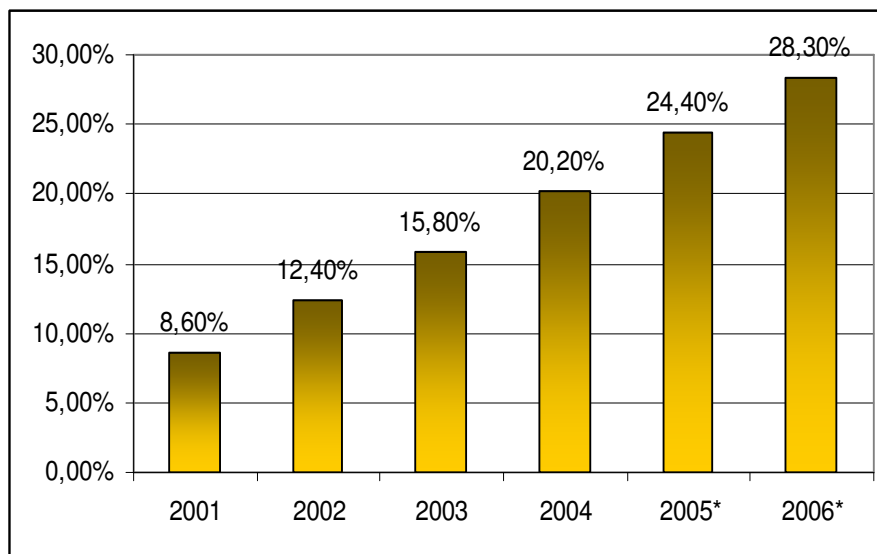
Šaltinis. Lietuvos bankas (prieiga prie interneto www.lb.lt/statistika)

5 priedas. Paskolos fiziniams asmenims pagal paskirtį 1999–2004 m.

Šaltinis: Lietuvos banko duomenys

6 priedas. Būsto paskolų portfelio struktūra Lietuvoje 2004 m.

Šaltinis: Verslo žinios, 2005 m., Vasario mėn. 10 d.

7 priedas. Būsto paskolų dalis (%) visų paskolų portfelyje 2001-2006 m.

*- prognozuojama.

Šaltinis. Verslo žinios, 2005 m., Vasario mėn. 10 d.

8 priedas. Anketa

Šios anketos pagalba siekiama iširti bankinių produktų paslaugų paklausą bei plėtros galimybes. Anketa yra anoniminė. Dėkoju už atsakymus.

1. Ar dažnai naudojate bankų paslaugomis?

- rečiau nei kartą per mėnesį
- kartą per mėnesį
- keletą kartų per mėnesį
- labai dažniai (kiekvieną dieną)

2. Kokių bankų paslaugomis naudojate?

- AB Vilniaus bankas
- AB Hansabankas
- AB Ūkio bankas
- AB Snoro bankas
- AB Nord/LB Lietuva banko
- AB Šiaulių banko
- AB Sampo banko
- AB Parex banko
- Kitų bankų

3. Kas nulemia banko pasirinkimą?:

- patogią geografinę vietą
- aptarnavimo kokybę
- paslaugų ir operacijų įkainiai
- banko įvaizdis
- kita _____

4. Kokiomis bankų paslaugomis naudojate?

- mokesčių mokėjimas
- pavedimų atlikimas
- valiutos pirkimas ar pardavimas
- indėliai
- grynujų pinigų išėmimas
- mokėjimo kortelės
- paskolos

5. Kas Jums nepatinka, kai naudojate bankų paslaugomis?

- nepatogią geografinę vietą
- ilgą žmonių eilę
- dideli paslaugų ir operacijų įkainiai
- nepatogus banko darbo laikas
- ne visas operacijas įmanoma atlikti viename banke
- žema aptarnavimo kokybę

6. Ar turite indėlį banke?

- taip
- ne

7. Jei turite indėlį, tai kokį?

- terminuotą
- neterminuotą
- kaupiamąjį

8. Kas nulėmė banko, kuriame laikote indėlį pasirinkimą?

- banko prestižas
- patogi geografinė vieta
- palūkanų norma
- kokybiškas aptarnavimas
- reklama
- patarė draugai

9. Ar turite mokėjimo kortelę?:

- taip
- ne

10. Kodėl įsigijote mokėjimo kortelę?

- reikėjo darbe
- kad nereikėtų nešiotis grynųjų pinigų
- vykote į užsienį
- patarė draugai
- reikėjo išsiimti kartu naudojantis kitomis banko paslaugomis

11. Kokią mokėjimo kortelę turite?

- Maestro
- Eurocard/Mastercard
- Visa Elektron
- Visa (Classic, Gold)
- American Express
- Elitocard (Klasikinė, Gintarinė)

12. Ar turite paėmę vartojimo paskolą?

- taip
- ne

13. Jei turite, kas lėmė banko pasirinkimą?:

- banko prestižas
- patogi geografinė vieta
- palūkanų norma
- kokybiškas aptarnavimas
- reklama
- patarė draugai

14. Kokiomis žemiau išvardytomis bankų teikiamomis paslaugomis naudojėtės?

- internetinė bankininkystė
- telefoninė bankininkystė
- nesinaudoju

15. Jei naudojate aukščiau nurodytomis paslaugomis, kas lėmė banko pasirinkimą?

- banko prestižas
- patogi geografinė vieta
- kokybiškas aptarnavimas
- reklama
- patarė draugai

16. Kodėl naudojate internetinės bankininkystės ar telefoninės bankininkystės paslaugomis?

- nereikia eiti į banką
- operacijas galima atlikti bet kuriuo laiku
- operacijas galima atlikti Jums patogioje vietoje (namie, darbe)
- mažesni operacijų įkainiai
- kita _____

17. Kodėl nesinaudojate internetinės bankininkystės ir telefoninės bankininkystės paslaugomis?

- nepakankamas saugumas
- sudėtinga atlikti operacijas
- nepakanka informacijos apie šias paslaugas
- neturiu techninių galimybių (kompiuterio, interneto ir pan.)
- kita _____

Informacija apie Jus:

18. Lytis:

- vyras
- moteris

19. Amžius:

- iki 20 metų
- 21 - 30 metų
- 31 - 40 metų
- 41 - 50 metų
- per 50 metų

20. Socialinė padėtis:

- studentas ar moksleivis
- bedarbis
- pensininkas
- tarnautojas
- turiu savo verslą
- darbininkas

21. Gyvenamoji vieta:

- miestas
- kaimas
- kita

22. Jūsų išsilavinimas:

- nebaigtas vidurinis
- vidurinis
- aukštesnysis
- aukštasis

23. Ar naudojate kompiuteriu?:

- nesinaudoju
- naudojuosi darbe
- naudojuosi namie

24. Jūsų pajamos per mėnesį:

- iki 500 litų
- 500 - 1000 litų
- 1000 - 1500 litų
- 1500 - 2500 litų
- daugiau kaip 2500 litų

AČIŪ!!!!!!!

9 priedas. Anketos duomenys

1. Ar dažnai naudojate bankų paslaugomis?	
Rečiau nei kartą per mėnesį	(24) 11%
Kartą per mėnesį	(40) 17%
Keletą kartų per mėnesį	(132) 61%
Labai dažnai (kiekvieną dieną)	(24) 11%

2. Kokių bankų paslaugomis naudojate?	
AB Vilniaus bankas	(102) 23%
AB Hansabankas	(114) 27%
AB Ūkio bankas	(8) 2%
AB Snoro bankas	(52) 12%
AB Nord/LB Lietuva bankas	(32) 8%
AB Šiaulių bankas	(84) 20%
AB Sampo bankas	(16) 4%
AB Parex bankas	(12) 3%
Kitų bankų	(4) 1%

3. Kas nulemia banko pasirinkimą?	
Patogi geografinė vieta	(104) 24%
Aptarnavimo kokybė	(84) 21%
Paslaugų įkainiai	(68) 17%
Banko įvaizdis	(84) 21%
Kita	(68) 17%

4. Kokiomis bankų paslaugomis naudojate?	
Mokesčių mokėjimas	(148) 19%
Pavedimų atlikimas	(96) 12%
Valiutos pirkimas ar pardavimas	(52) 7%
Indėliai	(68) 9%
Grynųjų pinigų išėmimas	(168) 21%
Mokėjimo kortelės	(188) 24%
Paskolos	(64) 8%

5. Kas Jums nepatinka, kai naudojate bankų paslaugomis?

Nepatogi geografinė padėtis	(36) 10%
Ilgos žmonių eilės	(160) 47%
Dideli įkainiai	(48) 14%
Nepatogus darbo laikas	(40) 11%
Ne visas operacijas įmanoma atlikti viename banke	(40) 11%
Žema aptarnavimo kokybė	(24) 7%

6. Ar turite indėlių banke?	
Taip	(108) 49%
Ne	(112) 51%

7. Jei turite indėlių, tai kokį?	
Terminuotą	(68) 49%
Neterminuotą	(56) 40%
Kaupiamąjį	(24) 11%

8. Kas nulėmė banko, kuriame laikote indėlių pasirinkimą?	
Banko prestižas	(32)14%
Patogi geografinė vieta	(28)13%
Palūkanų norma	(120) 55%
Kokybiškas aptarnavimas	(24) 6%
Reklama	(12)10%
Patarė draugai	(4) 2%

9. Ar turite mokėjimo kortelę?:	
Taip	(216) 95%
Ne	(4) 5%

10. Kodėl įsigijote mokėjimo kortelę?	
Reikėjo darbe	(124) 55%
Kad nereikėtų nešiotis grynųjų pinigų	(48) 22%
Vykote į užsienį	(30) 10%
Patarė draugai	
Reikėjo išsiimti kartu naudojantis kitomis banko paslaugomis	(28)13%

11. Kokią mokėjimo kortelę turite?	
Maestro	(112) 30%
Eurocard/Mastercard	(44) 12%
Visa Elektron	(144) 38%
Visa (Classic, Gold)	(28) 8%
American Exspress	(8) 2%
Elitocard (Klasikinė, Gintarinė)	(36) 10%

12. Ar turite paėmę vartojimo paskolą?	
Taip	(52) 24%
Ne	(168) 76%

13. Jei turite, kas lėmė banko pasirinkimą?:	
Banko prestižas	(16) 12%

Patogi geografinė padėtis	(28) 22%
Palūkanų norma	(28) 22%
Kokybiškas aptarnavimas	(28) 22%
Reklama	(16) 12%
Patarė draugai	(12) 10%

14. Kokiomis žemiau išvardintomis bankų teikiamomis paslaugomis naudojate?

Internetinė bankininkystė	(204) 64%
Telefoninė bankininkystė	(45) 14%
Nesinaudoju	(70) 22%

15. Jei naudojate aukščiau nurodytomis paslaugomis, kas lėmė banko pasirinkimą?

Banko prestižas	(60) 20%
Patogi geografinė vieta	(44) 15%
Kokybiškas aptarnavimas	(96) 32%
Reklama	(48) 16%
Patarė draugai	(52) 17%

16. Kodėl naudojate internetinės bankininkystės ar telefoninės bankininkystės paslaugomis?

Nereikia eiti į banką	(168) 41%
Operacijas galima atlikti bet kuriuo laiku	(100) 24%
Operacijas galima atlikti jums patogioje vietoje (darbe, namie)	(124) 30%
Kita	(20) 5%

17. Kodėl nesinaudojate šiomis banko paslaugomis (internetinė bankininkystė, telefoninė bankininkystė)?

Nepakankamas saugumas	(20) 13%
Sudėtinga naudotis	(20) 13%
Nepakanka informacijos	(72) 45%
Neturiu techninių galimybių (kompiuterio, interneto)	(16) 9%
Kita	(32) 20%

18. Lytis:

Vyras	(112) 52%
Moteris	(108) 48%

19. Amžius:

iki 20 metų	(12) 5%
21 - 30 metų	(148) 71%
31 - 40 metų	(40) 16%
41 - 50 metų	(8) 3%
per 50 metų	(12) 5%

20. Socialinė padėtis:

Studentas/moksleivis	(18) 8%
Bedarbis	(8) 4%
Pensininkas	(16) 7.9%
Tarnautojas	(136) 62%
Darbininkas	(30) 14%
Turiu savo verslą	(12) 5%

21. Gyvenamoji vieta:

Miestas	(192) 88%
Kaimas	(20) 9%
Kita	(8) 3%

22. Jūsų išsilavinimas:

Nebaigtas vidurinis	(16) 7%
Vidurinis	(32) 15%
Aukštesnysis	(32) 15%
Aukštasis	(140) 63%

23. Ar naudojate kompiuterį?:

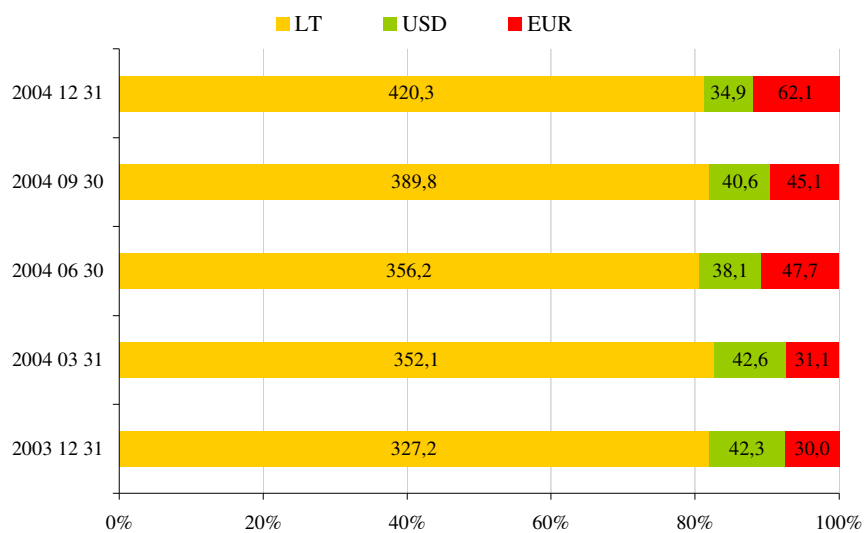
Nesinaudoju	(8) 2%
Naudojuosiu namie	(200) 52%
Naudojuosiu darbe	(176) 46%

24. Jūsų pajamos per mėnesį:

iki 500 litų	(20) 8%
500 -1000 litų	(60) 31%
1000 - 1500 litų	(84) 39%
1500 - 2500 litų	(40) 16%
daugiau kaip 2500 litų	(16) 6%

10 Priedas. AB Šiaulių bankas teikiamos paslaugos:

- atidaro atsiskaitomąsias sąskaitas užsienio valiuta Lietuvos ir užsienio fiziniams ir juridiniams asmenims (galimas tokių sąskaitų valdymas teleksu, raktuotu faksu)
- SB linija – sąskaitų valdymas internetu
- iš banko klientų priima atsiskaitomuosius dokumentus, įskaito lėšas ar nurašo jas nuo klientų sąskaitų, išduoda sąskaitų išrašus
- atlieka operacijas grynais pinigais
- priima indėlius ir kitas gražintinas lėšas į klientams atidarytas sąskaitas litais ir jas tvarko
- per bankus - korespondentus atlieka atsiskaitymus visomis pagrindinėmis užsienio valiutomis (tiek laisvai konvertuojamomis, tiek riboto konvertavimo)
- perka, parduoda bei apmoka kelioninius čekius pagrindinėmis užsienio valiutomis
- parduoda užsienio bankų čekius
- išleidžia ir apmoka (inkasavimo būdu) bankinius čekius litais ir konvertuojama valiuta fiziniams ir juridiniams asmenims
- atlieka operacijas su dokumentiniais akredityvais ir dokumentiniais inkaso
- platina EC/MC Standard, Business, Gold mokėjimo korteles
- išduoda grynus pinigus pagal VISA ir MASTER CARD kreditines korteles
- platina ETN nuolaidų kortelę
- perka ir parduoda daugelį valiutų sutartinėmis kainomis pervedimu
- perka ir parduoda gryną užsienio valiutą už litus bei keičia į kitą užsienio valiutą, didesniems kiekiams taikant sutartines kainas
- perka ir parduoda akcijas Nacionalinėje vertybinių popierių biržoje
- perka ir parduoda Lietuvos Vyriausybės vertybinius popierius
- registruoja vertybinius popierius Vertybinių popierių komisijoje
- teikia konsultacijas vertybinių popierių išleidimo ir apyvartos klausimais
- teikia paslaugas ir konsultacijas klientų investicijų tvarkymo klausimais
- atlieka nekilnojamo ir kilnojamo turto įvertinimą
- teikia paskolas ūkio subjektams ir fiziniams asmenims
- teikia ilgalaikius kreditus, gautus Lietuvos Respublikos vardu iš tarptautinių organizacijų

11 priedas. AB Šiaulių bankas indėliai pagal valiutas 2003 – 2004 m., mln. Lt.

12 priedas. AB Šiaulių bankas paskolų portfelis pagal valiutas, mln. Lt. 2003 – 2004 m.