

# **INOVACIJE BANKARSIH PROIZVODA I USLUGA U FUNKCIJI RASTA I RAZVOJA POSLOVANJA BANAKA**

## **INNOVATIO IN BANKING PRODUCTS AND SERVICES IN FUNCTION OF GROWTH AND DEVELOPMENT OF BANKS**

**Pjanić Miloš**, diplomirani ekonomista  
Univerzitet u Novom Sadu  
Ekonomski fakultet Subotica

**Darko Marjanović**, magistar ekonomskih nauka  
Univerzitet u Novom Sadu  
Ekonomski fakultet Subotica

Moderan životni ritam i razvoj tehnologije izuzetno utiču na razvoj bankarskog poslovanja. U uslovima sve većih institucionalnih, organizacionih i funkcionalnih promena u bankarstvu, sve više su izražene potrebe, za korišćenjem informacionih sistema u bankama uz proaktivnu tržišnu orijentaciju banaka, uvek usmerenu na građenje dugotrajnih partnerskih odnosa sa klijentima, koji su u fokusu interesovanja. Dostupnost različitih, prilagodljivih i cenovno konkurentnih bankarskih proizvoda i usluga uz upotrebu modernih tehnologija, postaje temelj današnjeg bankarstva i društva. Proces inovacija bankarskih proizvoda i usluga dobija sve više na značaju sa deregulacijom finansijskih sistema i prisustvom sve veće konkurencije na finansijskim tržištima. Banke u razvijenim finansijskim sistemima sve više nude klijentima integrisane pakete finansijskih usluga. Fokusiranost na klijenta, stalna komunikacija sa klijentima, zaokružena ponuda savremenih proizvoda, visok kvalitet usluge, stalne inovacije i profesionalizam zaposlenih, predstavljaju ključne faktore za širenje uspeha i razvoja poslovanja banaka.

Ključne reči: banka, bankarski proizvodi, bankarske usluge, klijenti.

Modern rhythm of everyday life and development of technology significantly affect development of banking business. In conditions of increasing institutional, organizational and functional changes in banking, stronger needs arise for using information systems in banks with proactive market orientation of banks, always aimed at building long-term partnership with clients, which are the focus of interest. The availability of different, flexible and price-competitive banking products and services using modern technology becomes the foundation of today's banking and society. The process of innovation of banking products and services is getting more and more important with all financial deregulation and the presence of increasing competition in financial markets. Banks in developed financial systems increasingly offer their customers integrated packages of financial services. Focus on the client, constant communication with clients, a broad range of contemporary products, high quality services, continuous innovation and professionalism of employees, make the key success factors for the expansion and development of banks.

Key words: bank, banking products, banking services, customers.

## Uvod

Cilj današnjih bankarskih organizacija je ponuditi što više usluga klijentu i uslužiti ga na jednom mestu. Prisutne su i banke koje su specijalizovane za pružanje pojedinih vrsta usluga za pojedine tržišne segmente i izabrana tržišta. Ponuda banke, odnosno asortiman bankarskih usluga na međunarodnom tržištu, zavisi od brojnih faktora koje možemo podeliti na dve grupe - interni i eksterni faktori. U interne faktore koji opredeljuju izbor asortimana bankarskih usluga spadaju: veličina banke, organizaciona struktura, kadrovski potencijali, mogućnost pribavljanja finansijskih sredstava i sl. Eksterni faktori izraženi su kroz tržišne zahteve i uticaj važećih propisa u pojedinim zemljama. Na međunarodnom tržištu javlja se tražnja za veoma raznovrsnim bankarskim uslugama u koje spadaju:

- Kreditiranje pojedinaca ili domaćinstava (poslovi sa stanovništvom u manjim iznosima)
- Kreditiranje kompanija, korporacija i vladinih institucija većim iznosima (poslovno bankarstvo)
- Operacije na tržištu novca - plasman sredstava kod drugih banaka i finansijskih posrednika
- Finansiranje proizvodnje, trgovine itd.

U uslovima oštre međunarodne konkurencije, banke a naročito transnacionalne bankarske organizacije, teže da se putem prilagođavanja svoje ponude maksimalno približe zahtevima postojećih i potencijalnih korisnika, i na taj način ostvare odgovarajuću konkurentsku prednost. U poslednje vreme javlja se "pojačana" ponuda bankarskih usluga investicionim konsalting uslugama i netipičnim bankarskim poslovima kao što su finansijski lizing, faktoring, forfeting, kastodi poslovi itd. Primera radi, kao najizraženija pojava u ponudi stranih bankarskih institucija na tržištu Srbije, može se navesti finansijski lizing u kupovini novih i polovnih automobila, opreme i sl.

Zbog porasta konkurencije u globalnim razmerama, promene u poslovnim filozofijama banaka bile su neizbežne. Premda je već napravljen veliki iskorak, proces prelaza s tradicionalnoga na novi pristup klijentima još je u toku, kako u razvijenim, tako i u tranzicionim zemljama.

Jedan od novih spletova proizvoda i usluga, koje su banke započele nuditi u devedesetim godinama 20. veka, a sigurno će ga nastaviti razvijati i u sledećim decenijama, poznat je pod nazivom **samouslužno bankarstvo**. Pojam samouslužno bankarstvo znači korišćenje novih tehnoloških rešenja u bankarskom sektoru, kojima se omogućuje da izvan vremenskih i prostornih granica što ih je uspostavilo tradicionalno bankarstvo korisnici samostalno, uz pomoć računarske mreže obavljaju novčane transakcije (novim distribucijskim kanalima). Najraširenije su usluge samouslužnoga bankarstva usluge bankomata, EFTPOS, bankomat-menjačnice, zatim usluge Telebankinga, Home Bankinga, Internet Banking, usluge preko SMS, Mpay i sl.

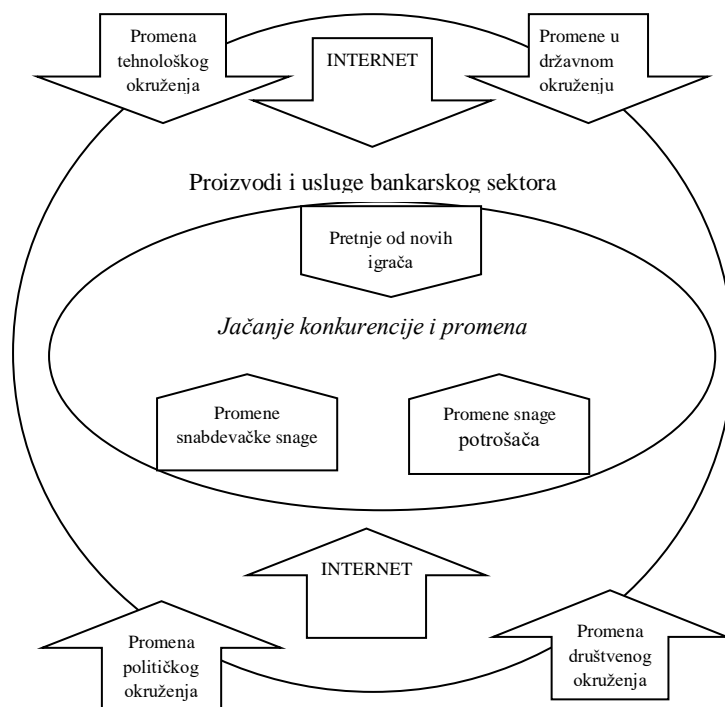
Inovacije u oblasti međunarodnog bankarstva obuhvataju ne samo ponudu novih i raznovrsnih usluga nego i osavremenjivanje tehnike i tehnologije. Razvoj i primena novih tehnika i informacione tehnologije doprinose višem nivou kvaliteta bankarskih usluga i formiranju pozitivnog imidža banke. Može se reći da informaciona tehnologija ima globalnu ulogu u osvajanju tržišnih pozicija banke i stvara konkurentsku prednost u određenim segmentima. Sa poboljšanjem tehničko-tehnološke opremljenosti banaka, došlo se do pojave raznih oblika finansijskih inovacija. Najznačajnija inovacija je otvaranje novih tržišta, što je omogućeno deregulacijom finansijskog poslovanja (oslobađanjem finansijskog tržišta od velike državne i zakonske kontrole). Sigurno je da su tehnološke inovacije, pogotovo kompjuterizacija banaka, izazvale nove trendove u bankarskom poslovanju. Efekti tehnološke inovacije u bankarstvu ogledaju se u pojavi novih kanala distribucije i pojavi novih bankarskih proizvoda i usluga. Drugim rečima, danas se nalazimo u fazi postepenog prelaska sa tradicionalnog bankarstva na elektronsko bankarstvo (e-banking) i upotrebu elektronskog novca.

Bankarstvo je na kraju dvadesetoga i početke dvadeset i prvog veka u svim zemljama širom sveta prolazilo i prolazi kroz značajne promene. Bankarski sektor oblikuje se pod uticajem različitih spoljašnjih i unutrašnjih faktora koji utiču na organizacionu strukturu banaka. U svetu su se razvile i usvojile nove tehnologije koje su doprinele globalizaciji novčanih tokova i razvijanju finansijskih organizacija. Primena ovih tehnologija omogućila je razvijanje i stvaranje novih proizvoda i usluga i promenu u strukturi i veličini potražnje na tržištu bankarskih proizvoda i usluga što je vršilo pojačan pritisak na svaku banku da poveća sopstvenu efikasnost radi povećanja profitabilnosti i opstanka na tržištu.

## Moderno bankarstvo

Uvođenje novih tehnologija utiče i na kadrovska rešenja banaka. Tako danas banke sve više traže ljude s novim znanjima i iskustvima. Sve više zapošljavaju mlade ljude, a sa druge strane, prisiljene su otpuštati ljude srednje i starije radne dobi, jer ih na to prisiljava konkurencija, odnosno nova tehnologija, uvođenjem koje se smanjuje broj potrebnih radnika, a naročito onih bez novih znanja i veština.

Sve veći broj novih finansijskih posrednika ulazi u poslove koji su nekada tradicionalno bili bankarski, pa na taj način jačaju konkurenciju unutar bankarskoga sektora. Novi, koristeći se novim tehnologijama, postižu to da njihovi troškovi budu niži i da im izgledi za opstanak budu veći.



Slika 1. Uticaji faktora okruženja na bankarski sektor

Naznačene će promene sve više uticati i na strukturu i na način isporuke proizvoda i usluga koji će im biti nuđeni. Tako će se te promene odraziti i na bankarski sektor. Pored toga je moguće očekivati da će sve veći broj ljudi raditi kraće radno vreme, povremeno ili posao obavljati kod kuće, što će još jače uticati na promenu strukture ponude bankarskoga sektora. Budući da je tradicionalno mišljenje da tehnologija veoma snažno utiče na proizvodnost i profitabilnost, može se očekivati da će ona i u narednim decenijama biti glavni pokretač promena u bankarskom sektoru.

Moderno bankarstvo karakteriše svojevrsna centralizacija koju omogućuje primena novih tehnologija. Stvaranju povoljnijih uslova za razvijanje modernoga bankarstva doprinosi i to da je svakim danom sve veći broj informatički pismenih ljudi, informatizovanih radnih mesta i da su troškovi pružanja novih proizvoda i usluga sve niži, što sve većem broju klijenata omogućuje njihovo korišćenje.

Mogućnosti koje pružaju nove komunikacijske tehnologije doprinele su s vremenom razvitku i ponudi novih proizvoda i usluga u bankarskom sektoru. Prednosti koje su bankarskom sektoru pružile primene novih tehnologija su:

- *Snižavanje troškova.* Brojna su istraživanja pokazala da je pružanje usluga, kao što je, npr., bezgotovinsko plaćanja nekim od načina samouslužnoga bankarstva, višestruko jeftinija od onoga na šalteru u poslovnici banke.

- *Povećanje tržišnoga udela.* Banke koje su uvele neku od usluga samouslužnoga bankarstva veoma su brzo privukle klijente banaka koje to nisu učinile.

- *Masovna komunikacija.* Primena novih tehnologija u samouslužnome bankarstvu omogućuje masovnu komunikaciju uz veoma niske troškove (Internet).

- *Bolja komunikacija s korisnicima.* Nove tehnologije omogućuju razvijanje marketinških aktivnosti preko web stranice na jeftiniji i efikasniji način.

- *Inovacije.* Nove tehnologije omogućuju i uvođenje novih usluga i proizvoda bankarskoga sektora. Npr., za otvaranje novoga računa štediša ne mora otići u banku za radnog vremena, već to može lično učiniti kada mu je najzgodnije koristeći se Internetom.

- *Razvijanje novih delatnosti.* Koristeći se novim tehnologijama mnoge su banke svojim klijentima pružile i usluge osiguranja i trgovinu vrednosnim papirima koje tradicionalne banke nisu pružale.

Moderno se bankarstvo zasniva na novoj, tržišnoj filozofiji, koja polazi od sledećega:

- klijent zna šta hoće i znaće prepoznati banku koja ću mu to najbolje pružiti,
- odluke o proizvodima/uslugama nikada ne oblikovati bez saradnje s klijentom,
- potreban je veliki broj varijacija u ponudi bankarskih proizvoda/usluga,
- ponuda mora nadmašiti potražnju za bankarskim proizvodima/uslugama.

U praksi modernoga bankarstva to znači sledeće:

- naglasak se stavlja na istraživanje tržišta,
- zaposleni se intenzivno podučavaju radi unapređenja veština u pružanju usluga klijentima,
- naglasak je na ostvarenju dohotka od naknada (provizije), a ne od kamata.

U poslednjim godinama zbog jačanja konkurencije, posebno iz nebankarskog sektora, zbog primjene novih tehnologija i deregulacije finansijskoga sektora, potrebno je promeniti i odnos, između klijenta i banke. Tako danas teorija i praksa poznaju novu filozofiju u bankarstvu, a ona ide za tim da se vrednost pruži klijentima – **nova filozofija**.

Tri glavna poslovna modela samouslužnoga bankarstva u Europi:

a) *Upravljanje odnosima s klijentom.* U ovome modelu banka je usresređena na upravljanje odnosom između banke i klijenta, sa ciljem da se razvije i očuva dugoročna uspešna saradnja. Glavna su meta klijenti velike finansijske snage, kojima banka nastoji biti ekskluzivni pružatelj bankarskih usluga. Taj pristup uključuje razvijanje i ponudu veoma širokog asortimana proizvoda i usluga koji su podržani snažnim naporima različitih savetnika čije usluge banka nudi klijentima. Usluge su dostupne preko Interneta i/ili telefonom 24 sata dnevno, sedam dana nedeljno (model 24x7).

b) *Specijalisti za određene potrebe (biti vodeći u pružanju usluga za manji tržišni segment).* U ovome modelu banka je usresređena na rešavanje određene vrste problema klijenata. Banke zaračunavaju visoke naknade svojim klijentima zato što im pružaju veoma specifične i sofisticirane usluge. Unutar ovoga modela postoje tri glavna područja specijalizacije: investiranje, upravljanje fondovima i bankarski krediti.

c) *Niže cene usluga.* U ovome modelu banka pruža standardizirane usluge velikome broju klijenata, pa postiže niže jedinične troškove i niže cene usluga. U takvoj su situaciji Internet i telefonija, zbog svojih specifičnih karakteristika brzine, prilagodljivosti i niskih cena idealan distribucijski kanal bankarskih usluga.

Prednosti samouslužnog bankarstva:

	Prednosti
Banka	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poboljšani ugled na tržištu - percepcija o banci koja je vodeća u primeni novih tehnologija</li> <li>- Smanjenje transakcionih troškova</li> <li>- Bolje i brže reakcije na promene u okruženju</li> <li>- Veći prodor na tržište – uslugama samouslužnoga bankarstva može se pristupiti bez prostornog i vremenskog ograničenja</li> <li>- Korišćenje Interneta radi oglašavanja/prodaje novih finansijskih proizvoda</li> </ul>
Klijent – fizička osoba	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Niži troškovi pristupa i korišćenja bankarskih usluga</li> <li>- Povećanje zadovoljstva zbog uštede vremena – transakcije se mogu obavljati 24 sata dnevno, bez fizičkoga dolaska u banku</li> <li>- Brzina obavljanja transakcija</li> <li>- Bolje administriranje fondovima – svaka je transakcija zabeležena u digitalnom obliku i može se analizirati pre pokretanja nove transakcije</li> </ul>
Klijent – pravna osoba	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Smanjeni troškovi pristupa i korišćenja bankarskih usluga</li> <li>- Brz i kontinuirani pristup informacijama</li> <li>- Povećanje zadovoljstva zbog uštede vremena – transakcije se mogu obavljati 24 sata dnevno, bez fizičkoga dolaska u banku</li> <li>- Brzina obavljanja transakcija</li> <li>- Bolje administriranje fondovima – svaka je transakcija zabeležena u digitalnom obliku i može se analizirati pre pokretanja nove transakcije</li> </ul>

Tabela 1. Prednosti samouslužnog bankarstva.

## **Samouslužno bankarstvo u Srbiji**

Sve izraženija konkurencija na tržištu, po pravilu, dovodi ne samo do smanjenja cene bankarskih proizvoda već i do podizanja kvaliteta usluga koje banke nude klijentima. Uбудućе, bankama će biti teže ne samo da privuku nove, nego i da zadrže postojeće klijente, što će neminovno dovesti do ponude palete novih proizvoda i podizanja kvaliteta bankarskih usluga, a naročito samouslužnog bankarstva. Svetsko tržište elektronskog plaćanja sve više se usavršava, donoseći brojne pogodnosti korisnicima samouslužnog bankarstva. Trend prelaska sa gotovine na razne oblike samouslužnog bankarstva zahvatio je i Srbiju, pa sve veći broj ljudi svakodnevno koristi pogodnosti elektronskog plaćanja. U poređenju sa gotovinskim plaćanjem, samouslužno bankarstvo omogućava brže transakcije, što za običnog čoveka znači manje čekanja u redovima, više slobodnog vremena, ali i prestanak brige da li ima dovoljno gotovine u novčaniku.

Danas banke, na osnovu dostignuća i primene moderne informatičke i komunikacione tehnologije, u Srbiji, na svojim Web stranicama, nude usluge samouslužnog bankarstva namenjene građanima, čime im omogućavaju lični i direktni uvid u stanje i promet na računima koje imaju u banci. Koristeći prednosti samouslužnog bankarstva, klijenti u svakom trenutku mogu imati kontrolu nad svojim finansijskim stanjem, dobiti željene informacije, ali i realizovati neke finansijske usluge, i to s bilo kog mesta, bez dolaska u banku, 24 sata dnevno, svih sedam dana u nedelji (sistem 24x7). Usluge samouslužnog bankarstva omogućavaju klijentima, pored ostalih, i sledeće pogodnosti: uvid u stanje i promet na dinarskim i deviznim računima, pregled nerealizovanih čekova, informacije o kreditima, pregled potrošnje sa platnim karticama, blokada kartice u slučaju da je

izgubljena ili ukradena, pregled kursnih lista, prenosi sredstava između dinarskih računa u banci i između deviznih računa sa ili bez konverzije valuta, menjački poslovi – prodaja deviza sa deviznih računa i prenos dinarske protivvrednosti na dinarski račun, elektronsko plaćanje predefinisanih naloga – mogućnost da koristite uslugu elektronskog plaćanja računa bez dolaska u banku. To uključuje i Internet (Web i elektronsku poštu), ali i WAP, faksove, govorne automate, SMS poruke i bankomate. Klijenti, odnosno korisnici samouslužnog bankarstva, mogu u svako vreme saznati o svemu napred navedenom, na bilo koji od ovih načina, a većina kanala može poslužiti i za korisničke usluge, poput kursne liste, kalkulatora kamate i informacija o bankarskim uslugama.

Za stanovnike Srbije, Internet bankarstvo je najjeftiniji oblik bankarskih usluga, sa širokim asortimanom ponude bankarskih proizvoda, dostupan 24 časa i sa izazovima za dalji razvoj i inoviranje novih usluga i ponude klijentima. Prihvatajući značaj novih usluga i dijamant konkurentnosti, banke, na Internetu, pored prezentacije postojećih, (koristeći nove mogućnosti informatičkih tehnologija), konstantno kreiraju nove ponude i širok spektar bankarskih proizvoda i usluga. Ponuda širokog asortimana bankarskih inovacija, kao, na primer, virtualne poslovnice, zatim, specijalne finansijsko-softerske programe koji brinu o poslovanju klijenata, plaćanje elektronskim novcem, plaćanje tzv. pametnim karticama (Smart Cards) i slično, sve su izraženije prisutne u javnosti i na sajtovima banaka i zauzimaju dominantno mesto u promocijnim aktivnostima.

Istraživanja pokazuju da su sve banke u Srbiji uspostavile uspešnu komunikaciju sa svojim klijentima putem web sajta, odnosno Interneta, kao savremenim vidom komunikacije i distribucije proizvoda i usluga. Kao najbolji primer ističe se najuspešnija banka u Srbiji, Banca Intesa, kao lider u regionu sa svojom ponudom inovativnih proizvoda i usluga, fokusirajući se na posvećenost klijentima odnosno njihovo zadovoljstvo.

U skladu sa svojim opredeljenjem da poslovni uspeh osim finansijskim rezultatom i tržišnom pozicijom, meri i zadovoljstvom klijenata, Banka Intesa je pokrenula program pod nazivom »Slušamo Vas 100%« Ovaj program razvijen u skladu sa metodologijom Evropskog Indeksa zadovoljstva kupaca, obuhvata trajno i kontinuirano praćenje i merenje zadovoljstva klijenata proizvodima i uslugama Banke sa ciljem unapređivanja kvaliteta usluga i povećanja zadovoljstva klijenata. Slušajući svoje klijente Banka je u mogućnosti da bolje upozna i razume njihove potrebe, kako bi na najbolji mogući način na njih odgovorila i tako stvorila još bolje uslove za uspostavljanje dugoročnih partnerskih odnosa. Krajnji cilj ovog programa jeste unapređenje odnosa na relaciji Banka-Klijent, sa snažnim fokusom na zadovoljstvo klijenata i unapređenje kvaliteta proizvoda i usluga. Slušanje i uvažavanje mišljenja i stavova klijenata i razumevanje njihovih potreba je osnova kulture usluge Banke.

U nameri da dodatno unapredimo kvalitet servisa, našim klijentima omogućili smo da putem telefona koriste sledeće usluge:

- plaćanje unapred prijavljenih mesečnih računa
- kupovina i prodaja deviza
- prenos sredstava i izmirivanje obaveza po kreditnim karticama
- provera stanja na računima i platnim karticama.

Ovaj servis predstavlja značajno olakšanje za klijente, jer je procedura jako jednostavna i traje svega nekoliko minuta. Ukoliko klijent želi da koristi usluge telefonskog bankarstva, neophodno je da Banci prijavi svoj broj telefona, a zatim i dobije LIB (lični identifikacioni broj) u bilo kojoj ekspozituri prilikom prijave na On-line servis Banke.

Banka po ugledu na svetske trendove prva na tržištu inicirala je prodaju različitih proizvoda osiguranja u svojim ekspoziturama. U cilju da klijentima učini život lakšim sada se na jednom mestu mogu završiti više različitih poslova, prodaju polisa kao što su polisa osiguranja domaćinstva, osiguranja života, kasko osiguranja vozila i štednog osiguranja života. U svetu je prodaja proizvoda osiguranja u bankama započela još početkom devedestih kada je stvoren koncept "bankassurance" odnosno bankarskog osiguranja, koji predstavlja prodaju proizvoda osiguranja posredstvom mreže ekspozitura banaka. Saradnja banaka i osiguranja pokazala se veoma uspešnom, a banke su neprestano uvećavale svoj udeo u ukupnoj prodaji

siguranja. Dodavanjem osiguravajućih usluga svojoj ponudi, banka obezbeđuje širu lepezu usluga klijentima, dok osiguravajuće kompanije preko bankarskih ekspozitura dobijaju razgranatiju distribucionu mrežu. Banke kao kanal prodaje životnih osiguranja imaju značajnu ulogu u velikom broju zemalja Evropske unije, na primer u Španiji se 73% ukupnih ugovorenih polisa životnog osiguranja proda preko banaka, a u Francuskoj i Italiji više od 60% .

Građani u ekspoziturama Banke mogu da koriste usluge posredovanja u trgovanju akcijama i obveznicama devizne štednje na Beogradskoj berzi, kao i da obavljaju ostale berzanske poslove sa hartijama od vrednosti. Banka je uvođenjem ove usluge klijentima omogućila da uz najniže troškove, jednostavno i brzo prodaju svoje akcije i obveznice, ali i da svoja slobodna sredstva ulažu u rastuće tržište akcija. Na ovaj način je građanima iz različitih delova zemlje omogućen brži, bolji i jeftiniji pristup berzi, jer sve poslove sa hartijama od vrednosti mogu obaviti na jednom mestu.

Uvođenjem **brokerskih usluga** Banka je uspela da na najbolji način kombinuje čitav spektar usluga koji klijentima stoji na raspolaganju, jer osim usluga vezanih za rukovanje novcem, dodala je sve usluge iz oblasti poslovanja sa hartijama od vrednosti kako bi klijentima izašla u susret i omogućila im da sve potrebe zadovolje preko jedne banke.

Osnovna komparativna prednost u odnosu na brokerske kuće, ali i na druge banke, ogleda se u mogućnosti da sve usluge vezane za hartije od vrednosti pruži na jednom mestu, preko jedne od najjačih i najbolje organizovanih mreža ekspozitura u zemlji, što klijentima omogućava izuzetne uštede u vremenu, ali što je najvažnije po konkurentskim cenama i uz zavidan kvalitet.

**Affinity platne kartice** rađaju se kao rezultat saradnje između Banke i jedne ili više neprofitnih organizacija sa ciljem da potpomognu ostvarenje viših ciljeva. Banka se odlukom na ovakvu saradnju odriče dela profita u korist organizacije sa kojom ostvaruje saradnju, odnosno u korist samog korisnika Affinity platne kartice.

Ove kartice namenjene su pre svega pravnim licima, članovima Privredne komore Beograda - vlasnicima kompanija, zaposlenima, članovima njihovih porodica, ali i svim građanima koji u karakteristikama ovih kartica pronadu benefite za sebe. Svi korisnici ovih biznis kartica oslobođeni su troškova plaćanja godišnje članarine za ceo rok važenja ovih kartica, dok su korisnici kartica koje su namenjena fizičkim licima, oslobođeni navedenog troška u prvoj godini korišćenja.

Za sve Affinity platne kartice Privredna komora - Banca Intesa razvijen je poseban cash-back sistem koji podrazumeva da trgovci sa kojima Banka i Privredna komora Beograda imaju ugovorenu saradnju, korisnicima ovih kartica odobravaju popust u određenom procentu na celokupan prodajni asortiman.

**American Express Green kreditna kartica** namenjena članovima Lekarske komore Srbije. Kroz saradnju sa Lekarskom komorom Srbije „rodila se“ American Express Green kreditna kartica koja je namenjena isključivo članovima Lekarske komore Srbije. Ova Affinity platna kartica svojim korisnicima omogućava pametan način svakodnevnog plaćanja uz standardne benefite koje inače nudi standardna American Express Green platna kartica, ali i dodatne privilegije rezervisane samo za naše lekare kakve su niža kamatna stopa i bez troškova članarine u prvoj godini korišćenja.

**Skala štednja.** Trenutni uslovi na finansijskim tržištima upućuju na suzdržanost i štednju kao najbolji način da se doprinese jačanju ekonomske stabilnosti. Bankarski sektor u Srbiji je visoko kapitalizovan, rezerve banaka kod NBS su visoke i nema bojazni za sigurnost depozita. Banca Intesa, kao vodeća banka, štednji pridaje strateski značaj, i u tom smislu je povećala kamatu na 8% za štedne uloge oročene na 12 i više meseci, kako bi ohrabрила štednju građana.

Jedan od načina da se stimuliše štednja u dinarima bilo je uvođenje novog štednog proizvoda po nazivom "SKALA štednja" koji šteditelja omogućava da uz mesečno uvećavanje početnog uloga na kraju roka oročenja od 12 meseci dostignu kamatu od 20% godišnje. Pogodnost je što je povećanje štednje moguće i prenosom sredstava putem trajnog naloga sa svih tipova dinarskih i deviznih računa u fiksnom iznosu, te šteditelji nisu u obavezi da dolaze u banku kako bi izvršili novu uplatu. Depozit za "SKALA štednja" mogu položiti sva fizička lica, bili oni rezidenti ili ne, ukoliko uz ličnu kartu otvore dinarski račun u bilo kojoj od ekspozitura banke i na njega polože minimalni početni ulog u iznosu od 5000 dinara.

**Gift Card** - poklon dopunjivoj kartici koja kosnicima osim udobne kupovine omogućava i niz popusta i pogodnosti na više od 50 prodajnih mesta. Ove dopunjive poklon karlice su jedinstvene po tome što imaju ugrađenu najsavremeniju beskontaktnu Maestro®PayPass™ tehnologiju koja omogućava najbrže plaćanje na veoma bezbedan način. Jednostavnim priloženjem kartice čitaču obeleženim PayPass znakom moguće je platiti iznose do 25 evra protivvrednosti bez unošenja PIN koda. Ova kartica je idealna za plaćanje manjih iznosa gde je brzina transakcije važna, a i dalje bezbedna i sigurna za korišćenje kao sve druge platne kartice u izdanju Banke i prihvaćena na milionima prodajnih mesta širom sveta. Gift Card ima i magnetnu traku i čip, pa se za plaćanje većih iznosa kao i na prodajnim mestima koja nemaju PayPass čitače, može koristiti na uobičajen način. Ono što ovu karticu čini posebnom je da ona nije personalizovana, što znači da na njoj ne piše ime korisnika, ali ima svoj broj i iz tog razloga je „prenosiva“ sa jednog korisnika na drugog. Kartica je dostupna svim punoletnim građanima.

**Easy Travel Card (ETC)** kartica je multifunkcionalna kartica koja objedinjuje identifikacionu studentsku karticu, benefit karticu Easy Travel Card (ETC) i platnu karticu Banca Intesa Visa Electron namenjenu studentima svih univerziteta i visokih škola bez obzira na status i godine studenta. Nova ETC kartica, pored vizuelne identifikacije putem digitalne fotografije vlasnika kartice na prednjoj strani, ima i platnu funkciju zahvaljujući Banca Intesa i Visa Electron Chip tehnologiji. U okviru ovog paketa studentima je omogućeno besplatno otvaranje i održavanje tekućeg računa, plaćanje roba i usluga kako u zemlji tako i u inostranstvu, plaćanje prijave ispita, podizanje gotovine na bankomatima i šalterima banaka, kao i plaćanje na Internetu. Karticu može dopuniti bilo ko, bez provizije, što je idealan način da roditelji studentima uplaćuju džeparac, čak i kada ne žive u istom gradu.

ETC je debitna kartica kod koje je raspoloživo stanje određeno visinom sredstava na računu, a na raspolaganju je sav novac bez ikakvih dodatnih troškova poput troškova održavanja računa ili kamate. S obzirom da je ETC benefit kartica, ona sa sobom nosi sve pogodnosti koje su inače vezane za žig Easy Travel Card. Neke od prednosti su: popust od 10 do 75 odsto pri kupovini putničkih karata u autobuskom saobraćaju i to kod 40 najvećih prevoznika putnika, popust do 50 odsto pri putovanju železnicom kod tri regionalne železnice (Srbija, Crna Gora i Republika Srpska), popust od 25 do 40 odsto na kupovinu avio karata Montenegro Airlines, popusti u brojnim pozorištima i drugim objektima kulture, bazenima i sportskim objektima, fotokopirnicama, knjižarama, bibliotekama, školama kompjutera i stranih jezika, auto školama, turističkim agencijama itd.



## Zaključak

U uslovima globalizacije, na sadašnjem stepenu razvitka, bankarstvo je duboko zahvaćeno političkim, privrednim, tehnološkim i demografskim promenama. Sa stanovišta poslovne filozofije i strategije, savremeno bankarstvo karakteriše nova filozofija i stav bankara da „klijent više nije kralj nego diktator“, jer zbog brzine i kvaliteta informacija klijenti mogu veoma brzo da odluče kojoj će banci dati poverenje. Da bi se dostigle razvijene zemlje, potrebno je ulaganje banaka, ali i države. Srbija je vodeća zemlja u regionu u primeni (e-banking), ali i pored toga treba dosta ulaganja, kako bi ovakav vid usluge u potpunosti zaživeo i dostigao nivo razvijenih zemalja. Za širenje e-bankarstva odgovorne su, pre svega banke, ali i država.

Zadatak države je da građanima i preduzećima obezbedi dobre telekomunikacione veze i omogući bolji i jeftiniji pristup računarima. Da građani ne bi stajali u redovima pred šalterima na dan isplate plata ili penzija i opet, sledećeg dana, da plate račune, ulaganje moraju da obezbede pre svega oni koji od e-bankinga imaju najviše koristi, a to su banke. Pored finansija, banke moraju da edukuju, pre svega svoje zaposlene, a potom i stanovništvo, kako bi se osećali sigurno u korišćenju ovakvog vida usluge. Banke treba da stvore strategiju kako da privuku ljude da koriste usluge samouslužnog bankarstva. One treba više da investiraju u omasovljenje ove vrste servisa. Koliko je važna edukacija stanovništva pokazuju i podaci banaka, prema kojima usluge elektronskog bankarstva više koriste velika, srednja i mikro preduzeća, dok se stanovništvo opredeljuje za korišćenje šalterskih usluga. Usluge koje naše banke nude nešto su manjeg obima nego u inostranstvu i uglavnom se svode na pregledanje stanja računa, transfer novca s računa na račun i na slične jednostavne poslove. Nedostaju puna interakcija s kreditnim karticama (plaćanje računa po tom osnovu), zahtevi za kredite preko Interneta, otvaranje novih računa i još neke uobičajene usluge. Na tom putu se isprečila nedovoljna razvijenost sistema, ali i zakonska regulativa koja još uvek prednost daje poslovanju na papiru.

Sadašnji trend bankarstva u razvijenim i zemljama u tranziciji, odlikuje se implementacijom i razvojem samouslužnog bankarstva, odnosno novom kombinacijom i interakcijom distributivnih kanala, inovirajući, pri tom, ponudu nove lepeze i palete bankarskih proizvoda. Inovacija i kreacija nove lepeze bankarskih proizvoda i usluga, bazira se na primeni nove komunikacione i informatičke tehnologije, pomoću kojih su pomerene vremenske i prostorne granice tradicionalnog bankarstva i značajno je olakšan i pojednostavljen transfer novčanih sredstava.

## Literatura

- Ćirovič, dr Milutin, (2006), *Bankarstvo*, Belgrade, European Center for Peace and Development.
- Ognjanovic dr Vuk, (2004), *Međunarodno bankarstvo*, Novi Beograd, „Grifon”, Fakultet za trgovinu i bankarstvo.
- Rose, Peter S., (2003), *Menadžment komercijalnih banaka, preveo Frank Reno*, Zagreb, Mate.
- Zelenović, dr Vera, (2008), *Marketing u bankarstvu*, Kać, Kopi komerc.
- Ćurčić, dr Uroš, (1999), *Strategijsko planiranje*, Novi Sad, Fejton.
- RZS, (2007), *Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji*, Republički zavod za statistiku Srbije.
- Nielsen, J. F., (2002), “*Internet technology and customer linking in Nordic banking*”, International Journal of Service Industry Management
- [www.nbs.rs](http://www.nbs.rs)
- [www.kombank.com](http://www.kombank.com)
- [www.bancaintesabeograd.com](http://www.bancaintesabeograd.com)
- [www.erstebank.rs](http://www.erstebank.rs)
- [www.banksoft.hr](http://www.banksoft.hr)
- [www.webbdowse.com](http://www.webbdowse.com)