

**Вищий навчальний заклад  
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

**Факультет економіки та інформаційних технологій**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)  
спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**на тему  
«РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ СУЧАСНИЙ  
СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ І НАПРЯМИ РОЗВИТКУ»**

*Здобувача вищої освіти заочної форми  
навчання*

\_\_\_\_\_ Клименко Олександр  
Сергійович  
*(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)*

***Науковий керівник***

кандидат економічних наук, доцент  
*(вчений ступінь, наукове звання (доцент, професор))*

\_\_\_\_\_ Антонова Олена Михайлівна  
*(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)*

***Завідувач кафедри фінансів, обліку та  
фундаментальних економічних дисциплін***

кандидат економічних наук, доцент  
*(вчений ступінь (к.е.н., д.е.н.), наукове звання)*

\_\_\_\_\_ Сугак Тетяна Михайлівна  
*(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)*

Київ – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	- 3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....</b>	<b>- 6</b>
1.1. Теоретичні аспекти формування банківських послуг.....	- 6
1.2. Фактори і умови, що впливають на розвиток банківських послуг.....	- 16
1.3. Теоретичні основи дослідження інфраструктури ринку банківських послуг.....	- 23
Висновки до розділу 1.....	- 31
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....</b>	<b>- 34</b>
2.1. Особливості сучасного розвитку ринку банківських послуг...	- 34
2.2. Оцінка ринку традиційних банківських послуг в Україні.....	- 45
2.3. Аналіз розвитку банківських інновацій та нових каналів продажу банківських послуг.....	- 55
Висновки до розділу 2.....	- 62
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....</b>	<b>- 64</b>
3.1 Шляхи удосконалення депозитних та кредитних банківських послуг як необхідна умова забезпечення ефективності банківської діяльності.....	- 64
3.2. Стратегічні орієнтири розвитку вітчизняного ринку банківських послуг.....	- 74
Висновки до розділу 3.....	- 87
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>- 90</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>- 95</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Становлення та розвиток ринкових відносин визначає ряд першочергових стратегічних завдань діяльності банків, оскільки ефективно діюча банківська система є рушійною силою економічних перетворень, зі створенням та розвитком якої пов'язане і формування ринку банківських послуг.

Сучасні тенденції розвитку національної економіки відображають процес переходу від екстенсивного до інтенсивного розвитку банківської системи, зокрема, усе більше розширення сфер діяльності банків. Це пов'язано зі зростаючим рівнем конкурентної боротьби між банками, а також посиленням ролі небанківських посередників фінансового ринку. Пошук нових джерел залучення ресурсів і сфер застосування капіталів визначає об'єктивну необхідність активного становлення і розвитку такого важливого сегменту фінансового ринку, як ринок банківських послуг.

**Аналіз останніх публікацій і досліджень.** Дослідження різних аспектів діяльності ринку банківських послуг привертають увагу багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців та практиків, що пояснюється розширенням спектру, оновленням і модернізацією банківської діяльності. Теоретичним та методологічним проблемам вивчення місця і ролі ринку банківських послуг у фінансовій системі присвячено праці провідних учених в галузі економічної теорії, банківської справи, фінансового менеджменту, маркетингу. Вітчизняними авторами цих досліджень є такі науковці: А.А. Андрєєв, М.Д. Алексеєнко, О.В. Васюренко, В.В. Вітлінський, Д.Д. Гладких, У.М. Гулієв, О.В. Дзюблюк, О.Т. Євтух, Ю.А. Заруба, О.А. Кириченко, А.М. Мороз, О.М. Олійник, Л.О. Примостка, В.І. Павлюк, М.К. Реверчук, М.І. Савлук, Н.Р. Швець, О.Й. Шевцова та інші. Однак, зазначені науковці досліджували окремі аспекти функціонування ринку банківських послуг, що не давало повного уявлення про функціонування вітчизняного ринку банківських послуг, а зокрема його інноваційної складової.

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є комплексне теоретичних та практичних аспектів ринку банківських послуг, аналіз сучасних тенденцій розвитку банківських послуг та інновацій, а також розробка ряду заходів щодо удосконалення вітчизняного ринку банківських послуг.

Для досягнення зазначеної мети в роботі було поставлено і вирішено такі завдання:

- дослідити теоретичні аспекти формування банківських послуг;
- визначити фактори і умови, що впливають на розвиток банківських послуг;
- охарактеризувати теоретичні основи дослідження інфраструктури ринку банківських послуг;
- визначити особливості сучасного розвитку ринку банківських послуг;
- дати оцінку ринку традиційних банківських послуг в Україні;
- проаналізувати розвиток банківських інновацій та нових каналів продажу банківських послуг;
- розробити шляхи удосконалення депозитних та кредитних банківських послуг;
- окреслити стратегічні орієнтири розвитку вітчизняного ринку банківських послуг.

**Об'єктом дослідження** є ринок банківських послуг.

**Предметом дослідження** є комплекс економічних відносин, що виникають в процесі функціонування і розвитку ринку банківських послуг України.

**Методи дослідження.** У кваліфікаційній роботі використовувалися наступні методи: методи теоретичного узагальнення і порівняння при визначенні сутності поняття банківська послуга та ринок банківських послуг; методи структурного та функціонального аналізу – при розгляді тенденцій розвитку ринку банківських послуг; емпіричний – при зборі статистичного

матеріалу, його систематизації й узагальненні; графічний – при наочному відображенні результатів дослідження;

**Інформаційна база роботи.** Інформаційну базу роботи становлять нормативно-правові і господарські документи, розробки науково-дослідних установ та окремих учених; матеріали: Державного комітету статистики України; Національного банку України, консалтингової кмпакції «Простобанк Консалтинг», вибіркового монографічних і соціологічних досліджень, наукові праці тощо.

**Практичне значення роботи.** Розроблені в ході дослідження підходи, теоретичні узагальнення, висновки та рекомендації можуть бути використані для підвищення ефективності функціонування ринку банківських послуг України, розробки механізмів впровадження інновацій на ринок банківських послуг та створення банків розвитку задля активізації кредитування реального сектору економіки.

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 103 сторінок комп'ютерного тексту, у тому числі 3 таблиці, 6 рисунків, список використаних джерел 88 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

### 1.1. Теоретичні аспекти формування банківських послуг

В умовах становлення і розвитку держави особливого значення набуває побудова ефективної банківської системи. Зі створенням такої системи формується ринок банківських продуктів, який сегментується на ринок кредитних операцій і банківських послуг. Ринок охоплює широкий спектр послуг від розрахунково-касових до зберігання та перевезення цінностей, які не передбачають відчуження ресурсів банку і не викликають ризик, властивий банківським операціям.

Розвиток світового ринку визначається значним розвитком сфери послуг порівняно зі сферою виробництва. Аналогічні зміни відбуваються і в банківському секторі, де спостерігається випереджаючий розвиток сфери послуг порівняно з банківськими операціями. Зокрема, частка послуг в діяльності банків забезпечує майже чверть їх доходів. Тому особливо актуальним є дослідження банківських послуг, їх сутності та місця в діяльності банків, механізму формування та розвитку.

У світовій економіці відбуваються зміни, які суттєво впливають на зміст банківського бізнесу. Вплив світових фінансових криз на діяльність банків відображає складний процес пристосування кредитної системи до нових макроекономічних умов. Проблеми ліквідності і скорочення пропозиції на ринку міжбанківських кредитів потребують зваженого підходу до напрямів розміщення банківських ресурсів та їх структурної диверсифікації. Слід зазначити, що в науковій літературі відсутній єдиний підхід до визначення елементів, що характеризують ринок банківських послуг. Вітчизняні економісти відносять до банківських послуг сукупність банківських операцій.

Зарубіжні вчені розглядають банківські операції з позиції різновидів

банківських послуг. При цьому до банківських послуг вони відносять такі види діяльності банку, як управління грошовими ресурсами, споживчий кредит, лізинг. Вітчизняне законодавство також не має чіткого визначення категорії «банківська послуга», незважаючи на те, що в деяких нормативних документах цей термін використовується. Таким чином, без повного розкриття юридичного змісту даної категорії фактично неможливо практичне застосування окремих положень банківського законодавства України. Наприклад, у ст. 2 Закону України (ЗУ) «Про банки і банківську діяльність» поняття «клієнт банку» визначається як «будь-яка фізична або юридична особа, яка користується послугами банку» [60].

Аналіз наукових робіт зарубіжних вчених вказує на те, що під банківськими послугами економісти розуміють всі види операцій та угод, здійснюваних банками [4, с. 457]. Зокрема, Ж. Матук зазначає, що банківська послуга є задоволенням фінансового попиту клієнтів з урахуванням фінансових можливостей банку [43, с. 11]. У економічній літературі з банківської справи поняття «банківська послуга» визначається, з одного боку, як «масова операція», а з іншого – як «проведення банківських операцій за дорученням клієнта і на користь останнього за певну плату» [4]. А.М. Іванов розглядає банківські послуги як «комплексну діяльність банку, спрямовану на створення оптимальних умов для залучення тимчасово вільних ресурсів і задоволення потреб клієнтів при проведенні банківських операцій та отримання прибутку» [8, с. 56]. О.І. Лаврушин визначає банківську послугу як одну або декілька операцій банку, що задовольняють конкретні потреби клієнта, та здійснення банківських операцій за дорученням клієнта на користь останнього за певну плату [8, с. 321].

На думку Ю.В. Головіна, «банківська послуга – сукупність операцій, яка представляє собою завершений комплекс послуг, які задовольняють будь-яку потребу клієнта [15, с. 194]. А.Ю. Викулін на основі чинного законодавства визначає банківські операції як періодично здійснювані угоди, проведені банками в силу законодавчо закріпленої правоздатності, об'єктами яких

виступають гроші, цінні папери, дорогоцінні метали [12, с. 56]. Останнім часом особливу увагу вчених-економістів направлено до дослідження даного питання.

Так, А.А. Брегеда визначає банківську послугу як «набір упорядкованих дій банку, які не є безпосередньо пов'язаними з формуванням і використанням ресурсів банку і не несуть ризику їх втрати» [81]. Н.М. Перепечай під поняттям «банківська послуга» розуміє «результат комплексної діяльності банку (технологічної, інтелектуальної, фінансової), яка становить економічні блага для задоволення певних потреб людини при проведенні банківських операцій [81].

Специфіка банківської послуги полягає в тому, що потреба клієнта є первинною, а надання послуги може проводитися без участі клієнта за допомогою певних банківських технологій з дотриманням стандартів в межах чинного законодавства. Економіко-юридичні аспекти банківських послуг у контексті діяльності банків Франції досліджувалися К. Гавальда і Ж. Стуфле. Вони підкреслюють, що залучення вкладів і розподіл кредитів є ядром банківської діяльності, проте, сьогодні ці категорії збагатилися різноманітними послугами, винагорода за надання яких забезпечується зростаючою частиною їх ресурсів [14, с. 13].

Зміст категорії «банківська послуга» можна розглядати через призму поняття «фінансова послуга». Законодавство України [64] визначає фінансову послугу як «операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів». Отже, поняття «банківська послуга» можна трактувати по-різному, залежно від того, який саме економічний сенс чи ознака покладена в його основу.

Вважаємо, що категорії «банківська послуга», «банківська операція», «банківський продукт» необхідно розмежовувати. У вітчизняній економічній



літературі можна зустріти визначення банківської послуги як різновиду банківської операції. Можна також погодитися з думкою Т. Савелко, що в цілому економічний підхід на проблему розмежування понять «банківська операція» і «банківська послуга» зводиться до оцінки банківської послуги як різновиду банківської операції. Але банківська операція є самостійним банківським технологічним циклом, і, по суті, спрямованим на перетворення ресурсів на продукти. Проведення її не визначає обов'язкового надання банківських послуг [9, с. 28]. Досить поширеною є точка зору щодо визначення банківської послуги як намірів банку задовольняти потреби існуючих або потенційних клієнтів, що діють в соціально-економічних умовах.

Багато дослідників певну банківську послугу розглядають як товар, реалізований на ринку банківських послуг. Як зазначає Є. Єгоров, більшість комерційних банків розглядають безпосередньо послуги як своєрідний «товар», а їх надання – як продаж цього товару [81, с. 30]. Певне поширення отримав також «продуктовий» напрям у визначенні поняття «банківська послуга».

Прихильники такого підходу вважають, що банківська послуга – це професійний інтелектуальний продукт, створений на основі маркетингових досліджень потреб ринку з метою його реалізації та отримання прибутку. На думку О. Дзюблюка, поняття категорії банківського продукту відображає більш широке розуміння кінцевого результату банківської діяльності, спрямованого на задоволення потреб різних груп клієнтів у різних послугах. А емісія безготівкових платіжних засобів власне є результатом тих же операцій, оскільки в процесі залучення депозитів, надання кредитів і здійснення розрахунків банки можуть збільшувати грошову масу в обігу завдяки ефекту мультиплікації [21, с. 42]. При цьому під банківською послугою слід вважати кінцевий результат функціонування банків для задоволення потреб клієнтів, пов'язаних з рухом грошових коштів, або застосування додаткових видів діяльності, які відображаються за балансом.

Крім вищезазначених підходів до сутності категорій «банківська

послуга», «банківська операція» і «банківський продукт», існують ще й інші підходи до їх трактування. Зокрема, прихильники так званого грошового підходу вважають банківським продуктом грошові кошти. Вони пов'язують банківські послуги із забезпеченням переміщення грошей з рахунку на рахунок і утворенням грошових фондів. При такому формулюванні категорія «банківський продукт» автоматично стає більш значущою і масштабною в порівнянні з поняттям «банківська послуга». На противагу такому підходу, інші дослідники вважають, що банківська послуга є підсумком діяльності співробітників банку щодо задоволення потреб клієнта і результатом виконання банківських операцій. При цьому банківський продукт трактується як конкретний спосіб, за допомогою якого банк надає свої послуги, конкретне втілення банківської послуги, наділене певними значеннями ринкових параметрів: ціною, якістю, додатковим сервісом, термінами та іншими умовами надання. «Банківська послуга» – зазначає Р.В. Павленко, – діяльність банку, спрямована на задоволення потреби клієнтів у прирості та отриманні додаткових ресурсів, проведенні розрахунків, зберіганні та інформаційному забезпеченні». Разом банківський продукт, – на думку дослідника, це те, що клієнт дійсно набуває в банку. З цієї позиції банківська послуга виступає як абстрактна категорія, а банківський продукт – як більш конкретна категорія. Йдеться, наприклад, про те, що кредитна послуга знаходить своє вираження в таких банківських продуктах, як кредитна лінія, овердрафт, іпотечний кредит [54]. Прихильники лінгвістичного або індіферентного (маркетингового) підходу Е.А. Уткін, В.Д. Маркова, А.С. Гур'янов, Ю.І. Коробов доводять синонімічність понять «продукт» і «послуга».

Е.А. Уткін відзначає, що «банківський продукт (послуга) – різноманітні дії на фінансовому ринку, грошові операції, здійснювані комерційними банками за окрему плату за дорученням і в інтересах своїх клієнтів, а також дії, мета яких полягає в удосконаленні та підвищенні ефективності банківської діяльності [75, с. 38]. Заслужує уваги підхід, прихильники якого розкривають сутність понять «продукт», «послуга» і «операція» шляхом встановлення

ієрархії понять. Відповідно до даного підходу банківський продукт є способом надання послуг клієнту банку; регламентом взаємодії службовців банку з клієнтом при наданні послуги, тобто комплексом взаємопов'язаних організаційних, інформаційних, фінансових та юридичних заходів, об'єднаних єдиною технологією обслуговування клієнта. Таким чином, банківська операція постає як система узгоджених за цілями, місцем і часом дій, спрямованих на вирішення конкретного завдання з обслуговування клієнта. Разом з тим банківська послуга трактується як форма задоволення потреби (у кредиті, розрахунково-касовому обслуговуванні, гарантії, купівлі, продажу та зберіганні цінних паперів, іноземної валюти) клієнта банку [77, с. 527].

Таким чином, банківська послуга являє собою регламентовану сукупність фактичних і юридичних дій, здійснюваних банком на замовлення клієнта на основі платності, спрямованих на задоволення потреб останнього. У свою чергу, банківські операції – технологічний процес, спрямований на використання наявних потужностей відповідних підрозділів банків для реалізації відповідного банківського продукту. Банківський продукт – комплекс взаємопов'язаних послуг і операцій банку, спрямованих на задоволення потреб клієнтів в окремих видах банківської діяльності.

Набір реальних і потенційних продуктів і послуг, які банк може запропонувати своїм потенційним клієнтам, є однією з основних якісних характеристик, що визначають конкурентоспроможність комерційного банку.

Банківських послуг налічується кілька сотень, вони різноманітні і різномірні, і в умовах конкуренції, глобалізації їх кількість з кожним днем лише зростає.

Притому раніше відокремлені види послуг, об'єднуючись в певній галузі, в рамках якої сфери діяльності, утворюють новий комплекс послуг, наприклад, Інтернет-банкінг. Збільшуючи області дотику банківських послуг з різними областями і сферами діяльності, банк може підвищити свою конкурентоспроможність і послабити можливі ризики за рахунок диверсифікації банківських послуг. При цьому тенденція диверсифікації

сфери банківських послуг посилюється, що викликає необхідність їх класифікації – стійкого розмежування, яке ґрунтується на самих істотних ознаках, які мало змінюються в часі і просторі. Крім виділення якісно однорідних сукупностей, класифікація переслідує мету вивчення структури, сукупності її змін, вивчення взаємозв'язку між явищами та ознаками. В основу класифікації можуть бути покладені як ознаки, характерні для всього класу послуг, так і відмінні властивості, притаманні тільки банківським послугам. Послуги можна класифікувати за ступенем контакту з споживачами, за ступенем регулювання законодавством і нормативними актами, по трудомісткості, за сегментами споживачів та іншими характеристиками.

Класифікація банківських послуг може також виражатися в переліку банківських послуг, який розглядається і приймається на етапі створення банку, з урахуванням політики банку і при визначенні його місії.

Традиційна класифікація банківських послуг запропонована О.І. Лаврушином за трьома «типовим» групами: по залученню коштів, розміщенню коштів і розрахунково-касових послуг. Всі операції комерційного банку умовно діляться на три групи:

- пасивні операції (залучення коштів);
- активні операції (розміщення засобів);
- активно-пасивні (посередницькі, трастові та інші) операції [20].

З цією класифікацією згодні багато вчених і фахівців, і найчастіше саме таке групування банківських послуг наводиться при визначенні банківських операцій у фінансових словниках. У чистому вигляді ті чи інші розглянуті послуги не надаються клієнтам банків. На сучасному етапі розвитку банківської справи відбувається «перемішування» різних видів послуг, пакети яких продають як «банківські продукти». Також О.І. Лаврушин наводить класифікацію і банківських продуктів, в основі якої лежить ознака спрямованості діяльності кредитної організації – традиційна, додаткова і нетрадиційна.

До традиційних продуктів відносяться найбільш поширені і найбільш

споживані послуги банку: кредитні, депозитні, розрахункові, інвестиційні, випуск та обслуговування пластикових карт. Додаткові послуги супроводжують процес надання традиційних послуг. Такими послугами є інкасація, перевезення документів і цінностей, конвертація валюти, розрахунок і керування ризиками, хеджування ризиків. І остання група у цій класифікації – це нетрадиційні продукти. До них відносяться факторингові, лізингові продукти, консультаційні та інформаційні продукти, видача гарантій, депозитарні продукти, виконання довірчих операцій, зберігання цінностей клієнта і т. д.

Дещо аналогічну класифікацію подає клектив авторів підручника «Банківські операції» за редакцією Черепа [79], які поділяють банківські послуги на специфічні й неспецифічні послуги. Специфічними послугами є всі ті, що впливають зі специфіки діяльності банку як особливого підприємства.

До специфічних відносяться три види виконуваних ним операцій:

- депозитні операції;
- кредитні операції;
- розрахунково-касові операції.

Ці типи банківських операцій називають традиційними банківськими операціями.

Проміжне положення між традиційними і нетрадиційними операціями займають додаткові операції. До їх складу входять валютні операції, операції з цінними паперами, операції з золотом, дорогоцінними металами і злитками.

До складу нетрадиційних банківських послуг входять всі інші послуги, їх досить багато, у тому числі:

- посередницькі послуги;
- послуги, спрямовані на розвиток підприємства (упровадження на біржу, розміщення акцій, юридична допомога, інформаційні послуги і Т.П.);
- надання гарантій і поручительств;
- довірчі операції (включаючи консультації і допомогу в керуванні власністю з доручення клієнта);

- бухгалтерська допомога підприємствам;
- представлення клієнтських інтересів у судових органах;
- послуги з надання сейфів (депозитарні) та ін.

Відповідно до розглянутої класифікації й у залежності від суб'єктів одержання послуги надаються як юридичним, так і фізичним особам.

Практично набір послуг тим та іншим особам може бути в тих чи інших банках однаковий, неоднаковим може виявитися тільки їхній обсяг.

Оскільки банки акумулюють (збирають) вільні кошти і їх перерозподіляють, направляють на поворотній основі господарським організаціям, які мають у цьому потребу, банківські послуги можуть здійснюватися у формі як пасивних, так і активних операцій. За допомогою пасивних операцій банки формують свої ресурси (наприклад, за рахунок депозитів, продажу сертифікатів, кредитів, отриманих в інших банків, і т.т.).

Здійснюючи активні операції, банки розміщують залучені та власні ресурси на рахунках різних господарських організацій і населення.

У залежності від плати за надання банківські послуги поділяються на платні й безкоштовні послуги. Це, однак, не означає, що якийсь визначений тип послуг є цілком платним або безкоштовним. Справа банку визначити, за який різновид, наприклад, розрахункових операцій, необхідно стягувати плату з клієнтів, а за який — плату не встановлювати. Окремі операції в складі розрахункових, кредитних і депозитних можуть здійснюватися безкоштовно.

У залежності від зв'язку з рухом матеріального продукту банківські послуги поділяються на два види:

- послуги, зв'язані з його рухом;
- чисті послуги.

Оскільки банки своїми грошовими операціями обслуговують головним чином рух матеріальний продукт, їхня основна частина, безперечно, відноситься до першого виду послуг. Сприяючи просуванню товарів, ці послуги банку (такі як, наприклад, послуги підприємствам транспорту, зв'язку, торгівлі) створюють нову додаткову вартість. Чисті послуги надаються

організаціям, зайнятим безпосередньо матеріальним виробництвом, а також окремим громадянам для задоволення їхніх особистих потреб.

Схожі напрямки класифікації банківських послуг наводять у своїх працях Б.С. Моргоєв, А.Н. Іванов [47, 28], які пропонують класифікацію банківських послуг за двома класифікаційними групами. Перша класифікаційна група об'єднує банківські послуги, що задовольняють диференційовані потреби клієнта:

- прямі послуги – задовольняють існуючі (явні) потреби клієнта. До таких послуг автори відносять платіжні, комерційні, інвестиційні банківські послуги та інші;

- непрямі або супутні послуги – задовольняють приховані (неявні, що зароджуються) потреби, що роблять більш зручним надання прямих послуг без отримання клієнтом додаткового прибутку, але збільшують її цінність. В якості таких послуг виступають клірингові послуги, телефонне управління рахунком, консультаційні послуги, видача пластикової картки на базі депозитного рахунку, широта банківської мережі і так далі;

- додаткові послуги – задовольняють існуючі (явні) потреби клієнта і приносять додатковий дохід або знижують витрати при «споживанні клієнтом прямих послуг. Ця група включає наступні банківські послуги: інвестування поточних залишків на рахунках в одноденні депозити – овернайт, послуги банку при організації операції під гарантію, ІТ-послуги, довірчі та ін.

В основу другої класифікаційної групи покладено критерій сегментації за групами клієнтів. До неї належать:

- масові банківські послуги. Охоплюють максимально широке коло клієнтів. Це такі послуги, як відкриття рахунків, управління готівкою, клірингові послуги, перекази, кредитні історії і так далі;

- спеціальні банківські послуги. У рамках даної групи передбачається спеціалізоване охоплення клієнтів, так як послуга вимагає спеціального рівня підготовки банківських кадрів. До цих послуг вищезгадані автори відносять управління активами, інвестиційні послуги, управління ризиками,

колекторські послуги, скоринг-послуги і т.д.;

– вузькоспеціалізовані банківські послуги. Пропонують вузькоспеціалізоване охоплення клієнтів, так як послуга вимагає професійного рівня підготовки банківських кадрів. Виокремлюють два напрямки цієї групи – послуги, що вимагають професійних знань, наприклад в галузі використання послуг (послуги в галузі корпоративних фінансів, управління змішаними активами), та послуги, що вимагають спеціальних знань у сфері фінансового планування, фінансового інжинірингу.

## 1.2. Фактори і умови, що впливають на розвиток банківських послуг

Розвиток є процес переходу з одного стану в інший, більш досконале. Банківська послуга, виступаючи елементом банківського ринку, у своєму розвитку перебуває під впливом численних факторів, що роблять свій вплив на весь ринок у цілому. На основі вивчення економічної літератури ми виділили найбільш істотні фактори, що впливають на розвиток ринку банківських послуг, і об'єднали їх в 4 групи (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Фактори впливу на розвиток ринку банківських послуг

Розглянемо деякі з наведених факторів більш детально. Економічна



ситуація в країні істотно впливає на можливості банків і поведінку споживачів. Так, інфляція кінця 1970 -х рр. і глибокий економічний спад початку 1980 -х рр. в США привели до скорочення реальних доходів багатьох споживачів і суттєвому зменшенню дискреційного доходу.

В Україні у 1990-х р. проведення економічних реформ також супроводжувалося високою інфляцією, спадом в економіці, зниженням реальних доходів населення і рівнем споживання.

Світова фінансова криза 2008 р., що проявився в погіршенні основних економічних показників у більшості розвинених країн, і що послідувала в кінці того ж року глобальна рецесія, яка призвела до скорочення багатьох видів виробництв (автомобілебудування, виробництво металу і т.д.), спричинили за собою скорочення числа робочих місць по всьому світу і, як наслідок, обширне безробіття. Доходи населення знову ж істотно скоротилися, що позначилося на рівні споживання всіх категорій послуг, у тому числі банківських.

Ще одним важливим фактором, що впливає на банківську діяльність, є конкуренція. Український ринок банківських послуг характеризується нерівномірними умовами конкуренції. Це пов'язано, по-перше, з тим, що частина банків, що обслуговують бюджетні рахунки, має доступ до бюджетних коштів, і одержувані ними дешеві, довгострокові або постійно оновлювані ресурси набувають вирішального значення в забезпеченні ліквідності кредитної організації.

Другий момент – це наявність в Україні чотирьох банків з державною участю, які працюють у тому ж правовому полі, що і банки, створені простими акціонерами.

Так, «Standart & Poors» вважає, що домінування державних банків стримує конкуренцію не тільки в банківському секторі, але і в економіці в цілому, тому що держава може використовувати свій вплив для адміністративного розподілу ресурсів у певні галузі або бізнесі.

Лідуючу роль на ринку надання банківських послуг відіграє акціонерний банк «Приватбанк», а друге і третє місце за часткою ринку

займають державні банки – Ощадбанк та Укресімбанк відповідно. За підсумками 2013 р. на ринку кредитування фізичних осіб на частку Приватбанку припадало 16,4%. На ринку кредитування юридичних осіб частка Приватбанку склала 18,2%. Частка двох державних банків на ринку кредитування 6 і 5 відсотків відповідно, тобто три найбільші банки України займають третину ринку кредитування. Щодо депозитного ринку, то частка Приватбанку на ринку залучення коштів юридичних осіб склав 10,4%, на ринку залучення фізичних осіб – 24,1%. Таке становище зумовлено наявністю розгалуженої філіальної мережі по всій країні.

Не дивно, що за довгі роки клієнти привикли до того, що в країні є єдиний надійний банк, тому до цих пір багато юридичні та фізичні особи віддають перевагу саме Приватбанку [53].

Наступним важливим фактором, що впливає на розвиток банківських послуг, є, на наш погляд, довіра до банків і банківської системи в цілому.

Якщо населення несе в банк свої заощадження – це дуже важливий фактор, що сприяє успішному функціонуванню окремого банку. Довіра принципово важлива не тільки для банківського сектора, а й для всієї економіки в цілому.

Питання про довіру можна розглядати з точки зору філософії, психології, соціології, а також економіки. Психологічні аспекти проблеми довіри надзвичайно важливі для розуміння природи цього явища в цілому, оскільки всі подальші дії людини пов'язані з її психологічними орієнтаціями, ціннісними установками. Довіра як психологічний стан людини знаходить своє відображення в її поведінці. Будь-які отримані результати певних дій викликають в її свідомості певний рівень довіри або недовіри і при їх повторенні однозначно ведуть до закріплення довіри в поведінці індивідуума.

При негативному впливі того чи іншого явища на людину воно може бути нею відкинуто з подальшим закріпленням недовіри до даного явища [7].

Все вищезазначене характерно і для клієнтів комерційних банків, причому як для фізичних, так і для юридичних осіб. Економічний зміст

категорії довіри носить більш конкретний і прикладний характер. У розвинутій ринковій економіці ставлення людей до тих чи інших ринкових інститутів і механізмів управління багато в чому носить довгостроковий характер, заснований на історичному досвіді. Для завоювання довіри потрібно досить багато часу і доказів істинності намірів, сумлінності дій.

Для України в даний час встановлення довіри між банківським співтовариством і широкими колами населення – одна з найактуальніших проблем. Досвід проведення ринкових реформ в країні свідчить про те, що з боку держави такому цінному активу, як «довіра населення», не приділялося належної уваги. Відсутність чіткого законодавства, фінансові піраміди, корупція і банківські кризи призвели до різкого падіння довіри населення насамперед до держави, а потім – до банків та банківського сектору в цілому.

Довіра – це величина, яку досить складно формалізувати і визначити.

Залежить вона від ряду факторів:

- рівня відкритості та доступності інформації для клієнтів про діяльність банку;
- ступеня державного регулювання діяльності банків;
- можливості продуктивного розв'язання виникають у процесі взаємодії клієнта з банком проблем;
- наявності ефективно діючої системи гарантування збереження вкладів в країні і участь в ній конкретного банку з дотриманням необхідних умов [7].

Найважливішим фактором довіри до банків є наявність достовірної інформації про їх діяльність. Рівень інформаційного забезпечення відображає ступінь прозорості банківського бізнесу.

Обмеженість доступу потенційних клієнтів до інформації про реальний фінансовий стан банків і нездатність більшості приватних клієнтів адекватно оцінити доступну інформацію – все це можна віднести до актуальних проблем розвитку банківських послуг в Україні. В даний час населення може отримати інформацію про банк із опублікованої банківської звітності і банківських рейтингів. Однак фінансова звітність банків досить складна для інтерпретації

клієнтами банку, особливо населенням. У цьому зв'язку виникає потреба в результатах аналізу, проведеного компетентними фахівцями.

Потреба в актуальній інформації відчувають не тільки клієнти, але й самі банки. Видаючи кредити, банки прагнуть отримати повну і достовірну інформацію про позичальників. Незважаючи на те, що більшість позичальників сумлінні клієнти, ризик непогашення кредитів великий, і така ситуація може призвести до дуже сумних наслідків для банку. Тому кредитні організації зацікавлені в отриманні точної, надійної та перевіреної інформації про клієнтів.

Збір і надання такої інформації в зарубіжних країнах здійснюють кредитні бюро.

Кредитні бюро дозволяють точніше прогнозувати зворотність виданих позичок, а значить, зменшують банківські ризики [27, с.143].

Підвищенню довіри, формуванню впевненості фізичної особи в банку, як стабільній, фінансово-стійкій кредитній установі, сприяє реалізація Закону України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб». Максимальна сума, яку гарантовано отримає вкладник у разі банкрутства кредитної організації, обмежується 200 тис. грн. [63]. Все, що перевищує гарантований ліміт, може бути втрачено. Але у клієнта завжди є право вибору: він може розмістити свої заощадження в різних банках таким чином, щоб всі суми вкладів були захищені, та ще й приносили дохід.

Банківська діяльність піддається численним ризикам, і саме тому в більшості країн це найбільш регульований вид підприємництва. Наука відзначає, а практика підтверджує, що банківська діяльність характеризується високим рівнем взаємозалежності, базується на позикових або залучених грошових коштах і є досить закритою. Банки працюють в основному з залученими ресурсами, величина активів у багато разів перевищує розмір власних коштів, і саме цим пояснюється та обставина, що будь-який банк є «умовно платоспроможним». Так, у разі колективного вилучення вкладниками своїх коштів або виведення коштів з розрахункових рахунків ключовими

юридичними особами у банку можуть виникнути проблеми з ліквідністю, які легко можуть трансформуватися в кризу платоспроможності [33, с.89]. (Як приклад, Родовідбанк, Укрпромбанк, Банк Київ, Промінвестбанк тощо).

Банкрутство навіть одного банку може спричинити ланцюгову реакцію, привести до виникнення системної кризи, що і сталося в 2008 р.

Важливою складовою ринку банківських послуг є банківська інфраструктура. Нерозвиненість банківської інфраструктури гальмує розвиток банківських послуг як у регіонах, так і на території всієї країни. Створення та ефективне функціонування кредитних бюро і розвиток авторитетних рейтингових агентств будуть сприяти поліпшенню інформаційного забезпечення банківської діяльності, а також підвищенню рівня економічних знань населення.

Ринок банківських послуг функціонує в певних правових рамках.

Неадекватність нормативно-правової бази, яка виражається у відсутності необхідних правових норм, що регулюють банківську діяльність, і суперечливості чинних правових актів, гальмує розвиток банківських послуг в регіонах.

Щодо науково-технологічних факторів впливу на розвиток ринку банківських послуг, то дані фактори серйозно змінюють середовище функціонування комерційного банку. Дана група чинників включає такі складові, як інноваційна політика держави, ступінь кваліфікованості спеціалістів, діяльність наукових центрів та ін. Аналіз науково-технологічних факторів передбачає вивчення нових інформаційних технологій, нових стандартів обладнання, нових видів банківських послуг та ін. Науково-технічні новинки, нові види банківських послуг посилюють конкуренцію, тому банкам важливо систематично відслідковувати появи нових розробок в області високих технологій і нових видів послуг. Своєчасне технічне оновлення дозволяє вдосконалити процес надання послуг і підвищує їх якість [41].

Особливий вплив на банківський сектор надає розвиток інформаційних

технологій. Крім забезпечення безперебійної роботи банку, застосування таких технологій веде до створення нових банківських продуктів і каналів їх розповсюдження. Найбільш відчутні можливості для банків надала мережа банкоматів. Банкомати і пластикові банківські картки дозволили обійти обмеження на здійснення розрахунків через певного режиму роботи банківських відділень. Реалізація банками програм з впровадження платіжних карт для оплати товарів і різного виду послуг є одним з пріоритетних напрямків розвитку безготівкових розрахунків. Впровадження передових досягнень науки і техніки в банки дозволяє розширити клієнтську базу, зокрема здійснювати багато банківських операцій за допомогою вебінтерфейсе, дистанційного банківського обслуговування. Приватним клієнтам пропонуються такі канали дистанційного обслуговування, як: передача даних через мережу Інтернет, телефон, мережа мобільного зв'язку, цифрове телебачення, пристрої банківського обслуговування. Так, багато банків надають банківські послуги вдома за допомогою спеціалізованих систем через Інтернет. Додаткові електронні послуги сприяють підвищенню якості надаваних послуг, тим самим утримуючи клієнтів в обслуговуючому його банку.

Використання електронних каналів доставки банківських послуг значно підвищує ефективність банківських операцій. Перевага, яку можна отримати від невикористовуваних зараз технологій, має місце, якщо клієнти стануть користуватися електронними банківськими послугами. Однак не всі нововведення приймаються клієнтами відразу. Зараз існує комбіноване використання старих і нових технологій [33, с. 106].

Підводячи підсумок дослідження факторів та умов розвитку банківських послуг у регіонах, необхідно зробити наступні висновки: на розвиток банківських послуг впливає ряд факторів, одні з яких стимулюють (активна підтримка держави банків в рамках реалізації різних спільних проєктів, страхування вкладів фізичних осіб, розвиток інформаційних технологій), а інші стримують їх розвиток (слабка законодавча і нормативна база,

нерівномірні умови конкуренції, недовіра населення до банків, нерозвиненість банківської інфраструктури). В даний час державою вже багато зроблено для мінімізації впливу негативних факторів, але залишається ще достатньо проблем, які необхідно вирішити, щоб процес розвитку банківських послуг в регіонах розвивався більш інтенсивно.

### **1.3. Теоретичні основи дослідження інфраструктури ринку банківських послуг**

Сучасний світ – сукупність взаємодіючих систем (політичних, екологічних, економічних, соціальних і т.д.). Будь-яка така система має як залежні системи (підсистеми), так і ті, які впливають на системи (підсистеми).

Існує особливий тип систем (підсистем), які частково залежать від початкових, але здатних значною мірою впливати на їх ефективність. Такі системи свого роду каталізатори окремих систем і називаються їх інфраструктурою.

Потреба в дослідженнях інфраструктури різних сфер економіки набуває особливої актуальності в сьогоденних умовах, що характеризуються істотним розширенням і ускладненням господарських зв'язків. Формування та розвиток галузевої інфраструктури, адекватної сучасному ринку, залишаються найменш розробленим напрямом у сучасних дослідженнях. Вказана обставина відноситься і до банківської сфери, інфраструктурного забезпечення діяльності кредитних організацій.

Разом з тим цілком очевидно, що без наявності високорозвиненої інфраструктури соціально-економічний розвиток країни та її регіонів не може бути ефективним. Недостатній розвиток і низька якість саме інфраструктурного забезпечення не дозволяють в даний час українським комерційним банкам підвищити якість і ефективність своєї діяльності.

Період екстенсивного розвитку в діяльності комерційних банків, коли були можливості для ефективного функціонування кредитної організації лише

за рахунок процентної маржі, закінчився. Сучасний етап – інтенсивний шлях розвитку, неможливий без комплексного аналізу та оцінки всіх складових банківського ринку як сукупності властивостей дуже складної динамічної ймовірнісної системи.

Це зажадає істотного переосмислення сформованої інфраструктури ринку банківських послуг, яке необхідно почати, насамперед, з обґрунтованого формулювання її визначення як першочергового кроку. Інфраструктурі ринку банківських послуг притаманні як характеристики родового поняття інфраструктури, так і специфічні особливості, обумовлені, по-перше, особливостями основної діяльності – банківської, по-друге, специфічними властивостями банківського ринку України на сучасному етапі її розвитку.

Більшість формулювань у дослідженнях не є визначеннями сутності інфраструктури, а прагнуть, як правило, охарактеризувати змістовну частину самого поняття або окреслити сферу діяльності об'єкта дослідження.

Наприклад, В.А. Жамин вважає, що інфраструктура – це інтегральний елемент продуктивних сил, що включає допоміжні, додаткові галузі, види виробництв або види діяльності, що обслуговують безпосередньо основне виробництво (виробнича інфраструктура), а також галузі, підгалузі невиробничої сфери, які опосередковано пов'язані з процесом виробництва (соціальна інфраструктура) [26, с. 15].

Всі наявні дефініції поняття «інфраструктура» характеризуються обмеженою спрямованістю (різні об'єкти впливу інфраструктури), однак більшість авторів вказують на що забезпечує, обслуговуючий характер діяльності інфраструктури. Таким чином, забезпечення життєдіяльності, обслуговування чого-небудь правомірно вважати фундаментальними властивостями, сутнісними характеристиками будь-якої інфраструктури.

В даний час суть поняття «інфраструктура» значно розширилося і включає активність, спрямовану на підтримку певної діяльності, а не тільки промисловості, сільського господарства, військової сфери.



Інфраструктура певної системи – сукупність елементів, відмінних від елементів даної системи і використовуваних нею для підвищення ефективності своєї діяльності на систематичній основі. Ці елементи інфраструктури мають основну функцію – обслуговування, забезпечення діяльності системи (так звана забезпечувальна функція). Під цією функцією розуміється створення умов, необхідних для підтримки нормального, суспільно-нормального процесу виробництва і відтворення його чинників: засобів виробництва, робочої сили, фінансово-кредитних та природних ресурсів. На практиці ця функція може ретельно деталізуватися за напрямками діяльності. Хоча по відношенню до інших систем елементи можуть мати інші (конкретні) функції. Наявність функції обслуговування у того чи іншого суб'єкта діяльності служить критерієм віднесення його до елементів інфраструктури [26].

Спираючись на дослідження сутності і природи інфраструктури, можна дати таке визначення даного поняття: інфраструктура – це сукупність взаємодіючих інститутів, що носять забезпечувальний, допоміжний характер, а також створюють умови для здійснення і розвитку основного виду діяльності.

Якщо говорити, про природу появи інфраструктури, то в економічній енциклопедії вона пояснюється як «закономірний процес, що виникає на певній стадії розвитку суспільного виробництва, у міру розширення і поглиблення господарських зв'язків, коли без наявності обслуговуючих виробництв різко знижується ефективність промислового і сільськогосподарського виробництва» [80, с. 62].

Людина почала створювати інфраструктуру як середовище виживання. З виникненням древніх держав інфраструктура вийшла на передній план суспільного розвитку і, в першу чергу, в таких галузях, як сільське господарство, оборона, морське судноплавство, міське та дорожнє будівництво.

З розвитком капіталізму вона бурхливо розвивалася як потужне

інженерне господарство, все більш перетворюючись на систему життєзабезпечення.

Отже, ретроспективний аналіз еволюційного розвитку світової цивілізації, окремих держав чи їх спілок, міст і деяких поселень показав, що в історії людського розвитку відзначається кілька періодів, починаючи з древніх держав по теперішній час, для яких характерні певні форми інфраструктури, адекватні політичним і економічним перетворенням цих періодів і відображають структуру суспільства, рівень культурного розвитку, спосіб життя і трудові заняття людей у цей період.

Слово «інфраструктура» – латинського походження. Воно утворене з'єднанням двох латинських слів: «infra» – нижче, під і «structura» – будова, розсташування. Таким чином, дослівний переклад інфраструктури – розташована нижче, підбудова. підструктура. Поняття «інфраструктура» запозичене з військового лексикону, в якому під час другої світової війни термін «інфраструктура» означав певну сукупність будинків, споруд і комунікацій, які забезпечували функціонування збройних сил. Пізніше (у 40-х роках) у зарубіжній економічній літературі цей термін почали вживати для характеристики галузей які забезпечували і розвиток матеріального виробництва (дороги, мости, порти, аеродроми, лінії електропередач тощо) [14, с 245].

Термін «банківська інфраструктура» у вітчизняній економічній літературі з'явився лише в процесі створення банківської системи ринкового типу.

Об'єктивна необхідність у введенні даного поняття в науковий обіг була обумовлена принциповими змінами, що відбулися в банківській сфері в процесі переходу до ринкової економіки. Однією з перших робіт, в якій згадується термін «банківська інфраструктура», стала «Російська банківська енциклопедія» [66], видана в 1995 році. Надалі цей термін став вживатися і в навчальній літературі. Найбільш повно і цілісно банківська інфраструктура висвітлена професором О.І. Лаврушина. У його роботах банківська

інфраструктура виділена в якості самостійного елемента банківської системи Росії і включає в себе різного роду підприємства, агентства та служби, що забезпечують життєдіяльність банків, у тому числі інформаційне, методичне, наукове, кадрове забезпечення, засоби зв'язку, комунікації і т.д. [20]. Автор вперше ввів в понятійний апарат банківської науки визначення банківської інфраструктури і тим самим вказав на існування самостійного економічного явища в практиці банківської справи.

Так, на думку Лаврушина І.О., банківська інфраструктура – це підприємства, агентства, засоби зв'язку, комунікації, освітні та наукові установи, які забезпечують життєдіяльність банків. їх інформаційне, методичне, наукове, кадрове забезпечення» [20].

Очевидно, що в усіх наведених визначеннях банківської інфраструктури переважає етимологічне тлумачення інфраструктури. Проте, на наш погляд, визначення банківської інфраструктури, тільки як сукупності організацій, що забезпечують життєдіяльність банків, є неповним, тому що в ньому не має чіткого тлумачення яким чином забезпечується «життєдіяльність банків», тобто не розкрито конкретні аспекти впливу банківської інфраструктури на забезпечення життєдіяльності банків

Традиційно під життєдіяльністю ми розуміємо умови існування, умови, які забезпечують працездатність, нормальне функціонування будь-чого. Таким чином, нам потрібно визначити, як конкретно впливає банківська інфраструктура на забезпечення ефективного функціонування банків.

На нашу думку, роль банківської інфраструктури в забезпеченні життєдіяльності банку проявляється в трьох напрямках.

По-перше, банківська інфраструктура сприяє створенню банку, формуючи всі умови, які необхідні для початку його діяльності. Зокрема, інфраструктура, забезпечує банк необхідними кадрами – висококваліфікованими спеціалістами банківської справи, постачає банківську техніку та устаткування, забезпечує нормативно-правову базу, здійснює інкасацію банківських цінностей, забезпечує охорону та безпеку

банку.

По-друге, банківська інфраструктура сприяє безпосередньому створенню банківського продукту і наданню банківських послуг. Зокрема, інститути банківської інфраструктури забезпечують банки, необхідною їм створення банківського продукту, комерційною, маркетинговою та правовою інформацією, а також здійснюють наукове, методичне та консультаційне забезпечення

По-третє, банківська інфраструктура забезпечує доведення банківських послуг і продуктів до їх потенційних клієнтів. Вона здійснює це шляхом реклами банківських продуктів, зв'язками з громадськістю (PR), стимулюванням збуту.

На нашу думку, всі напрямки в яких проявляється роль банківської інфраструктури в забезпеченні життєдіяльності банків, повинні знайти відповідне відображення в сутності визначення банківської інфраструктури

Отже, виходячи з етимологічного тлумачення інфраструктури та специфічних особливостей банківської діяльності, а також з результатів вищепроведеного дослідження, ми пропонуємо наступне визначення банківської інфраструктури

Банківська інфраструктура - не сукупність взаємопов'язаних інституцій, які формують необхідні умови для здійснення і розвитку банківської діяльності та сприяють створенню і просуванню банківських послуг до їх клієнтів.

Отже, на наш погляд, основною перевагою цього визначення є те, що в ньому розкриваються конкретні аспекти впливу банківської інфраструктури на забезпечення життєдіяльності банків.

Інфраструктура, як економічна категорія, обов'язково передбачає наявність деякого «основного» процесу, стосовно якого матеріально-речові і трудові ресурси виконують забезпечувальну функцію. В якості такого «основного» процесу може виступати ринок банківських послуг. Це пояснюється тим, що інфраструктуру коректно досліджувати не тільки в масштабах життєдіяльності народного господарства в цілому, а й на рівні

окремої галузі або сфери діяльності, в тому числі як матеріального виробництва, так і сфери обігу.

Сучасна банківська система України характеризується масштабними інноваціями, це стосується як технологій здійснення традиційних банківських операцій, так і механізмів надання нових послуг, вона також вимагає формування портфеля пропонованих послуг, організації торгівлі та збуту їх кінцевому споживачеві, тобто потребує ринку банківських послуг. Ринок банківських послуг на сьогоднішній день повною мірою конкурентний: і банки, і їх клієнти мають альтернативні можливості вибору один одного завдяки присутності на ринку в достатній кількості і банків, і клієнтів, а також використання ними великого і постійно доповнюється переліку банківських технологій та інструментів ринкової конкуренції.

Враховуючи інтенсивний розвиток ринку банківських послуг і як наслідок появу на ньому великої кількості гравців, успіхи банку в конкурентній боротьбі визначається наявністю обслуговуючої інфраструктури, яка не тільки забезпечує можливість ефективно функціонувати, а й розвиватися банку надалі.

В ідеалі ринок банківських послуг як місце взаємодії суб'єкта (банку і об'єкта (клієнта) може здійснюватися без використання інфраструктури. Однак з початку свого становлення кредитні організації використовували навколишні системи для підвищення ефективності своєї роботи. Інфраструктура дає банку переваги, відповідно до яких він може існувати. В іншому випадку клієнтові вигідніше самому займатися перерозподілом своїх тимчасово вільних коштів [27, с. 213].

Громадський і науково-технічний розвиток дозволяє банкам використовувати новітні досягнення їх інфраструктури, відповідно вибиватися в лідери. Для нормального функціонування банківської системи необхідність ринку банківських послуг загальновідома.

З одного боку, в окремих фірм, приватних осіб та інших учасників ринкових відносин виникають тимчасово вільні грошові кошти, з іншого боку,

в учасників ринкових відносин виникає потреба в додаткових коштах, понад тих, які вони мають на даний момент. Виникає протиріччя, цілком можна розв'язати за допомогою банківського ринку.

Банківським ринком можна вважати будь-який ринок за участю банків, включаючи як ринки банківських послуг, так і ринки ресурсів для банківської діяльності [20]. Цей вид ринку являє собою динамічну систему взаємопов'язаних елементів: суб'єктів, продуктів, попиту, пропозиції, ціни, конкуренції. Історично в процесі розвитку обміну банки стали головними організаторами ринку грошей і капіталів за допомогою створення банківських продуктів.

Продуктом ринку банківських послуг можна вважати вимоги і зобов'язання, створювані в результаті виконання рядових дій банку, пов'язаних із залученням, розміщенням, переміщенням і конверсією коштів. При такому розширювальному трактуванні банківського ринку значною мірою втрачається специфіка банківської конкуренції як економічної категорії, вона ніби «розчиняється» в родовому понятті ринкової конкуренції взагалі.

Тому під банківським ринком слід розуміти тільки ті ринки, які є специфічно банківськими, а саме: ринки банківських послуг. Він являє собою дуже складне утворення, що має дуже широкі межі і складається з безлічі елементів. Це зумовлює множинність критеріїв розмежування структурних елементів ринкової системи.

Ринок банківських послуг як сфера формування попиту і пропозиції на похідні банківської діяльності, які відносяться до товарного типу міжбанківських зв'язків і є частиною світових валютно-кредитних і фінансових відносин, може бути охарактеризований наявністю взаємних угод сторін конкуренцією і вільним вибором партнерів.

Іншими словами, ринок банківських послуг – це специфічна сфера ринкових відносин, що забезпечує попит і пропозицію на послуги банків, спрямовані на стимулювання банківських операцій з метою задоволення потреб клієнтів. Інфраструктурі ринку банківських послуг притаманні як

характеристики родового поняття інфраструктури, так і специфічні особливості, обумовлені, по-перше, особливостями основної діяльності – банківської, по-друге, специфічними властивостями банківського ринку Росії на сучасному етапі її розвитку. Спираючись на дослідження поняття «інфраструктура», а також враховуючи специфіку банківського ринку, поняття інфраструктури ринку банківських послуг можна сформулювати наступним чином.

Інфраструктура ринку банківських послуг – це сукупність взаємодіючих організаційно-правових форм, які обслуговують формування попиту та пропозиції, а також створюють умови для купівлі та продажу банківських послуг через кредитно - фінансові інститути.

Ці організаційно-правові форми, або інститути, можуть бути матеріальними (кадрове забезпечення) і нематеріальними (ділова репутація системи, країни), значущими (інформаційні технології) і не дуже (дорожнє господарство), національними (банківське законодавство) і іно – дивними (професійний аудит). У будь-якому випадку вони мають загальним ознакою – причетністю до діяльності кредитних організацій, забезпечення ефективного та безперебійного функціонування ринку банківських послуг. Можливість національного банківського ринку вистояти в умовах жорсткої конкуренції не тільки на внутрішньому рівні, але і серед міжнародних обслуговування клієнтів та корпоративного управління, наявності кваліфікованого, що відповідає міжнародним вимогам персоналу, тобто рівня розвитку інфраструктури ринку банківських послуг. Конкурентів безпосередньо залежить, в тому числі і від рівня розвитку сучасних інформаційних та банківських технологій, своєчасності впровадження інноваційних рішень у сфері.

## **Висновки до розділу 1**

1. На основі проведеного дослідження теоретичних підходів до визначення сутності поняття банківська послуга зроблено висновок, що

необхідним є розмежування понять «банківська послуга», «банківська операція» та «банківський продукт». Так, банківська послуга являє собою регламентовану сукупність фактичних і юридичних дій, здійснюваних банком на замовлення клієнта на основі платності, спрямованих на задоволення потреб останнього. У свою чергу, банківські операції – технологічний процес, спрямований на використання наявних потужностей відповідних підрозділів банків для реалізації відповідного банківського продукту. Банківський продукт – комплекс взаємопов'язаних послуг і операцій банку, спрямованих на задоволення потреб клієнтів в окремих видах банківської діяльності.

2. Досліджено різні варіанти класифікації банківських послуг та виокремлено найпоширенішу з них, а зокрема класифікацію, яка виражається в переліку банківських послуг, який розглядається і приймається на етапі створення банку, з урахуванням політики банку і при визначенні його місії: активні операції (розміщення засобів); активно-пасивні (посередницькі, трастові та інші) операції. Також подано більш розширену класифікацію банківських послуг на традиційні, додаткові та нетрадиційні. Зокрема до традиційних продуктів відносяться найбільш поширені і найбільш споживані послуги банку: кредитні, депозитні, розрахункові, інвестиційні, випуск та обслуговування пластикових карт. Додаткові послуги супроводжують процес надання традиційних послуг. Такими послугами є інкасація, перевезення документів і цінностей, конвертація валюти, розрахунок і керування ризиками, хеджування ризиків. І остання група у цій класифікації – це нетрадиційні продукти. До них відносяться факторингові, лізингові продукти, консультаційні та інформаційні продукти, видача гарантій, депозитарні продукти, виконання довірчих операцій, зберігання цінностей клієнта і т. д.

3. На основі вивчення економічної літератури ми виділили найбільш істотні фактори, що впливають на розвиток ринку банківських послуг, і об'єднали їх в 4 групи: економічні (економічна ситуація в країні, рівень доходів населення); державно-правові (законодавча і нормативна база, державна політика в банківській сфері, податкове навантаження, умови



конкуренції); соціальні (довіра до банків і банківської системи в цілому, фінансова грамотність населення, соціально-демографічні тенденції); маркетингові (розвиток банківської інфраструктури, розвиток інформаційних технологій) науково-технічні (розвиток банківської інфраструктури, розвиток інформаційних технологій).

4. Досліджено різні підходи до трактування інфраструктури ринку банківських послуг на основі чого дано визначення поняття інфраструктура ринку банківських послуг як сукупність взаємодіючих організаційно-правових форм, які обслуговують формування попиту та пропозиції, а також створюють умови для купівлі та продажу банківських послуг через кредитно-фінансові інститути.

5. Узагальнено розуміння сутності ринку банківських послуг, а зокрема запропоновано під банківським ринком слід розуміти тільки ті ринки, які є специфічно банківськими, а саме: ринки банківських послуг. Він являє собою дуже складне утворення, що має дуже широкі межі і складається з безлічі елементів. Це зумовлює множинність критеріїв розмежування структурних елементів ринкової системи.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

#### 2.1. Особливості сучасного розвитку ринку банківських послуг

Зростання та урізноманітнення потреб суб'єктів господарювання і населення в банківському обслуговуванні обумовлюють необхідність поглибленого аналізу особливостей сучасного розвитку ринку банківських послуг, виявлення його відповідності якісним змінам, що відбуваються в процесах соціально-економічного розвитку країни. Актуальність вивчення питань організації ринку банківських послуг посилюється під впливом глобалізації фінансових ринків, загострення конкуренції як у вітчизняному, так і світовому фінансовому просторі.

Незважаючи на значну увагу, яка приділяється теоретичним і практичним аспектам функціонування банківської системи України, поза увагою дослідників лишаються невирішені питання оптимізації сучасного розвитку ринку банківських послуг, пов'язаних з досить складним становищем української банківської системи.

Щоб надавати банківські послуги, банки повинні мати надійні передумови і, передусім, достатній рівень активів. За середнім розміром активів наші кредитні установи відстають від банків більшості країн від ста (США) до тисячі разів (Японія) [28; 42]. Порівняно низька частка працюючих активів, включаючи позики реальному сектору економіки й інвестиції в цінні папери.

Питома вага довгострокових інвестицій також невелика. Однак необхідно мати на увазі, що значна частина непрацюючих активів ряду українських банків знаходиться на рахунках в іноземній валюті. З падінням курсу національної валюти ця частина валютних активів фактично перетворюється в активи, що приносять прибутки. Проте основна проблема залишається, і її суть – у недостатньому зв'язку банківської системи з

реальним сектором економіки.

Надання фінансово-банківських послуг фізичним та юридичним особам суттєво впливає на ефективність підприємницької діяльності, рівень матеріального добробуту населення, стримує інфляційні процеси на макроекономічному рівні. Особливого значення набуває розвиток фінансово-банківських послуг у контексті глобалізації світової економіки, поглиблення співпраці банківських установ різних країн. Фінансово-банківські послуги є одним із найважливіших інструментів входження України в систему міжнародних фінансово-валютних відносин, а її банківської системи – до світового ринку капіталу.

Зазначимо, що банківські послуги відрізняються від традиційних форм банківського обслуговування. Якщо кредитування або інвестування економіки збагачується за рахунок внутрішнього змісту, застосування нових більш досконалих форм того чи іншого виду банківської діяльності, то банківські послуги належать до інноваційних банківських продуктів. Вони виникають відповідно до вимог ринку і можуть поєднувати як існуючі банківські операції, так і бути принципово новими.

Процес організації, формування та розвитку ринку банківських послуг як важливого елемента ринкової моделі економіки країн із трансформаційною економікою сприяв активізації діяльності банків як основних фінансових посередників. Серед посередників, які виконують роль професійних учасників фінансових ринків, банки мають ряд суттєвих відмінностей та переваг. На відміну від фінансових, трастових та інвестиційних компаній і фондів, банки займаються не лише посередницькою діяльністю, але й надають різноманітні послуги своїм клієнтам.

Банківські послуги відрізняються від банківських операцій. На цьому наголошують окремі дослідники цієї проблеми [21, с. 42]. Якщо за рахунок пасивних операцій формуються ресурси комерційних банків, то за рахунок активних операцій відбувається розміщення банками власних та залучених коштів з метою отримання прибутку.

На відміну від банківських операцій, для надання банку фінансових послуг не потрібні значні додаткові ресурси, а доходи від послуг банки отримують не у вигляді відсотків, а у формі комісійних виплат. Істотною ознакою банківських послуг є їх здатність приносити фінансово-кредитній установі стабільний дохід практично на безризиковій основі.

Особливості сучасного етапу розвитку підприємництва в країнах із трансформаційною економікою визначають потреби суб'єктів господарювання не лише у традиційному кредитно-розрахунковому обслуговуванні з боку банків, а й у ширшому асортименті банківських послуг (лізинг, факторинг, трастові послуги, надання клієнтам своїх телекомунікацій тощо).

В динамічне ядро сфери послуг у багатьох країнах Європи входять фінансові, страхові, ріелторські та бізнес-послуги, значного розвитку набули послуги з охорони здоров'я, освіти, а також транспорту, зберігання та комунікаційні послуги (табл. 2.1).

Використовуючи передові інформаційні технології і можливості, що відкриваються політикою дерегулювання і лібералізації ринків, ці галузі за останні 15-20 років вийшли на якісно новий рівень у своєму технічному оснащенні, за якістю обслуговування виробництва та населення і нині відіграють вирішальну роль у створенні базису для економічного зростання [5].

Отже, сектор фінансових послуг, що складається, за даними Світової організації торгівлі, з п'яти досить широких категорій: банківські послуги, страхові послуги з випуску всіх видів цінних паперів, послуги з управління майном та пошук і передача фінансової інформації – є складовою досить значної частки валової доданої вартості на ринку фінансово-банківських послуг. За даними міжнародної статистики саме цей сектор набув найбільшого розвитку [78, с. 135].

Таблиця 2.1

Порівняння розподілу валової доданої вартості у секторі послуг в економіках європейських країн – членів ОЕСР – у 2010 і 2019р. [84]

Країна	Частка в загальній валовій доданій вартості, %									
	Оптова та роздрібна торгівля, ресторани та готельні послуги		Транспорт, зберігання, комунікації		Адміністрування та охорона		Освіта, охорона здоров'я, соціальна робота та інші послуги		Фінансові, страхові, ріелторські та бізнес-послуги	
	Рік									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Австрія	17,4	16,8	7,0	7,4	5,8	6,8	15,0	16,0	23,4	19,9
Бельгія	14,6	13,8	8,4	8,2	7,3	7,1	16,5	15,6	28	25,5
Чеська Республіка	14,4	14,0	10,3	10,4	5,7	5,4	11,3	10,1	17,1	16,8
Данія	12,8	14,7	9,2	7,6	6,3	6,8	16,3	20,1	23,8	22,3
Фінляндія	12,2	11,1	10,4	9,7	5,0	5,5	17,4	17,7	20,8	18,9
Франція	12,9	13,2	6,4	6,2	7,6	7,9	18,0	16,9	32,0	27,6
Німеччина	12,2	12,3	5,9	5,7	6,0	6,7	16,4	15,5	29,3	26,4
Греція	23,8	-	8,3	-	7,3	-	17,7	-	19,4	-
Угорщина	12,7	13,1	7,7	8,0	8,7	8,4	14,7	13,9	21,7	18,6
Ірландія	11,9	11,8	5,3	5,5	4,5	5,7	15,0	14,6	25,2	17,3
Люксембург	11,4	13,1	10,3	8,2	5,6	5,6	11,9	11,1	44,2	39,3
Нідерланди	14,5	14,8	7,1	6,9	7,3	7,9	17,3	15,3	27,4	24,2
Норвегія	9,4	12,3	7,5	10,0	4,4	6,1	16,2	16,9	17,9	17,5
Польща	8,4	7,2	7,2	6,3	6,2	6,8	13,1	11,8	17,8	12,6
Португалія	17,6	17,7	7,0	6,5	9,1	8,1	16,9	13,6	21,1	19,9
Словацька Республіка	15,7	14,0	10,4	10,5	5,6	5,2	9,7	9,1	18,5	17,5
Іспанія	18,4	17,5	7,1	7,0	6,0	6,6	14,9	14,4	21,0	18,3
Швеція	12,2	12,5	8,0	8,1	5,5	5,9	20,7	18,1	24,3	22,3
Швейцарія	15,3	-	6,4	-	10,6	-	8,7	-	31,2	-
Велика Британія	14,5	13,7	7,1	7,7	4,8	5,8	17,8	15,7	31,7	24,5

Складено автором за даними [84]

Від ефективного функціонування ринку фінансово-банкнвських послуг, банкнвської системи в цілому залежить створення та розподіл внутрішнього валового продукту і національного доходу, регулювання грошового обігу, кредитування, фінансування та інші економічні і соціальні досягнення будь-якої країни. Таким чином, безперечним є факт розгляду ринку фінансово-банкнвських послуг як однієї з найбільш потенційних платформ, розвиток та удосконалення якої сприяє безпосередньому зростанню ВВП країни.

Різні посередники на ринку фінансово-банкнвських послуг реалізують

свої економічні інтереси з урахуванням дій різних факторів зовнішнього середовища, причому на деякі з них він може опосередковано впливати, дія інших факторів виходить за межі впливу інститутів, і він повинен пристосовуватися до них. До факторів, на які може впливати фінансово-кредитна установа, належать: ринковий попит, конкуренція, рівень розвитку інфраструктури ринку фінансово-банківських послуг. До неконтрольованих факторів, що впливають на формування інфраструктури ринку фінансово-банківських послуг, належать: загальноекономічна ситуація в регіоні, країні та за її межами; рівень життя та заощадливості населення; кон'юнктура ринку фінансово-банківських послуг, демографічна ситуація тощо. Дія цих факторів визначає поведінку фінансово-кредитних інститутів у ринковому середовищі, формує стратегію і тактику, окреслює можливості просування на ринку фінансово-банківських послуг у межах певної території.

Диверсифікація банківських послуг в міру зростання їх пропозиції призведе до появи фірмових продуктів та послуг. Це може бути використання марок якості, які зрозумілі клієнтам та відповідають запитам банківської клієнтури. Отже, розумне поєднання банківських операцій традиційного спрямування з новітніми банківськими послугами здатне зміцнити конкурентні позиції банку, залучити додаткових клієнтів або запропонувати їм нові продукти та послуги, що здатне суттєво вплинути на ефективність діяльності не тільки окремого банку, але й усієї банківської системи.

Водночас опанування та пряме запозичення досвіду західних банків повинно відповідати потребам внутрішнього саморозвитку та вирішення нагальних проблем економічної трансформації країни. Ринок банківських послуг в Україні перебуває на стадії формування попиту на такі послуги, як лізинг, факторинг, гарантії, трастові послуги, купівля-продаж цінних паперів за заявками клієнтів, розміщення емісії цінних паперів тощо.

Такі еволюційні зміни на ринку банківських послуг у кінцевому підсумку повинні спрямувати зусилля банків на підтримку реального сектора економіки.

На нашу думку, це пояснюється відносно незначними ринковими частками банківських послуг у загальному обсязі банківських операцій та пов'язаними з цим пошуком нових клієнтів або підвищенням ефективності банківських операцій за рахунок концентрації або консолідації капіталів у банківській сфері. Розвиток банків у країнах із трансформаційною економікою як системи у цьому випадку може піти шляхом не звичайної консолідації капіталів, а глобалізації у їх банківському секторі, скорочення кількості проблемних банків.

Зарубіжний досвід свідчить, що комерційні банки, що дають клієнтам більш різноманітні послуги високої якості, звичайно, мають перевагу перед банками з обмеженим набором послуг. Останнім часом все більша кількість великих комерційних банків переходить на комплексне обслуговування клієнтури. Це означає, що, крім кредитно-розрахункового і касового обслуговування, банки надають своїм клієнтам і цілий ряд інших послуг.

По-перше, банки цілком беруть на себе розрахунково-облікове обслуговування клієнтів, а саме: ведення амортизаційних і пенсійних рахунків, бухгалтерський облік операцій, нарахування і сплату податків, розрахунки заробітної плати, контроль за динамікою товарних запасів на складах, аналіз продажів і операційних витрат, упорядкування проектів балансів фінансування інвестицій і зведених балансів для компаній. По-друге, важливим напрямком розвитку зв'язків великих компаній з банками є передавання останнім обов'язків зі збереження документів, а в останні роки й упорядкування даних про рух розрахункових документів, щоденних, щотижневих і щомісячних балансів [42, с. 126].

Великим корпораціям банки надають також лізингові і факторингові послуги, подають відомості про платоспроможність контрагентів, сприяють в емісії акцій, надають консультації з питань інвестицій. Дрібним вкладникам, крім депозитних і кредитних операцій, банками пропонується управління фінансовими активами, ведення комунальних рахунків, розрахунки за споживчим кредитом. Виконання банківських операцій із широкою

клієнтурою

– важлива особливість сучасної банківської діяльності в усіх країнах світу, що мають розвинену банківську систему. Наприклад, найбільші комерційні банки Великої Британії (клірингові банки) виконують біля 100 різних видів операцій з обслуговування своїх клієнтів, комерційні банки США – понад 150 видів операцій, а банки Японії – біля 300 видів. Для порівняння можна відзначити, що Ощадбанк України (який входить у трійку лідерів з обслуговування фізичних осіб), що традиційно виконує великий обсяг банківських операцій і послуг, здійснює лише біля 70 банківських операцій і послуг. Послугами Ощадбанку користуються 40% опитаних, 15% обслуговуються в Приватбанку, а 11% є клієнтами банку «Райффайзен Банк Аваль». Проміжну позицію між банками-лідерами та рештою банків займають Промінвестбанк та Укрсоцбанк, клієнтами яких є відповідно 4 і 3% респондентів. Послугами лише одного банку користуються 66% клієнтів банків, 34% – двох і більше [74]. Розвиток і розширення асортименту на ринку банківських послуг в Україні, поряд із підвищенням якості обслуговування, є важливою умовою забезпечення надійності і стабільної роботи банківських установ.

Диверсифікація спектра фінансово-банківських послуг і підвищення ступеня універсалізації діяльності на фінансово-банківському ринку, що “визначає еволюцію організаційних форм фінансових інститутів, від “фінансової лавки” до “фінансового супермаркету” на основі об’єднань таких напрямів, як банківська справа, страхування, операції з нерухомістю, цінними паперами, консультаційні послуги тощо”, визначає тенденцію сьогодення [23].

У банківській діяльності концепція інтегрованого фінансового обслуговування безпосередньо реалізується в ході створення великих банківських холдингів, що діють у сфері фінансових послуг, а не в конкретній, вужчій галузі, яку традиційно вважають сферою банківської діяльності. До складу холдингів можуть входити страхові компанії та агенції, іпотечні, трастові, факторингові, лізингові компанії, кредитно-ощадні асоціації,



брокерські фірми, які торгують цінним паперами. Саме за таких організаційних умов та низкою інших нижченаведених факторів та тенденцій можливе досягнення максимальних результатів на ринку фінансово-банківських послуг, що безпосередньо матиме відображення в економічному зростанні країни або групи країн відповідно.

У сучасних умовах на ринку банківських послуг у країнах Європи із трансформаційною економікою зростає роль банків, контрольованих іноземним капіталом (контрольовані іноземним капіталом банки – це ті, в яких більш 50% статутного капіталу належить нерезидентам). Окремі дослідники намагаються оцінити, як присутність цих банків впливає на відношення населення до банківської системи в цілому. Вони порівнюють тенденції, які відбуваються в країнах з перехідною економікою в Центральній і Східній Європі (ЦСЄ) [2].

Динаміка приватних внесків дає уявлення про стан довіри населення до банківської системи в цілому і про успішність виконання нею посередницьких функцій з мобілізації приватних грошових заощаджень. Разом з тим порівняльний аналіз між різними банківськими системами потребує корекцій з різних параметрів грошово-кредитної системи (темпи інфляції, динаміка обмінного курсу національної валюти, грошових доходів населення, ВВП, ступінь доларизації, характер валютного регулювання та ін.).

У більшості країн з перехідною економікою, крім Угорщини і Польщі, іноземний капітал контролює основну частину банків, враховуючи і працюючі з населенням ощадні і роздрібні банківські установи. Власниками найбільших роздрібних чи ощадних банків є такі стратегічні іноземні власники: у Чехії і Словаччині – австрійський Erste, у Хорватії – італійський UniCredito, у Болгарії – угорський ОТР, у Литві – шведський SEB, в Естонії – шведський Swedbank, у Словенії – бельгійський КВС. Ті з іноземних банків, що розвивалися на власній основі і спочатку орієнтувалися на велику корпоративну клієнтуру, надалі, як правило, теж приступили до роботи з засобами фізичних осіб. Отже, ступінь іноземної участі в цьому сегменті ринку

розмірна частці в банківському секторі країни в цілому.

В Україні і більшості інших країн СНД, а також деяких країнах ЦСЄ, ситуація інша. По-перше, ощадні банки тут не перейшли під іноземний контроль і в основному залишилися в руках держави. По-друге, на початковому етапі свого розвитку більшість іноземних банків демонстрували відсутність інтересу до роботи з фізичними особами і зосередилися на обслуговуванні корпоративної клієнтурі і зовнішньоекономічної діяльності. Після фінансово-банківської кризи 1998 р. група банків з іноземною участю змушена була надавати певні роздрібні банківські послуги (поточні й ощадні рахунки, розрахункові пластикові картки) своїм співробітникам і персоналу компаній, що є корпоративними клієнтами. Слідом за цим, на рубежі нового тисячоріччя, три-чотири банку відносять ритейловий (роздрібний) напрямок до своїх пріоритетів на російському ринку, і з того часу кількість зацікавлених учасників постійно збільшувалася.

Якщо порівняти показники по країнах із трансформаційною економікою, то в Росії й Україні частка приватних банківських вкладів у ВВП виявиться значно нижчою порівняно з Угорщиною, Польщею, Чехією й іншими країнами ЦСЄ (рис. 2.1). Відставання від промислово розвинутих країн більш значне, оскільки на Заході значний розвиток одержали й інші види фінансового посередництва. На вкладення в пенсійні, страхові і пайові інвестиційні фонди припадає більше половини (56%) усіх заощаджень населення країн Євро зони, і тільки 31% у постсоціалістичних країнах.

Зростання ролі використання іноземних кредитних ресурсів і капіталів обумовлено необхідністю глибинних структурних зрушень національної економіки, прискоренням технологічного оновлення виробничого потенціалу.

Водночас включення України в міжнародний ринок фінансово-банківських послуг пов'язано з цілою низкою проблем, без розв'язання яких співпраця національної банківської системи може дати зворотний, негативний ефект.

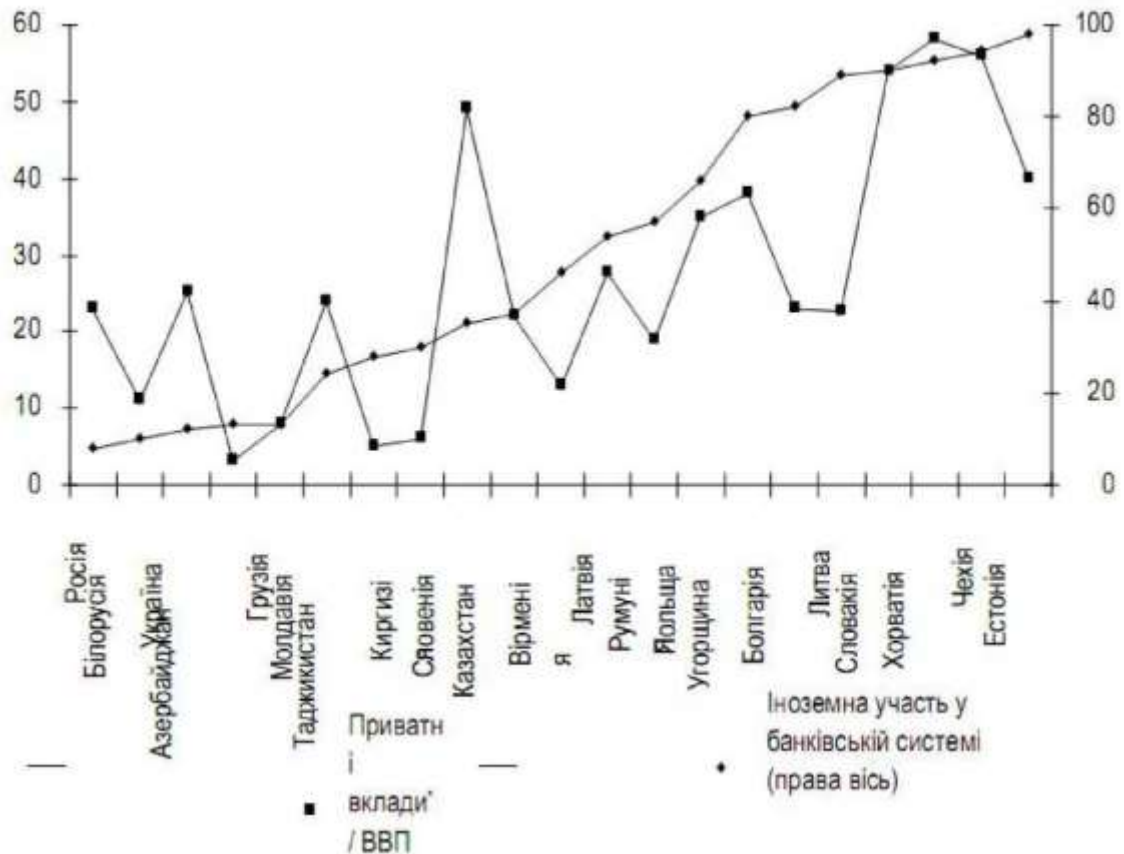


Рис. 2.1. Приватні банківські внески в ВВП, % [11, с. 12]

*\*Внески та депозити усього приватного сектора (не тільки фізичних осіб) у банківській системі*

До основних проблем входження України в міжнародний ринок фінансово-банківських послуг слід віднести такі.

По-перше, невизначеність політики держави щодо інтеграції банківської системи України з банківськими системами інших країн. Це знаходить свій прояв у двоїтій ситуації: відсутність, з одного боку, внутрішніх і зовнішніх протекціоністських бар'єрів означає, що держава майже ніяк не стимулює залучення іноземних інвестицій в банківську систему; водночас суттєво не перешкоджає цьому процесу. Свідченням цього є наявність близько чотирьох десятків банків за участю іноземного капіталу. Низький рівень розвитку кредитного ринку в Україні. За станом на 01.01.2008 вимоги комерційних банків України за наданими кредитами становили лише 426,9 млрд. грн., або менше 90 млрд. дол. США. Банківська система України поступається не тільки західним країнам, але й таким, менш потужним за економічним потенціалом

країнам, як Болгарія та Румунія.

По-друге, державне кредитування та субсидування експорту сприяє оперативному проведенню банками зовнішньоторговельних операцій. Але водночас збільшення обсягів експорту повинно бути не самоціллю держави, а лише додатковим фінансовим ресурсом формування внутрішнього національного ринку. Така політика в коротко- та середньостроковій перспективі обумовлює не зростання доходів, а зростання витрат бюджету.

Співробітництво України з МВФ, Світовим банком та ЄБРР вимагає зміни пріоритетів взаємодії. Міжнародні фінансові інституції надають кредити не для розвитку детермінантів конкурентної переваги України, а використовуються для заходів щодо політичної стабілізації або (у кращому випадку) спрямовуються на розвиток інфраструктурних галузей – транспортної системи, телекомунікацій, готельного бізнесу. За таких умов досягнення соціально орієнтованої, інноваційної моделі ринкової системи за рахунок зовнішніх джерел фінансування стає надзвичайно проблематичним.

По-третє, зростання обсягу експортно-імпортних операцій, збільшення іноземного інвестування привертають особливу увагу до проблеми зниження ризику з іноземною валютою. Кредитування комерційними банками України зовнішньої торгівлі все більшою мірою відбувається за рахунок кредитів, отриманих від іноземних банків та міжнародних фінансових організацій за міждержавними та міжурядовими угодами. Так, якщо у 1999 році іноземна валюта становила в загальному обсязі кредитування лише 11% (в абсолютному вираженні – 3 млн. грн.) проти 89% і 24 млн. грн. відповідно в національній валюті, то в 2014 році ці цифри становили 49,9% [10, с. 41].

Недостатня розвиненість фінансово-кредитної системи, адекватної сучасним вимогам банківської інфраструктури, обмежує можливості застосування методів хеджування. По суті, вітчизняні банки можуть використовувати такі методи, як правильний вибір валюти розрахунків, регулювання валютної позиції та арбітражні операції, що не є достатнім арсеналом заходів щодо запобігання валютних ризиків.

По-четверте, постійне коливання валютних курсів обумовлює щоденні зміни у банківському балансі нарахованих валютних доходів і витрат у гривневому еквіваленті. Це призводить до безпідставного збільшення бази оподаткування наданих фінансово-банківських послуг. Існуюча практика оподаткування валютних доходів не сприяє включенню банківської системи України в систему міжнародних валютно-фінансових розрахунків. Отже, потрібна відповідна корекція законодавчої бази оподаткування валютного прибутку комерційних банків. При поточному рівні обмінного курсу недоцільно проводити політику знецінення грошової одиниці України. Інфляція справляє негативний вплив на розвиток фінансово-банківських послуг через процентні ставки, послаблення стимулів до заощаджень (як в національній, так і в іноземній валюті), призведе до зниження депозитної бази, зміни структури активних і пасивних операцій.

Отже, національні ринки фінансово-банківських послуг країн з трансформаційною економікою дотепер не можуть брати повноцінну участь у глобальному процесі формування світової фінансової системи на рівноправних умовах. Основними причинами є низький рівень конкурентоспроможності банківських систем більшості країн, недостатня інтегрованість у світові та європейські фінансові ринки, обмеженість механізмів та інструментів надання банківських послуг.

## **2.2. Оцінка ринку традиційних банківських послуг в Україні**

Український ринок банківських послуг має свої особливості та специфічні риси, що пов'язано, перш за все із розвитком вітчизняного фінансового ринку і економіки. Так, незважаючи на те, що в світовій банківській практиці використовується більше 300 банківських послуг, в Україні цей показник значно менший, де левову частку займають кредитні послуги в традиційному розумінні, адже на лізинг, факторинг, форфейтинг, інвестиційне кредитування припадає близько 7% кредитних операцій банків.

Окрім цього в сфері послуг із залучення ресурсів вітчизняні банки надають перевагу депозитним послугам, а в сфері розрахунково-касового обслуговування, все ще має перевагу напрямок касового обслуговування, на онлайн-платежі та платіжні картки припадає досить малий, порівняно з розвинутими країнами, відсоток послуг.

Сьогодні, кредитні послуги банків для фізичних осіб можна поділити на три чітко виражених категорії, які пов'язані із ціллю надання послуг, а зокрема:

- 1) споживче кредитування;
- 2) кредит на авто;
- 3) кредит на житло.

Деяку іншу структуру мають кредитні послуги корпоративному бізнесу:

- 1) автокредитування;
- 2) кредити на комерційну нерухомість;
- 3) кредити на поновлення обігових коштів;
- 4) мікрокредити;
- 5) обладнання в кредит.

Що ж стосується споживчого кредитування фізичних осіб, то за 11 місяців 2020 сумарний обсяг споживчих кредитів українців виріс на 7,4% або 9,34 мільярда гривень, повністю відігравши зниження 2019 року (на 1,18 мільярда гривень), та сягнувши рівня кінця 2016 року. Тоді українські позичальники були прокредитовані на 137 мільярдів гривень, а станом на кінець грудня 2020 р. – на 137,3 мільярда гривень (рис. 2.2).

При цьому найбільш суттєві зрушення відбулися в термінах кредитування.

Ще на початку 2020 найбільший обсяг споживчого кредитування припадав на позики терміном від п'яти років і більше (47 мільярдів гривень), на другому місці розташовувалися кредити на термін від року до п'яти років (42,3 мільярда), і лише на третьому – короткострокові позики до року (36,8

мільярда гривень).

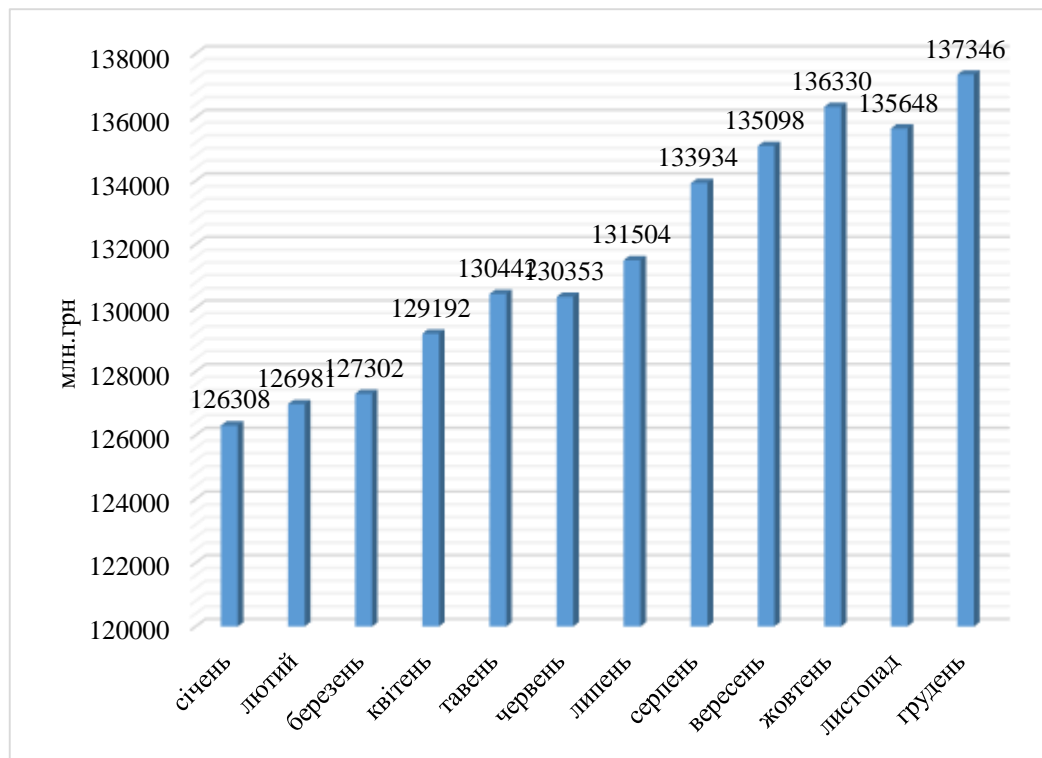


Рис. 2.2. Динаміка обсягу споживчого кредитування в 2020 році [53]

До кінця листопада 2020 року ситуація виглядала прямо протилежно: лідирували за сумарним обсягом короткострокові позики (49,5 мільярда гривень). Кредити на 1-5 років, хоч вирости в обсягах, залишилися на середній позиції (46,2 мільярда гривень), а позики на п'ять років і більше зменшилися в обсягах і тепер їх питома вага найменший (39,9 мільярда гривень).

Зростала в минулому році і пропозиція споживчих кредитних програм. Так, за даними компанії «Простобанк Консалтинг», банків, що кредитують готівкою серед 50-ти лідерів за активами стало більше на 28-50% залежно від терміну позики. У сегменті нецільової іпотеки склад гравців змінився на 1-2 банку за різними термінами [69].

При цьому найбільше зросла кількість середньострокових кредитів без застави: їх стало 199 штук або майже на 130% більше, ніж на початку року. На 80% збільшилася кількість аналогічних програм кредитування на термін один рік – до 225 штук. На 16% зросла пропозиція п'ятирічних кредитів: як готівкою, так і під заставу нерухомості та авто. Така ситуація пояснюється із

зростання диференціацією підходів до позичальника, адже банки запускали спеціальні пропозиції для окремих груп споживачів: наприклад, для пенсіонерів, для офіційно працевлаштованих людей віком старших 45 років, для суб'єктів підприємницької діяльності, проводили багато рекламних акцій.

Крім цього, банки розширювали пропозицію за рахунок спільних програм.

Новим і досить популярним напрямком в споживчому кредитуванні стала співпраця банків, при якому один банк видає кредити іншого банку. Це дало можливість учасникам ринку споживчого кредитування значно розширити частку своєї присутності (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Кількість банків з числа 50-ти лідерів за активами, що працюють на ринку споживчого кредитування, і споживчих кредитних програм [69]

Срок кредиту	Кількість банків-кредиторів		Зміна за 2020 год		Кількість кредитних програм		Зміна за 2020 год	
	січень 2020	січень 2021	шт.	%	січень 2020	січень 2021	шт.	%
<b>БЕЗЗАСТАВНІ КРЕДИТИ</b>								
1 рік	25	32	7	28%	124	225	101	81,5%
3 роки	20	30	10	50%	87	199	112	128,7%
5 років	2	3	1	50%	6	7	1	16,7%
<b>НЕЦІЛЬОВА ШТЕКА</b>								
1 рік	29	30	1	3,4%	76	81	5	6,6%
5 років	25	27	2	8%	62	72	10	16,1%
10 років	12	11	-1	-8,3%	26	26	0	0%

Середня реальна вартість беззаставних кредитів готівкою в 2020 році пережила і різке зростання, і ще більш стрімке падіння. Пік середніх реальних ставок припав на початок серпня 2020 року: до цього моменту з початку року вони зросли на 5,3-5,8 процентного пункту до 65,5-65,7% річних за кредитами на 1-3 роки.

Наступне зниження призвело до того, що за підсумками року середні реальні ставки за позиками на рік залишилися практично без змін (60,3% річних), за кредитами на три роки – зросли на 1,7 процентного пункту (до 61,6% річних), а за позиками на п'ять років – знизилися на цілих 6,6 процентного пункту (до 45,8% річних).



Що ж стосується кредиту на авто, то у минулому році український ринок автокредитування перебував під тиском зовнішніх факторів і регулятивних змін. Насамперед, на ринок автокредитів впливало скорочення продажів самих автомобілів. За даними Асоціації «Укравтопром», в 2020 році українці купили легкових авто 213,3 тисячі штук – на 10,2% або на 24,3 тисячі менше, ніж у 2019 році.

Кількість пропозицій від банків з купівлі авто в кредит в 2020 році зростала. За даними компанії «Простобанк Консалтинг», за кредитами на нові автомобілі пік пропозицій від банків з числа 50-ти лідерів за активами припав на середину жовтня 2020 р., коли в порівнянні з початком року число автокредитних програм за всіма строками подвоїлася. В останні місяці 2020 р. воно трохи скоротилося, так що на кінець грудня 2020 р. пропозицію позик на нові автомобілі в залежності від терміну було на 60-70% більше, ніж у січні 2020 р., і становило 300-390 програм [44].

За минулий рік реальна вартість позик на нові автомобілі в середньому по ринку знизилася. Основними чинниками стали коректування ставок за депозитами і вартість ресурсів на міжбанківському ринку. Ці та інші причини призвели до незначного зменшення процентних ставок за автокредитами протягом року. Так, за рік позики на нові автомобілі іноземного виробництва подешевшали на 4-4,5 відсоткового пункту в залежності від терміну до 17-17,5%. Кредити на нові вітчизняні авто втратили 2,7-3,6 процентних пункт своєї реальної вартості до 18,6-19,3%.

Що ж стосується іпотечного кредитування, то позитивні зміни почалися в першому кварталі минулого року: в березні 2020 р. Державна іпотечна установа (ДІУ) знизила ставки рефінансування на 2,7 процентного пункту – до 15,3% річних. До цього іпотека з рефінансуванням ДІУ не відрізнялася за реальною вартістю від звичайних кредитів на купівлю житла - після того, як в 2019 році ставку рефінансування ДІУ підняли відразу на сім процентних пунктів, з 11 до 18% річних. Після зниження різниця у вартості кредитів з ДІУ і звичайних іпотечних кредитів від українських банків скоротилася, але

пільгові позики продовжували залишатися недешевими – 17-19% реальних річних. Це і виявилось однією з причин, по якій обсяги кредитів з рефінансуванням ДПУ зменшилися в два рази. За підсумками 11 місяців 2020 ДПУ рефінансувала кредитів на суму більше 141 мільйона гривень, у той час як за підсумками 2019 року ця сума становила 293,4 мільйона гривень [52]. Отже, незважаючи на оптимістичне початок року, іпотека з рефінансуванням ДПУ закінчила рік без особливих досягнень.

Пільгова іпотека під 3% річних також не відзначити серйозними досягненнями, хоч уряд і повідомляв регулярно в пресі про успіхи: про те, що пільгові кредити користуються високим попитом, що в рамках програми «доступне житло» почали будівництво відразу дев'яти мікрорайонів, що чотири існуючі схеми пільгової іпотеки доповнять ще кількома (наприклад, з можливістю оренди з правом викупу) і т.д. Однак обсяги пільгового кредитування невеликі: з виділених 300 мільйонів гривень в 2020 році використали тільки 65 мільйонів, решта коштів пішли на фінансування інших житлових програм. Причина скромних успіхів іпотеки під 3% – низький попит.

Замість запланованих 4000 кредитів, позичальники не оформили і 2000 (дані Мінрегіонбуду). За словами експертів, вся справа в невеликому виборі житлових об'єктів і у високих вимогах до позичальників. Додатковою причиною для деяких потенційних кандидатів на пільгову іпотеку може бути невпевненість у надійності державного фінансування [52].

У 2020 році, вперше з часу фінансової кризи 2016 р., загальні обсяги кредитування фізичних осіб зросли – на 4,5 мільярда гривень або на 2,4% – до 192,7 мільярда гривень [53]. Однак іпотеки зростання не торкнувся: обсяги таких кредитів, виданих українським позичальникам, знижуються вже четвертий рік поспіль. За результатами 2020 року вони зменшилися до 51,4 мільярда гривень, втративши сім мільярдів, у порівнянні з 2019 роком. Більше того, обсяги іпотечного кредитування за станом на 31.12.2020 р. досягли мінімального значення за останні шість років: меншим обсяг був тільки в 2014

році – 40,8 мільярдів гривень [53].

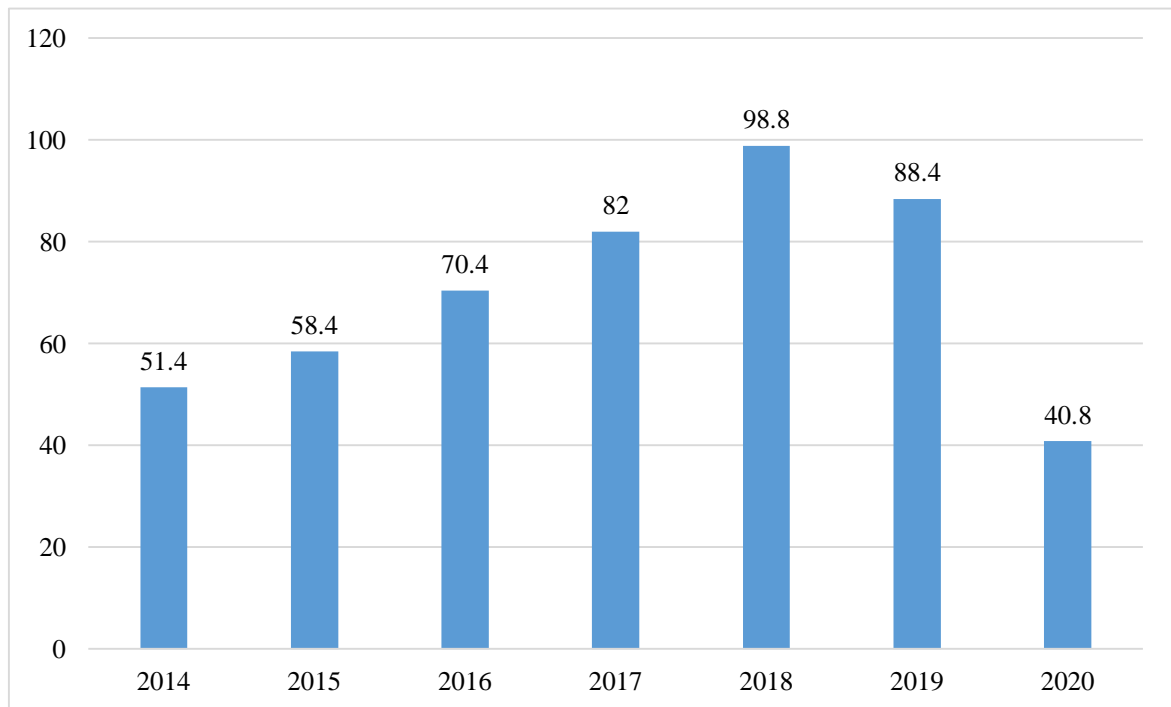


Рис. 2.3. Обсяги іпотечного кредитування у 2014-2020 роках [53]

Єдиною перевагою в іпотечному кредитуванні 2020 року, порівняно з 2019 роком є деякі поліпшення в умовах іпотечних кредитів. І хоча несуттєвими ці позитивні зміни важко назвати, поживавити кредитування їм не вдалося.

Перша позитивна зміна – те, що вибір кредиторів збільшився на третину для вторинного ринку і майже на 20% для первинного ринку. Так, за останній рік кількість установ з числа 50-ти лідерів за активами, що видають позики на купівлю житла на вторинному ринку нерухомості строком на 10 і 15 років збільшилася на шість – до 27 і 25 банків відповідно, а строком на 20 років – збільшилася на п'ять і склало 19 банків. У сегменті кредитів на покупку житла на первинному ринку збільшення склало чотири установи; у 2020 році такі кредити терміном 5 і 10 років пропонують 19 банків з 50-ти найбільших, строком 15 років – 17 банків, строком 20 років – 11 банків (станом на 27.12.2020 р.) [51].

Галузями, які найбільш часто користуються овердрафтами, всі експерти назвали торгівлю, оскільки для цієї сфери діяльності найбільш характерна

наявність касових розривів у платежах – це торгівля фруктами, овочами, лікарськими препаратами, автозапчастинами, нафтопродуктами та газом, сільськогосподарська діяльність.

Тим не менш, жодних галузевих обмежень або диференціації умов овердрафту залежно від роду діяльності на ринку не відзначається. Це суто фінансовий продукт, розрахунок тарифів, термінів і лімітів якого виробляється чи не виключно на підставі реальної фінансової документації компанії; інші ж параметри значать набагато менше, ніж в інших видах кредитування.

На ринку овердрафтів до рахунків малого та середнього бізнесу на Prostobiz.ua кількість великих гравців з числа 25 лідерів ринку послуг для підприємців одно 19 (заставні) і 12 (бланкові). Як і раніше з банків-лідерів ніяких овердрафтів поки не дають Промінвестбанк, Імексбанк, Фінансова Ініціатива, VAB Банк. Рахунки в інших великих установах теоретично можуть мати кредитний ліміт.

Тарифи нижче 19% реальних річних збереглися у Всеукраїнського банку Розвитку (від 14,08% реальних річних), Піреус Банку (від 17,08% річних), Райффайзен Банку Аваль (від 18% річних). Зате мінімальні овердрафтні ставки близько 19% реальних річних є відразу у Ощадбанку, Укрексімбанку, УкрСиббанку, Банку Кредит Дніпро, банку «Південний», Єврогазбанку і Банку Кіпру (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

## Умови овердрафту для бізнесу України [51]

<b>ОВЕРДРАФТ ДЛЯ БІЗНЕСУ В ГРИВНІ середні ставки</b>		
<b>Термін овердрафту</b>	<b>Средняя реальная ставка, %</b>	<b>Зміна за місяць, %</b>
30 днів	23,73%	0,32
14 днів	24,67%	0,02
7 днів	26,34%	0,04
3 дні	31,65%	0,26

Протягом 2020 року практично не змінювалися кількість і склад гравців у всіх сегментах одноцільових позик для малого та середнього бізнесу (автокредити, позики на покупку комерційної нерухомості або устаткування).

Так, якщо розглядати банки-лідери на ринку послуг для малого бізнесу, то з 25 таких банків-лідерів 15-16 кредиторів весь 2020 рік видавали позики на авто для юросіб термінами 1-3 роки (а 9-10 з них – термінами і в п'ять років).

Купівлю обладнання для бізнесу весь рік кредитували 12-13 банків з числа лідерів на терміни в 1-3 роки (а 5-7 з них – і терміном в п'яти років).

Нарешті, в бізнес-іпотеці весь рік незмінно працювали 10-11 банків з числа лідерів на терміни 1-3 роки (а 6-7 з них – і строком на п'ять років).

Парафії та догляди гравців були одиничні і серйозного впливу на загальну картину ринку не чинили. Кредити на великі терміни у всіх сегментах як були, так і залишилися одиничними.

Серед менших банків кількість гравців в кожному сегменті цільових бізнес-кредитів залишається приблизно рівним вищевказаною кількістю гравців серед банків-лідерів – і тенденцій до зміни цього числа не спостерігається.

Ставки знижувалися весь 2020 рік – досягнувши середнього зниження на 2 процентних пункти в усіх сегментах цільових бізнес-позик. Відразу зауважимо, що багаторічні автокредити насправді, в середньому, подешевшали аж на 3,5 п.п. – але якщо прибрати із статистики спільні з автосалонами програми кредитування певних марок авто, особливо з авансами більше 50% ціни машини, отримаємо зниження на ті ж 2 п.п., що і в інших сегментах.

Підсумок на початок 2021 такий: 17% реальних річних для 3-5 -річних і 15% реальних річних для 1-річних автопозик для бізнесу. Якщо прибрати «марочні» програми (під певні марки авто певних автосалонів) і позики з авансами вище 50% ціни машини – зазначені середні ставки виростають приблизно на 2,5 процентних пункту для трирічних і на 3,5 п.п. для однорічних автокредитів (тобто 19,5% і 18,5% реальних річних відповідно) [51].

Бізнес-іпотека і позики на обладнання від банків-лідерів ринку послуг для МСБ на початку 2021 року дає мінімальні базові ставки від 17,4% реальних річних (іпотека термін у п'ять років або обладнання термін у три роки) до

19,8% реальних річних (обидва сегмента, строк в один рік). А це на 1-5 п.п. нижче, ніж на початку 2020 року – що цілком відповідає описаному в графіках тренду середніх ставок.

За перші 11 місяців 2020 року заощадження українців в банках виросли на 70,9 мільярда гривень. Це найбільший показник в історії української банківської системи. Досі рекорд зберігав за собою 2017 рік, коли кошти фізосіб у банках виросли майже на 61 мільярд гривень. При цьому за 12 місяців (включаючи грудень-2019 – листопад 2020) українські вкладники відкрили нових депозитів на еквівалент 636,1 мільярда гривень.

За даними Нацбанку на 1.10.2020 р. найбільший портфель строкових вкладів фізосіб у Приватбанку – 83,73 мільярда гривень. Це майже стільки ж, скільки строкових вкладів фізосіб розміщені в шести наступних за ним за цим показником фінустановах (рис. 2.4).

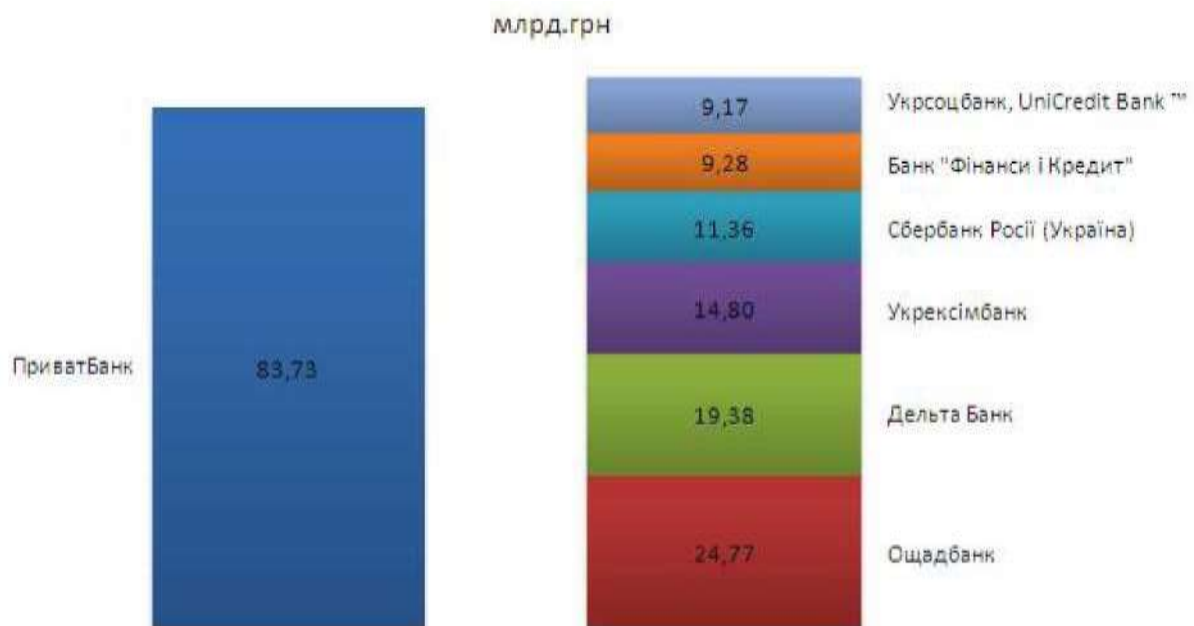


Рис. 2.5. Обсяг вкладів фізичних осіб у банках на 1.10.2020 р. [18]

Один з головних секретів успіху гривневих депозитів у 2020 році – їх висока прибутковість. Середні ставки за різними типами і термінами вкладів в національній валюті від 50-ти найбільших за розміром активів банків у 2020 році були в середньому в 2,5 рази вище, ніж за депозитами в доларах.

Що стосується динаміки середніх ставок за гривневими депозитами, то

з початку року і до кінця літа-2020 року вони знижувалися, а з початком осені стали рости. Деякі банки, які гостро потребують ресурсів, почали пропонувати населенню «космічні» 23-24% річних у національній валюті на короткі терміни.

Далі процес пішов по ланцюжку: вкладники, для яких ключовий фактор – найбільша процентна ставка за депозитом, почали «мігрувати». Відповідно, банки, які втрачають своїх вкладників, також поступово підняли ставки за депозитами [18].

Проте осіннє підвищення не змогло перекрити зниження попередніх трьох кварталів. Середні ставки за гривневими вкладами на рік з поповненням та без, на початку 2020 року стартували з однієї позначки в 19% річних, до кінця року «розійшлися» на 0,5 процентного пункту на користь накопичувальних депозитів. Їх прибутковість на кінець року в середньому по ринку склала 17,88% річних, а депозитів без поповнення – 17,37% річних.

Причиною падіння ставок експерти називають дії Національного Банку, а зокрема введення нових норм резервування, які зробили валютні вклади дуже нецікавими для банків. Тому банки знижували ставки, роблячи вклади непривабливими для клієнтів.

### **2.3. Аналіз розвитку банківських інновацій та нових каналів продажу банківських послуг**

Число банків збільшується, а разом з цим зростає і конкуренція. Щоб утриматися на плаву, банки не тільки проводять масштабні рекламні кампанії і розширюють продуктові лінійки, але і впроваджують нові ідеї в банківську сферу, в тому числі й досить нетривіальні, серед яких банкомати для неписьменних, безкоштовні екскурсії, кредити для моряків.

Так, за кордоном багато банків давно і успішно впроваджують сервіс синтезу і розпізнавання мови. Так, якщо клієнт зателефонує в банк, то з ним буде говорити розумний робот, здатний оцінити, що ви сказали, і надати

відповідь. В Україні такий сервіс впроваджує Сбербанк Росії, де завдяки такому нововведенню поряд з уже наявною автоматизацією інформування клієнтів банк став обробляти більше 60% викликів в режимі самообслуговування.

Деякі банки пропонують своїм клієнтам оформити кредитні карти для дітей. Так, за програмою ВТБ24 можна оформити карти для дітей від 10 до 14 років. При цьому батьки можуть контролювати здійснювані дитиною операції, встановлювати ліміти витрачання коштів, а також поповнювати рахунок [73].

Багато банків в гонитві за новими клієнтами проводять нестандартні рекламні кампанії. Так, наприклад, одна російська кредитна організація планувала влаштувати своєрідне «роад-шоу». Передбачалося запуснути автобусні маршрути по московській районам, в яких є відділення банку.

Жителям і гостям столиці розповіли б про визначні пам'ятки, а заодно і про кредитної організації.

Декілька банків пропонують спеціальні продукти для представників певних професій. Так, в одному українському банку є пропозиція для моряків.

За програмою «Швидка фінансова допомога» можна отримати кредит на будь-які цілі на термін до півтора років. Обов'язковою умовою оформлення позики є надання довідки з крьюінгового агентства про попередні рейсах моряка.

Експерти компанії NCR дійшли висновку, що близько половини населення не може вибратися з убогості, тому що не має можливості скористатися банківськими послугами – в силу своєї неписьменності або малоосвіченості.

Саме тому були винайдені нові банкомати, які використовують біометричні дані людини. Такі банкомати «для неписьменних» вперше з'явилися в Мумбаї, а пізніше поширилися і в інших регіонах [33].

Окрім цього, банки США та Японії планують оснастити банкомати біометричними системами визначення особистості. Щоб зняти гроші, достатньо буде відсканувати відбитки пальців і ввести ПІН-код. Технологія



також дозволяє ідентифікувати клієнта по сітківці ока.

Для зручності людей з проблемами зору в Штатах і Європі встановлюються спеціальні «говорячі» банкомати. Всі інструкції та пояснення проводяться апаратом через спеціальні навушники, для того щоб інформація не була почута третіми особами. Проте в нашій країні такі банкомати – у віддалених планах. Максимум, на що незрячі можуть розраховувати зараз, – невелика кількість банкоматів, оснащених мовним помічником. Але вони встановлені тільки на тих підприємствах, де працюють сліпі.

Багато європейських банків розробляють спеціальні продукти для мігрантів. Так вони оголошують негласну війну всім неофіційними способів передачі й зберігання грошей. Величезна кількість мігрантів заробляє гроші в Європі і пересилає їх на батьківщину. Коли це йде врозріз з діючими фінансовими традиціями, банки обурюються, оскільки недоотримують частину прибутку [73].

Австралійські компанії допомагають студентам зібрати гроші на навчання. Мета програми в тому, щоб допомогти студентам з країн, що розвиваються отримати гроші на освіту. Жалісливі громадяни вибирають вподобану кандидатуру для фінансування на спеціальному сайті, а потім перераховують не менше 25 доларів США на його рахунок у фінансовій організації – партнері. Як тільки всі перерахування зроблені, організація перераховує всю суму студенту. Ось така розумна благодійність [51].

Надзвичайно динамічно і швидко у світі розвивається мобільний банкіг невідстаючи від розвитку операційних систем та програмного забезпечення мобільних телефонів. Найбільші банки світу активно використовують мобільний банкіг як для розвитку безготівкових платежів, так і для залучення клієнтів.

Так, французький банк Credit-Agricole розробив і запустив цілий магазин фінансових додатків, де сьогодні можна завантажити 18 додатків, серед яких соціальні відео-ігри, додаток для відображення інформації за рахунком і сервіс для слабозорих клієнтів. Завдяки відкритому API клієнти та

розробники можуть створювати додатки спільно.

Литовська компанія Etronika розробила спеціальну платформа Banktron, яка забезпечує централізоване управління каналами доставки банківських послуг, дозволяє інтегрувати використовувані системи і надавати уніфіковані послуги за допомогою різних каналів віддаленого обслуговування і різних пристроїв. Проект планується запускати в другому кварталі 2021 року [83].

Третій за величиною польський банк mBank спільно з компанією Efigence створили інтернет-банк, інтегрований з Facebook. Платформа включає сервіс з управління особистими фінансами (від Meniga) і додаток для обміну знижками з друзями в соціальній мережі. Крім того, клієнти можуть скористатися віртуальним відео-офісом для віддаленого отримання всіх банківських послуг.

Також сервіс передбачає можливість показу персоналізованої реклами в режимі реального часу.

Щодо сервісу з управління особистими фінансами, то її розробником є шведська компанія Meniga. На даний момент сервіс надається європейськими роздрібними банками у Швеції, Норвегії, Фінляндії, Німеччині, Польщі, Ісландії, ПАР, а також у Росії.

З унікальних можливостей: користувачі сервісу можуть звертатися в соціальні мережі або спільноти за порадою, чи варто витратити гроші на покупку тієї чи іншої речі.

Досить інноваційним є проект Movenbank, який ще перебуває на етапі тестування, зараз у ньому зареєстровано близько 10 тис. користувачів. У своїх прес-релізах банк обіцяє повну відмову не тільки від «паперових технологій», а й від пластикових карт. До того ж, банк збирається вперше в повному обсязі реалізувати нову скорингову систему, засновану на аналізі соціальної інформації з Facebook та інших соціальних мереж. На сайті банку стверджується, що їх скорингова система CRED є комбінацією традиційних скорингових елементів і аналізу інформації з соціальних мереж.

Засновник банку Бретт Кінг (Brett King) характеризує нову модель банку

### 3.0 як поєднання трьох аспектів:

- мобільні технології;
- соціальні медіа;
- поведінкові ігрові моделі.

У якомусь сенсі, MovenBank збирається використовувати принцип мережевого маркетингу – залучення друзів із соціальних мереж буде підвищувати кредитний рейтинг клієнта банку і давати йому інші преференції.

Так, якщо клієнт запросить 20 друзів з Facebook, банк додасть клієнту 20 «базових пунктів» до ощадного рахунку, і клієнт отримає можливість безкоштовно здійснювати р2р платежі [55, с. 11-12].

Досить цікавим і доречним впровадженням на українському ринку банківських послуг, в плані виконання вимоги НБУ на встановлення платіжних терміналів в торгових точках, може стати ірландський сервіс з мобільного еквайрингу – SumUp. Даний додаток дозволить індивідуальним підприємцям приймати карткові платежі за допомогою своїх IOS або Android-смартфонів завдяки портативного картридеру і спеціальному додатку. Плата за кожну транзакцію становить 2,75%.

Іншим варіантом мобільного еквайрингу є пристрій з відповідним додатком Square. Square – це маленький пластиковий кубик, який вставляється в аудіороз'єм смартфона або планшета, плюс безкоштовний мобільний додаток, що перетворює гаджет в термінал для прийому платежів за банківськими картками. Клієнт платить тільки за транзакцію – близько 3% від суми, – гроші надходять на рахунок в будь-якому банку на вибір клієнта.

Обсяги транзакцій Square досягли вже 10 млрд. дол. на рік. Бурхливе зростання популярності сервісу привернуло до нього увагу учасників не лише фінансового сектору, але й інших галузей; в акціонерах Square є Річард Бренсон (Virgin) і Starbucks. Під час останнього раунду інвестицій компанія була оцінена в 3,25 млрд. дол. Square має багато аналогів. Так, набирає обертів «європейський Square» – компанія iZettle, яка представила трохи модифікований пристрій (читає чіповані карти). Компанія PayPal також

представила пристрій з аналогічною технологією - PayPal Here. PayPal веде й інші експерименти в області мобільних платежів – нещодавно компанія почала тестувати транзакції за QR – кодами в магазинах [71, с. 33-35].

Досить слушною інновацією на ринку банківських послуг може стати платіжний сервіс для дітей, який з ранніх років дозволить сформувати чи буквально виховати власного клієнта. Серед таких сервісів найбільш відомим є платіжний сервіс для дітей Virtual Piggy. Сервіс дозволяє дітям віком до 18 років здійснювати покупки в інтернет-магазинах під наглядом батьків.

Завдяки майданчику Virtual Piggy батьки можуть встановлювати щомісячний обсяг коштів, які дитина може витратити на свій розсуд, вибираючи товари в доступних інтернет-магазинах. Щоб скористатися сервісом, потрібно створити батьківський акаунт, вказати дані платіжної картки, з якої будуть списуватися гроші; адреса, за якою будуть доставлятися покупки; створити акаунти на кожную дитину і встановити обмеження по сумі витрат. Сервіс підтримує карти Visa, MasterCard, American Express, Discover, а також Pay Pal.

Дитина з особистого кабінету може заходити на сайти дозволених інтернет-магазинів і купувати вподобані речі, вводячи тільки свій логін і пароль. Ім'я, адреса, карткові дані при цьому не розкриваються. Система перевіряє, чи проходить покупка за лімітами і в разі схвалення завершує операцію. Якщо грошей недостатньо, то програма вчить дитину збирати, вона може відкладати частину коштів у віртуальну скарбничку, щоб витратити їх на певні цілі. Крім того, він може створювати вішліст, додаючи туди бажані товари.

Батькам, звичайно ж, доступна повна статистика витрат. За бажанням, вони можуть прибирати якісь магазини зі списку, або рекомендувати якісь товари до покупки. Вони також можуть відкрити доступ до вішліст дитини друзям і родичам, щоб ті змогли зробити подарунок.

За даними компанії, середній розмір кишенькових грошей для дітей віком від 6 до 10 років становить \$40 на місяць, у віці від 11 до 15 років – \$60,

від 16 до 21 року – \$80.

По суті, Virtual Piggy являє собою майданчик для електронної комерції, зараз до неї підключено близько 100 партнерських сайтів. Продавці дитячих товарів – іграшок, одягу, аксесуарів – отримують прямий доступ до своєї цільової аудиторії. У США, як і в багатьох країнах світу, діє закон щодо захисту особистих відомостей дітей в Інтернеті (Children's Online Privacy Protection Act), який забороняє збирати інформацію про осіб молодше 13 років.

Virtual Piggy дозволяє торговцям здійснювати продажі, не порушуючи закон. За цей сервіс бере відсоток з кожної трансакції. Для батьків послуга надається безкоштовно [86].

Якщо говорити про тренди банківських інновацій 2021 року, то одними з найпомітніших, на нашу думку, повинні стати біометричні сервіси. Накопичена втома від безлічі паролів до різноманітних особистих кабінетів і платіжних карт стимулюватиме людей використовувати універсальний біометричний пароль: чи то відбитки пальців, скан малюнка вен, знімок сітківки ока або особи, голос або щось інше, властиве людині і відбиває його унікальність.

Так, США вже з'являються електронні гаманці, засновані на біометричних даних, наприклад, – проект PulseWallet. Компанія пропонує платіжні термінали, оснащені біометричними сканерами. Унікальним паролем в даному випадку виступає малюнок вен долоні, який сканується в інфрачервоному світлі.

При здійсненні першої покупки з використанням такого терміналу покупець розплачується як зазвичай банківською картою і тут же, за пару секунд, може відсканувати долоню, прив'язавши платіжний рахунок до біометричного паролю. Таким чином до малюнка вен можна прив'язати необмежену кількість карт. Надалі карти вже не знадобляться, в будь-якому магазині, оснащеному відповідними POS-пристроями, достатньо буде просто прикласти долоню до сканера і вибрати на терміналі один з рахунків, з якого буде проводитися оплата.

В якості додаткової міри безпеки використовується номер телефону, який використовується як логін, а скан долоні служить паролем.

Контролювати витрати, відстежувати платежі, здійснювати грошові перекази і управляти біометричним гаманцем можна на сайті компанії. У найближчому майбутньому для цього з'являться і мобільні додатки.

У терміналах PulseWallet використовується технологія сканування, розроблена японською компанією Fujitsu, яка з минулого року також застосовується в Європі банком Unicredit [55, с. 14].

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що банки намагаються заповнити практично всі ніші ринку банківських послуг та залучити максимальну кількість клієнтів впроваджуючи інновації, які спрямовані на задоволення потреб клієнта, забезпечення чи збереження комфорту клієнта (інтернет та мобільний банкінг, електронний гаманець), забезпечення зручності отримання банківських послуг. Також варто відмітити поступове тяжіння до віртуалізації банківського бізнесу.

## **Висновки до розділу 2**

1. Проаналізовано особливості розвитку міжнародного ринку банківських послуг, а зокрема ринку банківських послуг країн Центральної та Східної Європи та країн СНД. Також визначено основні проблеми входження України в міжнародний ринок фінансово-банківських послуг, зокрема такі як: невизначеність політики держави щодо інтеграції банківської системи України з банківськими системами інших країн; державне кредитування та субсидування експорту сприяє оперативному проведенню банками зовнішньоторговельних операцій; зростання обсягу експортно-імпортних операцій, збільшення іноземного інвестування привертають особливу увагу до проблеми зниження ризику з іноземною валютою; постійне коливання валютних курсів обумовлює щоденні зміни у банківському балансі нарахованих валютних доходів і витрат у гривневому еквіваленті.

2. Проведено аналіз сучасних тенденцій розвитку вітчизняного ринку банківських послуг, який показав, що сьогодні на ринку банківських послуг України переважають кредитні та депозитні послуги, тобто традиційні над нетрадиційними. Проаналізовано основні напрямки кредитування українських банків та виявлено, що це споживче кредитування, а в сегменті юридичних осіб – це торгівля, оскільки для цієї сфери діяльності найбільш характерна наявність касових розривів у платежах – це торгівля фруктами, овочами, лікарськими препаратами, автозапчастинами, нафтопродуктами та газом, сільськогосподарська діяльність. Також виявлено, що реальні ставки за кредитами є дуже високими та коливаються в межах від 35 до 60% річних, що зумовлено дорогими ресурсами і низькою кредитоспроможністю позичальників.

3. Аналіз депозитних послуг показав, що в сьогоденній ситуації, коли банки не мають можливості залучати ресурси на міжнародних ринках капіталів відбувається підвищення ставок за депозитами до 23-24% річних та запровадження різних депозитних програм, в тому числі і строком на 7 днів, що свідчить про нестачу ліквідних ресурсів банку та послаблення фінансової стійкості.

4. Здійснено ґрунтовний аналіз пропозиції нетрадиційних та інноваційних продуктів на ринку банківських послуг, а також виокремлено найбільш ефективні послуги для України, а саме: видача одним банком кредитів іншого банку; мобільний еквайринг, як напрямок з виконання вимоги про встановлення платіжних терміналів у торгових точках; платіжний сервіс для дітей, як напрямок виховання власних клієнтів банку; електронні гаманці засновані на біометричних даних тощо.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

#### **3.1. Шляхи удосконалення депозитних та кредитних банківських послуг як необхідна умова забезпечення ефективності банківської діяльності**

На сьогодні в Україні вагомого значення набуває підвищення ефективності функціонування ринкової інфраструктури, що вимагає її формування відповідно до загальносвітових тенденцій. Банківська сфера також зазнає кардинальних якісних перетворень, що підтверджує високий ступінь динамізму ринку банківських продуктів. Проблема формування ресурсної бази банківської установи та розробка ефективної депозитної політики має визначальне значення і є складовою банківського менеджменту. Саме тому удосконалення депозитної діяльності в контексті модернізації продуктового ряду та депозитних послуг, професійний підхід до обслуговування клієнтів та правильна організація роботи банку з вкладниками є запорукою завоювання і збереження міцних конкурентних позицій на ринку банківських послуг, а також визначає діапазон кредитних можливостей банківської установи, його репутацію та прибутковість.

Розвиток ринкових відносин в Україні неминуче призвів до появи такого явища, як конкуренція, яка виступає визначальною компонентою механізму саморегулювання ринкової економіки і, водночас, конкретною формою її функціонування. Наявність досить значної кількості банків в Україні є причиною для ґрунтовного аналізу в процесі прийняття рішення про вибір банку-партнера, тому показник конкурентоспроможності банківської установи є одним із визначальних факторів, що впливає на корпоративний імідж та репутацію банку, а отже, і на перспективу розширення клієнтської бази та підвищення прибутковості.



Наявність ресурсного потенціалу є важливою передумовою ефективного функціонування банківської установи, тому менеджмент депозитної діяльності банку, ефективна політика здійснення ним депозитних операцій є важливим завданням загальної системи стратегічного банківського управління, а механізм залучення ресурсів потребує особливої уваги в умовах конкурентної боротьби між банками за клієнтів та їх вклади.

Сучасна банківська діяльність характеризується високим ступенем залежності успіху банку від наявності бездоганної репутації та відгуків про високу якість обслуговування клієнтів, а це означає, що всі структурні підрозділи банківської установи повинні працювати з максимальною ефективністю, орієнтуючись на задоволення потреб та побажань клієнтів при одночасному дотриманні усіх встановлених норм ліквідності та прибутковості.

Зокрема, стосовно депозитної політики, для забезпечення збереження і розширення числа клієнтів банк повинен постійно вдосконалювати асортимент депозитних продуктів та послуг, модернізуючи його у відповідності із новими технологіями та методами роботи. Успіх банку сьогодні у значній мірі залежить від наявності високорозвиненого комплексу банківського маркетингу, що здійснює аналітичну роботу і дозволяє швидко реагувати на зміни в мікро- та макросередовищі. Аналіз клієнтури банку, конкурентного середовища, відбір цільових ринків, розробка комунікаційної стратегії постійно і динамічно впливають на різні аспекти взаємовідносин банків з клієнтами, забезпечують розробку відповідних депозитних програм і продуктів, котрі б задовольнили існуючий попит різних категорій вкладників, а також дозволили йти на крок попереду майбутнього зростаючого попиту, використовуючи досвід розвинутих країн та сучасні технології.

Важливим аспектом удосконалення депозитної діяльності можна вважати розширення спектра банківських послуг, які б надавалися в комплексі із депозитним обслуговуванням [74, с. 153]. Це означає, що окрім традиційного розрахунково-касового обслуговування, банки надаватимуть

своїм клієнтам ряд додаткових послуг, зокрема: ведення пенсійних рахунків, бухгалтерський облік операцій, нарахування та сплата податків, оплата комунальних послуг, розрахунки заробітної плати та інші. Застосування комплексного обслуговування широко застосовується у банківській практиці розвинутих зарубіжних країн, і ефективність його доведена. Тому імплементація позитивного зарубіжного досвіду вітчизняними банками є доцільною і актуальною в контексті розвитку системи електронних платежів та зростання попиту на додаткові банківські послуги. Метод комплексного обслуговування значною мірою сприяє залученню додаткових коштів на різні види рахунків, а також вигідно відрізняє прогресивні банки-лідери від своїх конкурентів, котрі пропонують традиційний набір банківських послуг.

Отже, розробка нових депозитних продуктів та додаткових послуг висвітлює ефективність депозитної політики з точки зору «переваг в умінні» [7], тобто результати діяльності щодо удосконалення механізму залучення коштів від вкладників. Проте існує ще одна, не менш важлива, група факторів – «переваги в ресурсах», у якій до уваги приймаються новітні технології та досягнення, які значно спрощують процес здійснення банківських, в т.ч. депозитних, операцій та скорочують витрати банку. Як приклад, можна назвати активне використання окремими банками терміналів самообслуговування, котрі, на відміну від банкоматів, дають змогу не тільки отримати готівку, але й поповнювати рахунки, в т.ч. депозитні, та здійснювати велику кількість інших банківських операцій у післяопераційний час чи в будь-якому місці та в час, що зручні для клієнта. Крім того, клієнт може отримати вичерпну інформацію про стан свого рахунку та здійснити необхідні трансакції без допомоги й участі банківського працівника, а це значно скорочує і спрощує процес обслуговування. Такі термінали вже застосовують у своїй практиці Приватбанк, Альфабанк, і це дає позитивні відгуки клієнтів щодо результатів їх впровадження, тому доцільним є використання даного сучасного методу обслуговування й іншими вітчизняними банками [1, с. 35].

Особливу увагу хочеться звернути на ефективність реалізації депозитної

політики в частині використання рекламних акцій, досвіду та професійної майстерності банківського персоналу, ініціативи та зацікавленості, адже ці фактори чинять неабиякий вплив на створення іміджу банківської установи, підтримання її репутації та довіри серед існуючих та потенційних клієнтів.

Одним із найбільш перспективних напрямів банківського менеджменту і маркетингу при використанні нецінових методів управління депозитними ресурсами є комунікаційна політика, адже просування банківських продуктів за своєю природою виконує комунікаційну функцію, яка передбачає спілкування банку з клієнтами та громадськістю. Реалізація комунікаційної політики може здійснюватися банком за допомогою різних інструментів: через рекламу, стимулювання збуту, Public Relations (громадські зв'язки), особисті контакти та мерчандайзинг.

Щодо рекламної діяльності, то в Україні реклама банківських послуг, пов'язаних із залученням коштів від населення, дозволяється лише тим банківським установам, які мають ліцензію на її здійснення, крім того, законом України заборонена будь-яка реклама, що містить неправдиву інформацію про діяльність банківської установи [60].

Слід звернути увагу на те, що в сучасних умовах зростаючої конкуренції на ринку банківських послуг реклама є потужним засобом впливу на досить широку аудиторію, адже банки використовують найрізноманітніші види реклами: теле- і радіо реклама, друкована рекламна продукція, пряма реклама, Інтернет-реклама тощо. Рекламна кампанія банку в основному спрямована на потенційних клієнтів, тому важливим є подання інформації про депозитні програми у ненав'язливій формі, підкреслюючи позитивні сторони та вигоди від здійснення депозитних операцій.

Ще одним сучасним та перспективним методом комунікаційної політики банку є мерчандайзинг. Банківський мерчандайзинг – це одна із складових маркетингу та інструментів збутової політики, направлена на збільшення обсягу продажу банківських продуктів. Він являє собою комплекс заходів щодо розробки та реалізації методів із залучення нових клієнтів та

просування банківських продуктів і послуг на ринку. Мерчандайзинг у сфері депозитної діяльності вирішує наступні завдання:

- удосконалення асортименту депозитних продуктів у відповідності із потребами та запитамі існуючих та потенційних клієнтів;
- контроль за якістю надання депозитних послуг з точки зору швидкості, зручності, мобільності, можливості надання додаткових супроводжувальних послуг, а також культури обслуговування;
- забезпечення наявності в асортименті продуктів, на які існує попит на ринку та постійне його оновлення відповідно до зростаючих потреб клієнтів;
- проведення аналізу цінової стратегії банків-конкурентів та надання рекомендацій щодо оптимальної цінової політики на депозитні продукти і послуги;
- планування ефективного розташування точок продажу банківських продуктів (філій, відділень банку), а також раціонального розташування відділів та обладнання для продажу банківських продуктів клієнтам банків [13, с. 101-102].

Отже, основна мета комунікаційної політики в банківській сфері – просунути та збути банківський продукт, використовуючи різні методи, способи та прийоми. Проте усі методи об'єднує те, що в центрі уваги завжди є клієнт банку, і банківська установа повинна орієнтуватися на його потреби, побажання та очікування. Також важливим є паралельне застосування різних методів комунікаційної політики, оскільки це забезпечує найбільш вдале позиціонування депозитних продуктів на ринку та формування позитивного іміджу банку серед існуючих та потенційних клієнтів.

Посткризова ситуація змусила всі комерційні банки скоротити свої витрати, тому аутсорсинг в українській банківській сфері переживає новий підйом. Сьогодні банкам дешевше звернутися до зовнішніх підрядникам для продажу, або для розробки нового продукту, або його просування, або для обробки кредитної документації, ніж, наприклад, створювати новий структурний підрозділ.

Активна модернізація кредитних продуктів почалася з англійської банківської групи Barclays, що має 3500 відділень і представництв в понад 70 країнах, першою в Європі запропонувала своїм клієнтам кредитну картку, встановила автоматичні касові апарати і першою стала працювати в суботу.

Щорічно група витрачає на маркетинг більше 100 млн. ф. ст. З 2009 р. банк Barclays став здійснювати у Франції свою програму для фізичних осіб, яка передбачає, що власник кредитної картки банку кожен раз при її користуванні для оплати авіаквитків та інших покупок отримує кілька балів по 3 бали за кожні 100 євро. Ці бали автоматично враховуються на банківському рахунку клієнта і в кінці місяця публікуються у виписці про стан його рахунку.

Накопичені бали можуть потім обмінюватися на певні товари або послуги за вибором клієнта. У спеціальному каталозі банку перераховані, наприклад, такі можливості: підписка на газети або журнали (150-300 балів), квитки в кіно (300 балів), квіти (450 балів), квитки на концерт (1500), фотоапарати. Зрозуміло, програми залучення й утримання клієнтів цим не обмежуються. Деяким приватним клієнтам, що володіє значними коштами на банківському рахунку, пропонується вступ в особливий клуб, члени якого користуються додатковими послугами. Мінімум двічі на рік вони запрошуються на зустріч в банк, в ході якої фінансові консультанти обговорюють з ними їх фінансове становище, аналізують структуру доходів і можливий розмір майбутньої пенсії, розглядають напрямки вкладених коштів та способи мінімізації оподаткування [33, с. 110].

У наступні роки на ринку відбудеться посилення конкуренції насамперед за рахунок подальшого посилення ролі держбанків. Дана тенденція намітилася на ринку ще до 2008 р., а під час кризи спостерігалось істотне перетік клієнтів в держбанки з приватних банків особливо тих, кому закрили ліміти іноземні партнери.

Посилення конкуренції змусить банки бути більш гнучкими і йти назустріч клієнту, знижувати ставки, збільшувати терміни фінансування, а головне розробляти нові продукти і унікальні послуги. Зрозуміло, що не кожен

банк зможе дозволити собі працювати з меншою маржею, а іноді і в збиток, щоб зберегти клієнта, брати на себе великі ризики при тих же вхідних даних і вкладатися у створення нових пропозицій, які будуть перейняті конкурентами дуже скоро. Тому в умовах, коли на ринку залишаться найсильніші: держбанки, найбільші приватні банки, вже забезпечили собі певне положення на ньому, а також представники іноземних банків в Україні, які володіють значною перевагою – можливістю організувати фінансування безпосередньо через українські дочірні банки без залучення українських банківських організацій.

Для успішного виконання планів банки повинні будуть оперативно реагувати на зміну ринкової ситуації, тобто проводити роботи з розробки та впровадження кредитних продуктів в короткостроковому горизонті планування. Орієнтовно термін зміни параметрів існуючих продуктів не повинен перевищувати 10 календарних днів, а для запуску нового продукту повинно бути потрібно не більше двох місяців [41].

У вітчизняних комерційних банках зараз при придбанні одним клієнтом декількох кредитних продуктів в основному відкриваються декілька поточних рахунків. В іноземних банках, як правило, досить відкрити єдиний поточний рахунок для обслуговування клієнтів. При розгляді питань модернізації кредитних продуктів, у вітчизняній практиці виникло питання про надання такого кредитного продукту, як овердрафт, який з'явився в українських комерційних банках при вивченні продуктів іноземних банків. Використання такого кредитного продукту як овердрафт, який встановлюється на єдиному рахунку, дає можливість реалізації видаткових операцій понад суми, наявні на рахунку.

Разом з тим використання овердрафту на єдиному рахунку дозволяє збільшити число каналів продажів кредитних продуктів. Наприклад, при відкритті єдиного поточного рахунку з овердрафтом банк може ініціювати проведення всіх необхідних дій для розгляду заявки на споживчий кредит.

Схвалити один невеликий ліміт, наприклад, на кредит у формі

овердрафту і другий великий ліміт – на споживчий кредит. Укласти до єдиного поточного рахунку додаткову угоду, відповідно до якого видаткові операції можуть бути проведені в обсязі великого ліміту на споживчий кредит. У цьому випадку після проведення клієнтом операції в обсязі великого ліміту для клієнта автоматично відкриється споживчий кредит, а великий ліміт буде анульований або зменшений на суму кредиту.

Не можна не враховувати той факт, що модифікація кредитних продуктів і їх похідних будуть чинити істотний вплив на діяльність комерційних банків.

Так, поява нових інструментів інтернет-комунікацій, наприклад, таких як соціальні мережі, які вже зараз вельми популярні не тільки у користувачів – фізичних осіб, а й у підприємців, які проводять активну політику просування своїх компаній у віртуальному просторі, істотно змінить екзогенні та ендогенні параметри банківського бізнесу.

У багатьох комерційних банків вже зараз є досить складні інтернет-представництва, а саме сайти, однак вони мають критично низьку функціональність, що обмежується лише можливостями проведення невеликого числа операцій через інтернет-банк, мобільний банк і в кращому випадку ще через call-центр.

Істотний прорив в комунікаціях і залученні клієнтів, просуванні банківських продуктів, а також підвищенні прозорості бізнесу клієнта може забезпечити реалізація банком мережевої стратегії, тобто побудова бізнес-мережі для масового сегмента клієнтів юридичних осіб та соціально-фінансової мережі з розширеною функціональністю для фізичних осіб.

Наявність даної функції дозволить істотно підвищити лояльність клієнтів до обслуговуючого банку, прозорість бізнесу клієнтів і його контрагентів. Крім того, в банку з'явиться низькозатратний інструмент залучення потенційних клієнтів, а в разі інтеграції з кредитним процесом – і їх фінансування. Для клієнта бізнес-мережа банку буде додатковим каналом пошуку потенційного ринку збуту серед клієнтів банку і ділових контактів за

потребами або пропозицій, регіоном діяльності, галузі, власникам, а також забезпечить можливість додаткового фінансування банком укладених угод через систему електронних торгів. Крім цього, мережеві сервіси та моделі можуть сприяти не тільки ефективному обслуговуванню існуючих клієнтів, а й залученню малозабезпечених і незахищених верств населення, а також починаючих підприємців і стартап-проектів на обслуговування, скорочення ризиків роботи з даними сегментами за рахунок системного управління і жорсткої параметризації даних проектів у банківському бізнес-інкубаторі. Тим самим банки зможуть отримати додаткове джерело доходів і диверсифікувати свій бізнес, а також забезпечити реалізацію соціальної політики держави, а також політики, спрямованої на підтримку малого і мікробізнесу [32, с. 43].

Сьогодні гравці private banking & wealth management в розвинених ринках пропонують своїм клієнтам широкий спектр сервісів, в тому числі дуже складні продукти, які поки не можуть надавати банки України і інших пострадянських країн. Існує безліч обмежень, в тому числі законодавчих та ресурсних, що не дозволяють продавати або створювати деякі продукти, а багато видів послуг досі не затребувані. Самі клієнти ще недостатньо досвідчені і частіше обмежуються депозитами та консьєрж-сервісом, не маючи уявлення, наприклад, про структурованих продуктах. При плануванні та розвитку private-бізнесу банкам необхідно, в першу чергу, враховувати реалії та запити клієнтів, і такий підхід повинен проявлятися на всіх етапах і рівнях взаємодії банку з клієнтами. Якість підготовленості персональних банкірів, наявність маркетингу, дизайну офісу, в якому продаються VIP-послуги, все має бути на висоті.

На сьогоднішній день, перебуваючи в активній стадії модернізації кредитних продуктів кредитних організацій, однією з найбільш актуальних проблем є проблема підвищення технологічного рівня розвитку банків, їх ступеня автоматизації бізнес- процесів роботи з клієнтами. Особливо гостро це питання позначився, коли під час фінансової кризи треба було залучати клієнтів високим рівнем пропонованого сервісу, при значних скороченнях у



витратах на обслуговування клієнтів. Стало абсолютно ясно, що більш значущим конкурентною перевагою є зменшення часу очікування в черзі і організованість потоку клієнтів, поступаючись навіть такому перевазі, як вартість даної послуги.

Зокрема, Альфа банком – в рамках розробленої в 2017 р. спільно з консалтинговою компанією McKinsey & Company Стратегії розвитку на період до 2022 р. – декларуються максимальна орієнтація на клієнта, намір поліпшити якість обслуговування клієнтів, у тому числі за рахунок підвищення продуктивності праці більш ніж на 50%, а також автоматизації процесу обслуговування в офісах банку. Час затвердження даної стратегії збігся з початком активного впровадження Ощадбанком електронної системи управління чергою в своїх офісах. У зв'язку з цим важливо відзначити запуск банком в жовтні 2017 р. програми «Очередей.net», яка передбачає скорочення часу очікування клієнтів в черзі до кінця 2020 р. до 10-15 хв. Очевидно, що моніторинг результатів прийнятих програм неможливий без впровадження в офісах електронної системи управління чергою, що дозволить формувати статистику за часом очікування та обслуговування клієнтів [73].

Клієнти стають розбірливими та вимогливими: зросли запити до якості та вартості банківських послуг. Це стосується і корпоративних клієнтів, і фізичних осіб. У корені змінилася конкурентна середа.

Банки з іноземним участю в капіталі активно кредитують як малий, так і середній бізнес, втім, це ж стосується і різних програм кредитування на пільгових умовах. Вони мають широку лінійку кредитних продуктів, а також співпрацюють з фондами сприяння кредитуванню малого та середнього бізнесу, і пропонують спеціальні кредитні продукти в рамках партнерських програм. Іноземні банки так йдуть шляхом розвитку комбінованих продуктів, дозволяючи своїм клієнтам отримати відразу декілька послуг при кредитуванні.

Також у кредитних організацій з іноземними інвестиціями добре розвинені партнерські відносини один з одним, що дає позичальникам

можливість погашати кредити в банках-партнерах без комісії.

Таким чином, на сьогоднішній день вітчизняні банки в основному намагаються модернізувати свої кредитні продукти шляхом реалізації гнучкого підходу до питання зниження процентних ставок, збільшення термінів кредитування, зниження вимог до забезпечення за кредитами, по суті, не вводячи кардинально нових модернізованих кредитних продуктів. А іноземні банки забезпечують доступ до сучасних технологій, які сприяють підвищенню культури управління в кредитних організаціях, розвитку конкуренції між кредитними організаціями та вдосконалення сучасного банківської справи, а також сприятливо впливають на реальний сектор, тим самим забезпечуючи стабільну збалансовану кредитну політику. Виробляючи модернізацію кредитних продуктів банків, українські комерційні банки намагаються запозичувати успішні європейські бізнес-моделі і застосувати їх, однак це не найуспішніший варіант. Безумовно, необхідно спиратися на досвід створення різних фінансових сервісів Європи, США та Азії, ринку private banking & wealth management, щоб не повторити помилок.

### **3.2. Стратегічні орієнтири розвитку вітчизняного ринку банківських послуг**

Виходячи із сучасного стану економіки України та рівня розвитку вітчизняної банківської системи стратегічні орієнтири розвитку вітчизняного ринку банківських послуг доцільно згрупувати в три напрямки:

- 1) створення нових спеціалізованих банків спрямованих на розвиток пріоритетних галузей економіки та надання якісно нових послуг;
- 2) впровадження інноваційних послуг;
- 3) розширення мережі надання банківських послуг у селищах та селах.

Щодо першого напрямку стратегічних орієнтирів розвитку вітчизняного ринку банківських послуг, то варто зазначити, що в силу певних обставин, які пов'язані із рівнем довіри, платоспроможністю юридичних осіб,

переслідуванням цілей надприбутковості банківського бізнесу, вітчизняні банки в більшій мірі орієнтовані на надання послуг фізичним особам та підприємствам, що мають достатній запас оборотних коштів, натомість, фінансуванню реального сектору економіки приділяється значно менше уваги.

За таких обставин перед державою в особі НБУ та КМУ стоїть завдання пошуку шляхів активізації кредитування реального сектору економіки, а відповідно, створення нових і доступних банківських послуг для підприємств пріоритетних та суспільно важливих галузей економіки.

Так, у Європі, США, Японії, Китаї і в інших країнах були створені спеціалізовані банки розвитку, які надали істотну підтримку у відновленні економіки цих країн. Їх основне завдання полягало в тому, щоб кошти з державних джерел спрямовувати в ключові сфери національної економіки. Всі ці країни мали досить досконалі системи банків розвитку, які зіграли надзвичайно важливу роль у розвитку національної економіки країн, заповнивши дефіцит коштів комерційних структур. У нових індустріальних країнах – Республіці Корея, Сінгапурі, Бразилії – банки розвитку також мають істотне значення в економічному житті.

Необхідно підкреслити, що створення і діяльність банків розвитку не суперечить принципам ринкової економіки. Так, Європейська комісія, яка виступає за послідовне зниження ролі державного регулювання економіки, визнає виправданість і законність існування такого роду банків як інструменту державної економічної політики в умовах ринкових відносин. Не складаючи конкуренції комерційним банкам, вони покликані фінансувати промислову політику держави, залучаючи і раціонально розподіляючи фінансові ресурси, усуваючи відставання в економізації розвитку регіонів і тим самим сприяючи поступальному, здоровому розвитку економіки.

Головна мета господарської діяльності цих банків – реалізація урядової соціально-економічної політики. Оскільки банки розвитку здійснюють кредитування урядових проектів, то надають вони в основному середньо- і довгострокові кредити, при цьому відсоток за цими кредитами, як правило,

нижче ставок за аналогічні кредити в звичайних комерційних фінансових структурах. Інвестиції займають основне місце у використанні капіталу цих банків і переважно служать реалізації макроекономічних цілей. Банки розвитку здійснюють інвестиції в акції (на правах акціонерів) і в облігації (на правах кредитора). Крім операцій кредитування, інвестування та надання гарантій операції таких банків включають облік векселів та страхування кредитів [68, с. 63-64].

Банки розвитку в порівнянні з комерційними банками та іншими фінансовими організаціями мають ряд відмінностей.

По-перше, банки розвитку – це, як правило, не депозитні банки, вони не вдаються до залучення грошових коштів підприємств та широких верств населення, мають спеціальні джерела фінансування. Капітал банків, а також його поповнення в процесі їх діяльності в основному здійснюється урядом, тобто фінансування носить «політичний» характер і ведеться на безоплатній основі. Джерелом фінансових коштів цих банків є головним чином бюджетні асигнування. Це – основна їх відмінність від комерційних банків та інших фінансових організацій. Джерелом коштів для такого роду банків також частково можуть бути урядові кредити, випущені під урядові гарантії внутрішні та зовнішні позики, надані уряду кредити від інших фінансових організацій, а також кредити міжнародних фінансових організацій.

По-друге, в більшості випадків ці банки мають статутний капітал, повністю наданий урядом, але є також банки, в яких урядовий капітал присутній лише частково.

По-третє, банки розвитку у своїй діяльності в основному виходять із загальнодержавних інтересів та завдань соціально-економічної політики, отримання прибутку не є метою їх діяльності. Однак вони реалізують і комерційні принципи, несуть відповідальність за прибутки та збитки, прагнучи до беззбитковості та отримання невеликого прибутку (при виникненні збитків їх покриття зазвичай здійснюється за рахунок державного фінансування).

Кошти банків розвитку не можуть використовуватися як фонд фінансування.

Надання гарантій – одна з найважливіших послуг цих банків. Це означає, що банк гарантує іншим фінансовим структурам повернення кредиту, наданого згідно з економічним курсом уряду. Такого роду гарантійні операції перерозподіляють кредитний ризик інших фінансових структур, а також стимулює їх до розширення обсягів кредитування.

По-четверте, банки розвитку мають свої сфери обслуговування і не становлять конкуренції комерційним банкам. У першу чергу це – сільське господарство, житлове будівництво, зовнішня торгівля. Тому основний упор при кредитуванні цими банками робиться на провідні планові об'єкти соціально-економічного розвитку, наприклад, на об'єкти з розвитку базових галузей, які приносять незначний прибуток, мають тривалий термін окупності і високий ризик. Головна мета виробничої діяльності цих банків – реалізація урядової соціально-економічної політики.

По-п'яте, банки розвитку, як правило, не створюють структурних підрозділів, їх операції зазвичай як довіреної агента виконують комерційні банки [68].

Позитивний досвід у створенні та ефективному розвитку державних банків має Китай, який створив три потужних банки спрямованих на розвиток базових галузей національної економіки, а зокрема: Державний банк розвитку Китаю, Експортно-імпортний банк (Ексімбанк) Китаю, Банк розвитку сільського господарства Китаю.

Так, завдання Державний банк розвитку Китаю полягає у кредитуванні під низький відсоток ключових об'єктів інфраструктури і базових галузей, відставання яких протягом ряду останніх років стримувало розвиток економіки.

Банк також повинен спрямовувати кошти на технічне оновлення великих державних підприємств.

Основним джерелом фінансових коштів для банку є випуск облігацій у

національній валюті. В останні роки банк збільшив частку п'яти-восьмирічних облігацій у загальному обсязі емісії, що дозволяє повною мірою задовольняти потреби в середньо-і довгострокових кредитах.

Банк розвитку кредитує залізничне будівництво, портову інфраструктуру, будівництво аеропортів, вугледобувні та нафтовидобувні підприємства країни.

Банк надає величезні кошти на будівництво таких гігантів енергетики країни, як гідроелектростанції «Три ущелини», атомна електростанція «Ціншань», великого числа об'єктів сировинних галузей. Банк також кредитує легку промисловість, суднобудівні підприємства.

Призначення Ексімбанку - забезпечення грошовими ресурсами зовнішньоторговельних операцій. У коло його безпосередніх функцій входить надання експортних та імпорتنих кредитів на закупівлю засобів виробництва, насамперед на продукцію машинобудування і електроніки, а також комплектного устаткування (включаючи кредитування продається і купується сторони). Банк здійснює:

- змішане і транзитне кредитування;
- розподіляє урядові та комерційні кредити іноземних держав та експортні кредити на продукцію машинобудування і електроніки;
- веде операції по урядових і комерційних кредитах Китаю іноземним державам;
- забезпечує страхування та гарантування експортних кредитів, страхування експорту та імпорту, а також розрахунки по страхуванню і позовами;
- реалізує випуск облігацій всередині країни і цінних паперів за кордоном;
- регулює затвержені операції з інвалютою;
- бере участь у міжнародних банківських структурах;
- веде консультування та оцінку експортно-імпорتنих проектів;
- надає послуги в сфері міжнародного експортного та

технологічного співробітництва і торгівлі тощо;

Банк розвитку сільського господарства надає кредити на загальний розвиток сільського господарства, а також на заплановане державою мале капітальне будівництво у сфері сільського, лісового, тваринницького і водного господарства. Видача банком кредитів здійснюється строго у відповідності з урядовою програмою. Банк також є агентом щодо бюджетного фінансування центральним і місцевими урядами підтримки сільськогосподарських виробників, через банк здійснюється фінансування спеціальних рахунків по урядових фондах продовольчого ризику. При цьому важливо відзначити велику роль банку в підтримці стабільності цін на основну сільськогосподарську продукцію в країні.

Ефективний розвиток зазначених вище банків, а також їх важливість для китайської банківської системи та економіки сприяла їхньому входженні в 7 найбільших банків світу за активами за даними видання *The Banker*.

Створення Державного банку розвитку та Банку розвитку сільського господарства аналогічно до китайських прототипів, а також удосконалення роботи Укрексімбанку сприятиме активізації економічного зростання, розширення ринку банківських послуг, здешевлення банківських послуг для підприємств реального сектору появи нових банківських послуг (консультування експортерів, гарантування кредитів експортерам тощо) [68, с. 66-68].

Іншим важливим стратегічним напрямком розвитку вітчизняного ринку банківських послуг є впровадження інновацій у діяльність банків, адже інноваційні технології в наш час відіграють дуже важливу роль. Нове бачення розвитку сфери банківських послуг ґрунтується на концепції «банку майбутнього». При створенні банку майбутнього інноваційні технології в сфері банківських послуг – це такі технології, яким притаманний «стратегічний ефект» приросту клієнтської бази, зацікавленні значимих персон, зменшення витрат на здійснення банківських операцій при оптимальному рівні операційного ризику і операційних затрат.

Специфічною рисою України, на думку банківських спеціалістів, є те, що тут розвиток ринку інноваційних банківських продуктів стримує відсутність попиту на них. Багатьом українським споживачам у принципі чуже сприйняття банку як фінансового радника і консультанта, тому українські банки, як і банки інших пострадянських країн, більшою мірою концентруються на інноваціях, що спрямовані на створення нових потреб, активно запозичуючи при цьому зарубіжний досвід. Також характерним для банківських інновацій в Україні є те, що вони найчастіше створюються на вимогу корпоративних клієнтів. При цьому основна увага приділяється не новизні продукту, а його унікальності для клієнта, підвищенню зручності та привабливості для клієнта.

Відтак, на наш погляд, задля успішної інноваційної діяльності та створення інноваційних продуктів вітчизняним банкам, котрі прагнуть підвищення своєї конкурентоспроможності та іміджу, необхідно розробити інноваційну стратегію розвитку банку.

Інноваційну стратегію, на нашу думку, слід розуміти як генеральну лінію поведінки банку з приводу створення і використання інновацій у всіх сферах своєї діяльності. Практично вона втілюється в планах дій, що визначають напрями, вид та обсяги інноваційної діяльності, яку повинен здійснити банк для виконання стратегічних і операційних цілей, досягнення цільової конкурентної позиції.

Таким чином, інноваційна стратегія виконує три функції: по-перше, надає дію на створення конкурентної стратегії, визначаючи сфери поза упровадження інновацій (ринки, клієнтські групи, канали збуту, технології і т. д.); по-друге, формує склад портфеля інноваційних проектів; по-третє, встановлює методи управління інноваційною діяльністю. Вона сприяє органічному зростанню банку, максимізує можливості існуючих бізнесів і організовує нові, підвищує респонсивність фінансового інституту, створює нові потоки доходів.

Формування будь-якої інноваційної стратегії передбачає створення



організаційно-економічного механізму її реалізації, що представляється завданням навіть складнішим, ніж визначення і вибір самої стратегії. Слід зазначити, що в провідних зарубіжних банках за останнє десятиліття була створена ефективна система управління і стратегічного планування інноваційної діяльності для підвищення гнучкості та адаптивності бізнесу. Так, програма «Дух інновацій» французького банку BNP Paribas націлена на те, щоб інновації увійшли до числа найважливіших активів банківської індустрії, в якій дослідження і розробки починають грати не меншу роль, ніж в інших галузях економіки. Показовим у цьому відношенні є і девіз одного з великих банків світу – іспанського Santander: «Цінності з ідей» (англ. *Value from Ideas*), який свідчить про його стратегічної націленості на всебічне використання інновацій.

Керівництво інноваційною діяльністю відноситься до вищого рівня управління і найчастіше зосереджено в руках топ-менеджера в ранзі віце-президента. У деяких банках, зокрема, в Royal Bank of Canada, створені інноваційні ради, до складу яких входять керівники різних підрозділів банку та на які покладається відповідальність за підтримку та просування інноваційних ініціатив. Поради розглядають питання затвердження стратегій і оцінюють прогрес з в досягненні інноваційних цілей банку [25, с. 157-159].

У сучасних умовах банки використовують різні варіанти організаційної структури та підходи до забезпечення інноваційної діяльності. У банку може бути створено окремий автономний підрозділ, яке відноситься до мідл-офісу, підпорядковується інноваційним топ-менеджеру і має постійно працюючої й персонал. Іншим варіантом може бути формування підрозділів з аналогічними завданнями в функціональних службах банку (маркетингу, стратегічного розвитку і т. д.), які в процесі роботи контактують з різними відділами для здійснення певних аспектів процесу створення і впровадження нововведень.

Для реалізації окремих інноваційних проектів можливе створення внутрішніх венчурних підрозділів, яким надаються достатні повноваження для вирішення поставлених завдань.

У сучасних умовах при формуванні інноваційних стратегій банки країн з розвинутою ринковою економікою враховують такі фактори зовнішнього середовища:

- розвиток економіки, заснованої на знаннях, коли інтелект і інноваційні рішення визначають темпи і перспективи економічного розвитку, а людина стає не тільки рушійною силою, а й результатом виробництва, націленого на збільшення його здібностей і нарощування набору його потреб;

- процеси глобалізації, які створюють принципово нові умови для функціонування фінансово-кредитних інститутів, що виявляється: у створенні закордонної мережі підрозділів банків, загостренні конкуренції на міжнародних фінансових ринках, збільшенні мобільності клієнтів, яка вимагає створення єдиних глобальних стандартів обслуговування, необхідності розробки нових продуктів і послуг, диференційованих за географічним ринків і т. д.;

- розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та на їх основі – формування так званої мережевої економіки, в якій особливе значення набуває спільне виробництво знань шляхом спільних проектів, науково-технічних альянсів, формується концепція відкритої інновації;

- зміни в регулюванні банківської діяльності і, в цілому, функціонування фінансових ринків, які створюють певні рамки для розгортання інноваційної діяльності банківських організацій [25].

Інноваційні стратегії формуються банками і залежно від їх внутрішніх можливостей, до яких відносяться:

- рівень інноваційного потенціалу банку, який можна визначити як його здатність генерувати, сприймати і реалізовувати інноваційні ідеї, використовуючи для цього наявні ресурси та організаційно-управлінські можливості;

- наявність дієвої системи ризик-менеджменту, здатної об'єктивно оцінювати і мінімізувати інноваційні ризики у взаємозв'язку з іншими істотними ризиками банківської діяльності (кредитним, ринковим,

відсотковим, ліквідності і т. д.);

– стан інноваційної культури, під якою розуміється готовність банківських працівників до впровадження нововведень у всіх сферах банківського бізнесу, їх здатність створювати і знаходити інноваційні ідеї.

Інноваційна культура, як правило, не формується сама по собі, а повинна цілеспрямовано і послідовно створюватися керівництвом банку.

Залежно від результатів аналізу та оцінки вищеназваних чинників банки вибирають різні інноваційні стратегії, успішність реалізації яких в значній мірі залежить від їх відповідності загальної корпоративної стратегії, місії і цілям роботи банку. Інтенсивність, форми здійснення та механізми управління інноваційною діяльністю будуть відрізнятися в залежності від того, який шлях розвитку обраний банком – органічного зростання або здійснення злиттів і поглинань, чи є цільовим завданням економія на витратах або збільшення доходів, чи декларується орієнтація на обслуговування існуючих клієнтів або на залучення нових і т. д.

Зважаючи на політико-економічну ситуацію, яка склалася в Україні, основний стратегічний орієнтир вітчизняних банків з впровадження інновацій повинен бути спрямований на відновлення довіри економічних агентів до банківської системи.

Відновленню довіри населення та підприємств до комерційних банків сприяє максимальний рівень відкритості банку, тобто доступність інформації про фінансові показники діяльності банку, можливість стеження за грошовими потоками тощо.

Відтак, доцільно запропонувати вітчизняним банкам створити у своїх відділеннях інформаційний куток із сенсорним екраном під назвою, наприклад «Відкритий банк», де клієнт зможе подивитися результати діяльності банку та прослідкувати основні грошові потоки, напрямки розміщення кредитних коштів.

Іншою інновацією на вітчизняному ринку банківських послуг, яка спрямована на відновлення довіри до банків, повинна стати інновація

керування частиною прибутку банку отриманого від операцій з клієнтом. Суть цієї інноваційної пропозиції полягає в наступному: при оплаті послуг з яких стягується комісійна винагорода, а також при укладені депозитного договору або договору банківського рахунку клієнт отримує можливість визначати напрямки використання 10-15% прибутку банку від операцій з клієнтом. На наш погляд, напрямками використання частини прибутку банку повинні стати різні соціальні проекти, наприклад: кредитування будівництва соціальної інфраструктури (лікарні, школи, дитячі садки тощо); фінансування дитячих будинків, інтернатів; спонсорська допомога банку з будівництва дитячих майданчиків, лікарських центрів, розвитку фізкультури і спорту. Особливо актуальною ця інновація буде у випадку задекларованого оподаткування доходу з депозиту, тут необхідно дозволити клієнту визначати напрямок використання 100% суми податку. Серед таких напрямків основними повинні стати: фінансування армії; будівництва доріг; розвитку освіти і науки; програми енергозбереження. Можливість самостійно визначити клієнтом напрямки використання частини прибутку із операцій та всієї суми податку на доходи з депозиту суттєво підвищить рівень довіри до банку, адже банк стане тим посередником, який дозволить клієнту брати участь у будівництві держави та зміцненню соціального стану країни.

Серед інших актуальних інноваційних пропозицій на вітчизняному ринку банківських послуг традиційно є Інтернет та мобільний банкінг.

В сфері Інтернет банкінгу можна запропонувати досвід компанія Apple, яка презентувала на своєму офіційному сайті програму IChat, за допомогою якої користувач через Internet може зустрітися з працівником банку по відео виклику. Ця інноваційна послуга буде називатись відеобанкінгом. Вона буде доступна цілодобово. За її допомогою клієнт може отримати консультацію банківського працівника з будь-якого питання, яке його цікавить [56, с. 76].

Більшість світових аналітиків сьогодні схиляються до того, що найперспективнішою технологією для реалізації мобільних платежів є технологія NFC. На підтримку цієї технології виступили і найбільші гравці

міжнародних платіжних систем (МПС), в тому числі VISA і Master Card.

Технологія NFC передбачає реалізацію в мобільному телефоні безконтактного інтерфейсу малого радіусу дії (до 10 см), який сумісний з міжнародним стандартом ISO14443, завдяки чому телефон стає аналогом безконтактної карти і може взаємодіяти з пристроями, що працюють з безконтактними смарт-картами.

Використовуючи спеціальний додаток, власники телефонів з NFC можуть оплачувати покупки простим піднесенням телефону до спеціального електронного пристрою, що зчитує.

Практично всі провідні виробники мобільних телефонів випустили зразки телефонів з підтримкою технології NFC.

Така інновація зменшить витрати банку на випуск пластикових карт, а також збільшить можливості клієнта щодо користування банківськими послугами, адже разом із відповідними додатками для смартфонів, клієнти фактично отримають банк в кишені.

Банківські послуги потужний інструмент соціально-економічного розвитку. Для української економіки в даний час істотним чинником подальшого зростання є роздрібний банківський бізнес, потенціал якого в частині забезпечення банківської системи довгостроковим стійким ресурсом, створення можливостей прискорення оборотності капіталу, а також задоволення попиту населення на дорогі товари за допомогою кредитування залишається дуже високим. Однак, основною перешкодою на шляху досягнення головної мети роздрібною бізнесу – забезпечення масових продажів при мінімальному рівні витрат сьогодні стоїть висока вартість розширення мережі банківського обслуговування.

Низький рівень доступності банківських послуг для населення є однією з актуальних проблем української банківської системи. Від доступності банківських послуг залежить платоспроможний попит, темпи зростання економіки, добробут населення та навіть соціальний клімат у суспільстві.

Підвищення доступності банківських продуктів – необхідна умова

переходу до розвинених ринкових відносин, до сучасного постіндустріального господарству, демократичному суспільству. Підвищуючи доступність банківських послуг, держава закладає надійну соціально-економічну основу поступального розвитку країни.

Сьогодні Державне підприємство «Укрпошта» – найбільша роздрібна мережа в країні, що налічує близько 14 тисяч відділень, що покриває всі регіони, в тому числі важкодоступні райони та сільську місцевість, де пропозиція банків або вкрай обмежена, або повністю відсутній. Даний факт дозволяє розглядати пошту як унікальний канал просування банківських послуг.

У світі існує безліч прикладів успішної співпраці пошти і банків. Поштово-банківська діяльність представлена практично на всій території Європи і в ряді країн Азії. Практика показує, що відносини пошти і банків формуються по-різному з урахуванням відмінностей у законодавчому регулюванні поштового та банківської діяльності, а також національних особливостей формування даних галузей. В одних країнах пошта самостійно надає фінансові послуги і співпрацює з банками, виступаючи в ролі їх агента та надаючи послуги банків за певний відсоток. До таких країн можна віднести Італію, Швейцарію, донедавна Японію та ін. В інших країнах поштово-банківські послуги надаються і контролюються поштою, а спеціально створеним поштовим банком. Система поштових банків характерна для таких країн, як Німеччина, Англія, Нідерланди, Скандинавські країни та ін. [65].

Населення України, яке проживає у сільській місцевості не може похвалитися таким високим рівнем фінансової грамотності, як населення перелічених вище країни, а тому поштово-банківські послуги, на початковому етапі розвитку, повинні мати роздрібний характер, а самі поштові відділення повинні сприяти підвищенню рівня фінансової грамотності серед сільського населення. Таким чином, ми пропонуємо банкам спільно з Укрпоштою розробити механізм надання роздрібних поштово-банківських послуг, а зокрема залучення депозитів (в першу чергу ощадних), надання споживчих

кредитів, грошові перекази, створення можливостей зняття готівки з карткових рахунків (що пов'язано із відсутністю банкоматів на селі). Окрім цього, доцільно при видачі пенсій пенсіонерам, виплати соціальної допомоги проводити роз'яснювальну роботу щодо розвитку фінансової грамотності. Така робота може вестися через розповсюдження спеціальних газет, які серед старшого населення мають високу популярність.

Таким чином стратегія розвитку вітчизняного ринку банківських послуг повинна бути спрямована на розвиток існуючих секторів ринку та захоплення нових ніш, таких як сектор поштово-банківських послуг, що дозволить збільшити кількість клієнтів банку та зробити банківські послуги доступнішими.

### **Висновки до розділу 3**

1. Обґрунтовано рекомендації щодо удосконалення депозитної діяльності, зокрема запропоновано розширити спектр банківських послуг, які б надавалися в комплексі із депозитним обслуговуванням, зокрема: ведення пенсійних рахунків, бухгалтерський облік операцій, нарахування та сплата податків, оплата комунальних послуг, розрахунки заробітної плати та інші. Також запропоновано підвищити ефективність реалізації депозитної політики в частині використання рекламних акцій, досвіду та професійної майстерності банківського персоналу, ініціативи та зацікавленості, адже ці фактори чинять неабиякий вплив на створення іміджу банківської установи, підтримання її репутації та довіри серед існуючих та потенційних клієнтів.

2. Запропоновано запровадити мерчандайзинг у сферу депозитної діяльності, який дозволить вирішити наступні питання: удосконалення асортименту депозитних продуктів у відповідності із потребами та запитамі існуючих та потенційних клієнтів; контроль за якістю надання депозитних послуг з точки зору швидкості, зручності, мобільності, можливості надання додаткових супроводжувальних послуг, а також культури обслуговування;

забезпечення наявності в асортименті продуктів, на які існує попит на ринку та постійне його оновлення відповідно до зростаючих потреб клієнтів; проведення аналізу цінової стратегії банків-конкурентів та надання рекомендацій щодо оптимальної цінової політики на депозитні продукти і послуги; планування ефективного розташування точок продажу банківських продуктів (філій, відділень банку), а також раціонального розташування відділів та обладнання для продажу банківських продуктів клієнтам банків.

3. В частині кредитних послуг запропоновано використання овердрафту на єдиному рахунку, що дозволить збільшити число каналів продажів кредитних продуктів. Наприклад, при відкритті єдиного поточного рахунку з овердрафтом банк може ініціювати проведення всіх необхідних дій для розгляду заявки на споживчий кредит. Схвалити один невеликий ліміт, наприклад, на кредит у формі овердрафту і другий великий ліміт – на споживчий кредит.

4. Задля підвищення ефективності в комунікаціях і залученні клієнтів, просуванні банківських продуктів, а також підвищенні прозорості бізнесу клієнта необхідно забезпечити реалізація банком мережевий стратегії, тобто побудова бізнес-мережі для масового сегмента клієнтів юридичних осіб та соціально-фінансової мережі з розширеною функціональністю для фізичних осіб.

5. З метою активізації кредитування реального сектору економіки запропоновано створити спеціалізовані банки розвитку враховуючи досвід Китаю, які б здійснювали середньо-і довгострокове кредитування урядових проектів за нижчими ставками за аналогічні кредити в звичайних комерційних фінансових структурах.

6. Обгрунтовано необхідність розробки інноваційної стратегії розвитку банківських послуг та запровадити наступні інновації: створити у своїх відділеннях банків інформаційний куток із сенсорним екраном під назвою, наприклад «Відкритий банк», де клієнт зможе подивитися результати діяльності банку та прослідкувати основні грошові потоки, напрямки



розміщення кредитних коштів, що значно підвищить довіру до банку. Також, в цьому напрямку доцільно запровадити інновацію «керування частиною прибутку банку отриманого від операцій з клієнтом».

7. В напрямку розширення ринку банківських послуг на сільське населення запропоновано розробити механізм надання роздрібних поштово-банківських послуг, а зокрема залучення депозитів (в першу чергу ощадних), надання споживчих кредитів, грошові перекази, створення можливостей зняття готівки з карткових рахунків (що пов'язано із відсутністю банкоматів на селі). Окрім цього, доцільно при видачі пенсій пенсіонерам, виплати соціальної допомоги проводити роз'яснювальну роботу щодо розвитку фінансової грамотності. Така робота може вестися через розповсюдження спеціальних газет, які серед старшого населення мають високу популярність.

## ВИСНОВКИ

У результаті дослідження теоретичних аспектів розвитку ринку банківських послуг, а також сучасних тенденцій розвитку банківських послуг та інновацій, можна зробити ряд висновків, головними серед яких є:

1. На основі проведеного дослідження теоретичних підходів до визначення сутності поняття банківська послуга зроблено висновок, що необхідним є розмежування понять «банківська послуга», «банківська операція» та «банківський продукт». Так, банківська послуга являє собою регламентовану сукупність фактичних і юридичних дій, здійснюваних банком на замовлення клієнта на основі платності, спрямованих на задоволення потреб останнього. У свою чергу, банківські операції – технологічний процес, спрямований на використання наявних потужностей відповідних підрозділів банків для реалізації відповідного банківського продукту. Банківський продукт – комплекс взаємопов'язаних послуг і операцій банку, спрямованих на задоволення потреб клієнтів в окремих видах банківської діяльності.

2. Досліджено різні варіанти класифікації банківських послуг та виокремлено найпоширенішу з них, а зокрема класифікацію, яка виражається в переліку банківських послуг, який розглядається і приймається на етапі створення банку, з урахуванням політики банку і при визначенні його місії: активні операції (розміщення засобів); активно-пасивні (посередницькі, трастові та інші) операції. Також подано більш розширену класифікацію банківських послуг на традиційні, додаткові та нетрадиційні. Зокрема до традиційних продуктів відносяться найбільш поширені і найбільш споживані послуги банку: кредитні, депозитні, розрахункові, інвестиційні, випуск та обслуговування пластикових карт. Додаткові послуги супроводжують процес надання традиційних послуг. Такими послугами є інкасація, перевезення документів і цінностей, конвертація валюти, розрахунок і керування ризиками, хеджування ризиків. І остання група у цій класифікації – це нетрадиційні продукти. До них відносяться факторингові, лізингові продукти,

консультаційні та інформаційні продукти, видача гарантій, депозитарні продукти, виконання довірчих операцій, зберігання цінностей клієнта і т. д.

3. На основі вивчення економічної літератури ми виділили найбільш істотні фактори, що впливають на розвиток ринку банківських послуг, і об'єднали їх в 4 групи: економічні (економічна ситуація в країні, рівень доходів населення); державно-правові (законодавча і нормативна база, державна політика в банківській сфері, податкове навантаження, умови конкуренції); соціальні (довіра до банків і банківської системи в цілому, фінансова грамотність населення, соціально-демографічні тенденції); маркетингові (розвиток банківської інфраструктури, розвиток інформаційних технологій) науково-технічні (розвиток банківської інфраструктури, розвиток інформаційних технологій).

4. Досліджено різні підходи до трактування інфраструктури ринку банківських послуг на основі чого дано визначення поняття інфраструктура ринку банківських послуг як сукупність взаємодіючих організаційно-правових форм, які обслуговують формування попиту та пропозиції, а також створюють умови для купівлі та продажу банківських послуг через кредитно-фінансові інститути.

5. Узагальнено розуміння сутності ринку банківських послуг, а зокрема запропоновано під банківським ринком слід розуміти тільки ті ринки, які є специфічно банківськими, а саме: ринки банківських послуг. Він являє собою дуже складне утворення, що має дуже широкі межі і складається з безлічі елементів. Це зумовлює множинність критеріїв розмежування структурних елементів ринкової системи.

6. Проаналізовано особливості розвитку міжнародного ринку банківських послуг, а зокрема ринку банківських послуг країн Центральної та Східної Європи та країн СНД. Також визначено основні проблеми входження України в міжнародний ринок фінансово-банківських послуг, зокрема такі як: невизначеність політики держави щодо інтеграції банківської системи України з банківськими системами інших країн; державне кредитування та

субсидування експорту сприяє оперативному проведенню банками зовнішньоторговельних операцій; зростання обсягу експортно-імпортних операцій, збільшення іноземного інвестування привертають особливу увагу до проблеми зниження ризику з іноземною валютою; постійне коливання валютних курсів обумовлює щоденні зміни у банківському балансі нарахованих валютних доходів і витрат у гривневому еквіваленті.

7. Проведено аналіз сучасних тенденцій розвитку вітчизняного ринку банківських послуг, який показав, що сьогодні на ринку банківських послуг України переважають кредитні та депозитні послуги, тобто традиційні над нетрадиційними. Проаналізовано основні напрямки кредитування українських банків та виявлено, що це споживче кредитування, а в сегменті юридичних осіб – це торгівля, оскільки для цієї сфери діяльності найбільш характерна наявність касових розривів у платежах – це торгівля фруктами, овочами, лікарськими препаратами, автозапчастинами, нафтопродуктами та газом, сільськогосподарська діяльність. Також виявлено, що реальні ставки за кредитами є дуже високими та коливаються в межах від 35 до 60 % річних, що зумовлено дорогими ресурсами і низькою кредитоспроможністю позичальників.

8. Аналіз депозитних послуг показав, що в сьогоднішній ситуації, коли банки не мають можливості залучати ресурси на міжнародних ринках капіталів відбувається підвищення ставок за депозитами до 23-24% річних та запровадження різних депозитних програм, в тому числі і строком на 7 днів, що свідчить про нестачу ліквідних ресурсів банку та послаблення фінансової стійкості.

9. Здійснено ґрунтовний аналіз пропозиції нетрадиційних та інноваційних продуктів на ринку банківських послуг, а також виокремлено найбільш ефективні послуги для України, а саме: видача одним банком кредитів іншого банку; мобільний еквайринг, як напрямок з виконання вимоги про встановлення платіжних терміналів у торгових точках; платіжний сервіс для дітей, як напрямок виховання власних клієнтів банку; електронні гаманці

засновані на біометричних даних тощо.

10. Обгурнтовано рекомендації щодо удосконалення депозитної діяльності, зокрема запропоновано розширити спектр банківських послуг, які б надавалися в комплексі із депозитним обслуговуванням, зокрема: ведення пенсійних рахунків, бухгалтерський облік операцій, нарахування та сплата податків, оплата комунальних послуг, розрахунки заробітної плати та інші.

Також запропоновано підвищити ефективність реалізації депозитної політики в частині використання рекламних акцій, досвіду та професійної майстерності банківського персоналу, ініціативи та зацікавленості, адже ці фактори чинять неабиякий вплив на створення іміджу банківської установи, підтримання її репутації та довіри серед існуючих та потенційних клієнтів.

11. Запропоновано запровадити мерчандайзинг у сферу депозитної діяльності, який дозволить вирішити наступні питання: удосконалення асортименту депозитних продуктів у відповідності із потребами та запитами існуючих та потенційних клієнтів; контроль за якістю надання депозитних послуг з точки зору швидкості, зручності, мобільності, можливості надання додаткових супроводжувальних послуг, а також культури обслуговування; забезпечення наявності в асортименті продуктів, на які існує попит на ринку та постійне його оновлення відповідно до зростаючих потреб клієнтів; проведення аналізу цінової стратегії банків-конкурентів та надання рекомендацій щодо оптимальної цінової політики на депозитні продукти і послуги; планування ефективного розташування точок продажу банківських продуктів (філій, відділень банку), а також раціонального розташування відділів та обладнання для продажу банківських продуктів клієнтам банків.

12. В частині кредитних послуг запропоновано використання овердрафту на єдиному рахунку, що дозволить збільшити число каналів продажів кредитних продуктів. Наприклад, при відкритті єдиного поточного рахунку з овердрафтом банк може ініціювати проведення всіх необхідних дій для розгляду заявки на споживчий кредит. Схвалити один невеликий ліміт, наприклад, на кредит у формі овердрафту і другий великий ліміт – на

споживчий кредит.

13. Задля підвищення ефективності в комунікаціях і залученні клієнтів, просуванні банківських продуктів, а також підвищенні прозорості бізнесу клієнта необхідно забезпечити реалізація банком мережевий стратегії, тобто побудова бізнес-мережі для масового сегмента клієнтів юридичних осіб та соціально-фінансової мережі з розширеною функціональністю для фізичних осіб.

14. З метою активізації кредитування реального сектору економіки запропоновано створити спеціалізовані банки розвитку враховуючи досвід Китаю, які б здійснювали середньо-і довгострокове кредитування урядових проектів за нижчими ставками за аналогічні кредити в звичайних комерційних фінансових структурах.

15. Обґрунтовано необхідність розробки інноваційної стратегії розвитку банківських послуг та запровадити наступні інновації: створити у своїх відділеннях банків інформаційний куток із сенсорним екраном під назвою, наприклад «Відкритий банк», де клієнт зможе подивитися результати діяльності банку та прослідкувати основні грошові потоки, напрямки розміщення кредитних коштів, що значно підвищить довіру до банку. Також, в цьому напрямку доцільно запровадити інновацію «керування частиною прибутку банку отриманого від операцій з клієнтом».

16. В напрямку розширення ринку банківських послуг на сільське населення запропоновано розробити механізм надання роздрібних поштово-банківських послуг, а зокрема залучення депозитів (в першу чергу ощадних), надання споживчих кредитів, грошові перекази, створення можливостей зняття готівки з карткових рахунків (що пов'язано із відсутністю банкоматів на селі).

Окрім цього, доцільно при видачі пенсій пенсіонерам, виплати соціальної допомоги проводити роз'яснювальну роботу щодо розвитку фінансової грамотності. Така робота може вестися через розповсюдження спеціальних газет, які серед старшого населення мають високу популярність.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеєнко М. Актуальні питання депозитного формування ресурсної бази банків / М. Алексеєнко // Банківська справа. – 2013. – № 3. – С. 34-43.
2. Банківська система України: монографія / [В.В. Коваленко, О.Г. Коренєва, К.Ф. Черкашина, О.В. Крухмаль]. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ». 2010. 187 с.
3. Банківські операції: [підручник] / Мороз А.М., Савлук М.І., Пуховкіна М.Ф. та ін.; за заг. ред. А.М. Мороза; вид. 4-е, без змін. К.: КНЕУ, 2009. 608 с.
4. Банковское право Российской Федерации. Особенная часть. В 2 т.: Учебник / Отв. ред. Г. А. Тосунян. – М.: Юристъ, 2002. Т. 2. 785с.
5. Банковское дело: управление и технологии: Учебное пособие для вузов/ Под ред.проф. Тавасиева А.М. – М.: ЮНИТИ – 2001. – 536 с.
6. Банковское дело: учебник /под ред. д-ра экон.наук, проф.Г.Г. Коробовой. – изд.с изм.- М.: Экономистъ, 2008. – 766 с.
7. Барановський О. Сьогоднішня світового ринку банківських послуг / Олександр Барановський // Вісник Національного банку України. 2012. № 4. С. 18-23.
8. Биометрический POS-терминал PulseWallet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sgraph.ru>
9. Букин С. Безопасность банка // Банковские технологии. – 2003. – № 9. – С. 44-46.
10. Бюллетень Національного банку України [Текст]. – 2008. № 3. 152с.
11. Верников А.В. Иностраные банки в переходной экономике: сравнительный анализ [Текст] / А.В. Верников. М.: ИМЭПИ РАН, 2005. 304 с.
12. Викулин А. Ю. Определение себестоимости и установление тарифов на банковские услуги // Банковские технологии. – 2010. – № 4. – С. 56-57.
13. Волошин. М. Керування депозитною діяльністю багатопродуктового банку / М. Волошин // Банківська справа. – 2012. – № 2. – С. 96-108.
14. Гавальда Кристиан, Стуфле Жан. Банковское право (Учреждения –

Счета – Операции – Услуги). Пер. с фр. / Под ред. В.Я. Лисняка. М. 1996. С. 12-13.

15. Головин Ю. В. Банки и банковские услуги в России: вопросы теории и практики. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 440 с.

16. Горбач Л.М. Ринок фінансових послуг: [навч. посібник] / Л.М. Горбач, О.Б. Каун – К.: Кондор, 2009. 436 с.

17. ГОСТ 12.1.004-91 ССБТ. Пожарная безопасность [Электронный ресурс] Общие требования: / Система стандартов безопасности труда. – Режим доступа <http://vsegost.com>

18. Гривневый бум: обзор рынка депозитов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prostobank.ua>

19. ДБН В.1.1-7-02. Державні будівельні норми України. Захист від пожежі. Пожежна безпека об'єктів будівництва. – Київ, 2002. – Режим доступа: <http://www.budinfo.com.ua/dbn/82.htm>.

20. Деньги, кредит, банки. учебник / Под. ред. Лаврушина О.И. – М.: КОНКУРС – 2010. – 560 с.

21. Дзюблюк О. Ринок банківських послуг: теоретичні аспекти організації і стратегії розвитку в Україні [Текст] / О. Дзюблюк // Фінанси України. – 2005. – № 6. – С. 41-49.

22. Дибкова Л.М. Інформатика та комп'ютерна техніка: Посібник для студентів вищихназвчальних закладів. – К.: «Академвидав», 2002. – 320 с.

23. Дмитрієва, О. Поняття та характеристика ринку фінансових послуг [Текст] / О. Дмитрієва // Банківська справа. – 2004. – № 3. – С. 62–66.

24. Дмитрієва О.А. Оптимізація депозитної діяльності комерційного банку // Фінанси України. – 2007. - № 5. – С. 138-145.

25. Єгоричева С.Б. Банківські інновації: навч. посібник // – К.: Центр учбової літератури. – 2010. – 206 с.

26. Жамин В. «Инфраструктура экономики». // Вопросы экономики. №2. 2007. С. 15-18.

27. Забезпечення умов стабільного функціонування банківського



сектору України: монографія / [О.М. Колодізєв, О.В. Бойко, І.О. Губарева та ін.; за заг. ред. О. М. Колодізєва]. Харк. нац. екон. ун-т. Х.: Вид-во ХНЕУ, 2010. 311 с.

28. Иванов А. Н. Банковские услуги: зарубежный и российский опыт [Текст] / А. Н. Иванов. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 196 с.

29. Інструкція №6 з охорони праці при виконанні робіт з обслуговування та експлуатації електроустановок банку (дод. 1 до наказу №315 від 30.03.2009 р.).

30. Інструкція № 1 з охорони праці при експлуатації ЕОМ (комп'ютерів з візуальними дисплейними терміналами та іншими спеціальними пристроями) (додаток 1 до наказу № 438 від 28.04.2009 р).

31. Інструкція №2 з охорони праці при роботі з технічними пристроями для перерахунку і упаковки грошових коштів (затверджена 20.06.2007).

32. Каурова Н.Н. Банк будущего: трансформация путем синергии // Банковский ритейл. – 2011. – № 3. – С. 41-47.

33. Кифяк Р. Альтернативні канали продажу банківських продуктів як пріоритетний напрям розвитку банківського бізнесу/ Р. Кифяк // Вісник НБУ. – 2011. – № 10. – С. 106-113.

34. Ковальчук, К. Ф. Банківські операції [Текст]: навч.посіб. / К. Ф. Ковальчук, І. В. Вишнякова, Л. М. Савчук, І. Г. Сорочинська – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 326 с.

35. Крылов С. Реформа банков вне развития банковской системы невозможна. Комсомольская правда. 23.04.2002.

36. Кузнецова А.И. Инфраструктура. Вопросы теории, методологии и прикладные аспекты современного инфраструктурного обустройства. Геоэкономический подход. – М., 2006. – 456 с.

37. Лапін В.М. Безпека життєдіяльності людини: Навч. посібник. - 6-е вид., перероб. і допов. – К.: Знання, 2009. – 332 с.

38. Лобанова Е. Новое лицо Сбербанка / Опубликовано 31.08.2011/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Официальный сайт Сбербанка, блог:

<http://sberblog.ru>

39. Лютий І.О. Банківський маркетинг: [підручн.] / І.О. Лютий, О.О. Солодка. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 776 с.
40. Мазурин Н., Миледин П. Весеннее обострение. МАП хочет закрыть корпоративные банки. Ведомости 27.03.2002.
41. Макаренко М.І. Посткризова реінкарнація ринку банківських послуг [Електронний ресурс] / М.І. Макаренко // Ефективна економіка. – 2012. – № 12. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
42. Маслова С.О. Фінансовий ринок [Текст]: навч. посібн. / С.О. Маслова, О. А. Опалов. – К.: Каравела, 2006. – 274 с.
43. Матук Ж. Финансовые системы Франции и других стран: Под общ. ред. проф. Л.П. Павловой. Т.1 Банки. Книга 1. М.: АО «Финстатинформ», 2004. 247 с.
44. Меньше спрос, больше предложение: обзор рынка автокредитования [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prostobank.ua>
45. Мещеряков А. А. Анализ экономической сущности понятий «рынок финансовых услуг» и «рынок банковских услуг» / А.А. Мещеряков // Формирование рыночных отношений в Украине. 2007. №5. С. 31-35.
46. Міщенко В.І. Банківські операції: [підручник] / Міщенко В.І., Слав'янська Н.Г., Коренєва О.Г. 2-е вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2007. 796 с.
47. Моргоев Б.С. Исследование рынка банковских услуг в Российской Федерации / Б.С. Моргоев // Финансы и кредит. – 2008. №1(289). С. 16-22.
48. Мусифуллина, Ю.И. Развитие банковской инфраструктуры в России [Текст]: монография / Ю.И. Мусифуллина, М.Г. Лапаева. – Оренбург. – 175 с.
49. Огієнко В.І. Інтернет-банкінг як перспективний напрям розвитку ринку фінансових послуг / В.І. Огієнко // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
50. Олещук М.Г. Еволюція становлення та прогноз розвитку ринку банківських послуг України [Електронний ресурс] / М.Г. Олещук //

Демократичне врядування: Наук. Вісн. 2011. Вип. 7. Режим доступу:  
<http://dspace.uabs.edu.ua>

51. Офіційний сайт аналітичної компанії «Простобанк Консалтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prostobank.com/>

52. Офіційний сайт Державної іпотечної установи [Електронний ресурс].  
– Режим доступу: <http://ipoteka.gov.ua>

53. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс].  
– Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

54. Павленко Р.В. Сучасні банківські продукти як чинники соціально-економічного розвитку України [Електронний ресурс]. 2011. Режим доступу:  
<http://www.nbu.gov.ua>

55. Перспективы банков 2020-2021: стратегии, маркетинг, продукты и каналы // Банковский ритейл. № 1 (29). 2020. С. 8-19.

56. Полищук А. И. Коммерческие банки: новые услуги и инновационные технологии коммуникации / А.И. Полищук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.i-free.com](http://www.i-free.com)

57. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності: Закон України від 18.01.2001 №2240-III. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу:  
[www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

58. Про затвердження Положення про організацію операційної діяльності в банках України: Постанова Правління Національного банку України від 18 червня 2003 року № 254 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

59. Про охорону праці: Закон України від 14.10.92 № 2694-XII (в редакції від 26.11.02 № 229-IV) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

60. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7 грудня 2000 р. № 2121-III (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна

Рада України. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).

61. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб: Закон України від 02.10.2012, № 5411-VI (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

62. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг Закон України 02. 12. 2010 № 2756-VI. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)

63. Реунова Л.В. Развитие почтово-банковских услуг // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – Декабрь 2011. - № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2011/12/130>.

64. Российская банковская энциклопедия /Гл.ред. О.И.Лаврушин. – М.: Энциклопедическая творческая ассоциация. – 1995. – 1652 с.

65. Савелко Т. Теоретические аспекты рынка банковских услуг Украины / Т. Савелко // Экономист. – 2007. – № 8. – С. 27-32.

66. Савинский С.П, Банки развития Китая [Текст] / Д.А. Смахтин // Деньги и кредит. – 2007. – №5. – С. 63-68.

67. Снова в лидерах: обзор рынка потребительского кредитования за 2020 год [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prostobank.ua>

68. Стельмах В.С. Енциклопедія банківської справи України : енциклопедія / Стельмах В.С. – К.: Молодь, Ін Юре, 2001. – 680 с.

69. Страхарчук, А.Я. Інформаційні системи і технології в банках [Текст]: навч. посібн. / А.Я. Страхарчук, В.П. Страхарчук. – К: УБС НБУ: Знання, 2010. – 515 с.

70. Суховерхов А.Б. Мобильный эквайринг: реальность и перспективы // Методический журнал. Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. №6. 2012. С. 31-38.

71. ТОП-10 самых необычных предложений от банков [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [lf.rbc.ru](http://lf.rbc.ru)

72. Управління діяльністю банку: методологія і практика: [монографія] / Васюренко О.В., Федосік І.М., Васюренко Л.В., Христофорова О.М., Семенюк

Л.П.; за заг. ред. О.В. Васюренка. К.: УБС НБУ, 2008. 230 с.

73. Уткин Э. А., Морозова Г. И., Морозова Н. и. Инновационный менеджмент. – М.: АКАЛИС, 2002. – 540 с.

74. Федько В. П., Федько Н. Г. Инфраструктура товарного рынка. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Дону: Феникс, 2000. 512 с.

75. Финансовый менеджмент: теория и практика. – 6-е изд. / Под ред. Е. С. Стояновой. – М.: Перспектива, 2008. – 656 с.

76. Ходаківська, В. П. Ринок фінансових послуг: теорія і практика [Текст]: навч. посіб. / В. П. Ходаківська, В. В. Беляєва. – К.: ЦНЛ, 2002. 616 с.

77. Череп А.В., Андросова О.Ф. Банківські операції. Навч. посібник. К.: Кондор, 2007. 410 с.

78. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия/ Гл. ред. А.М. Румянцев. – М.: Советская энциклопедия, 1975. Т2. – 1452 с.

79. Экономическая энциклопедия/Науч.-ред. Совет изд-ва «Экономика»; Гл.ред. Л.И. Абалкин. – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1999. – 978 с.

80. Bankografo.com Аналіз банків України: огляди, графіки, факти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bankografo.com>

81. Banktron от Etronika: управляем финансами с помощью жестов и голоса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moneynews.ru>

82. OECD in Figures 2008. – P. 20-21.

83. The Banker Top 1000 World Banks 2013 rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thebanker.com/Top-1000-World-Banks>

84. Virtual Piggy – электронный кошелек для детей [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://futurebanking.ru/post/2007>

85. World Retail Banking Report. Cap Gemini Ernst & Young. – P. 1-17.

86. WTO, World Trade Report, 2008. – 135 p.

## АНОТАЦІЯ

**Клименко О.С. «Ринок банківських послуг в Україні сучасний стан, тенденції і напрями розвитку». – Кваліфікаційна робота подана для присвоєння другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Фінанси, банківська справа та страхування». – К.: Національна академія управління, 2021.**

У кваліфікаційній роботі на основі теоретичних підходів до визначення сутності поняття банківська послуга зроблено висновок, що необхідним є розмежування понять «банківська послуга», «банківська операція» та «банківський продукт». Досліджено різні варіанти класифікації банківських послуг та виокремлено найпоширенішу з них, а зокрема класифікацію, яка виражається в переліку банківських послуг, який розглядається і приймається на етапі створення банку, з урахуванням політики банку і при визначенні його місії: активні операції (розміщення засобів); активно-пасивні (посередницькі, трастові та інші) операції. Також подано більш розширену класифікацію банківських послуг на традиційні, додаткові та нетрадиційні.

На основі вивчення економічної літератури виділено найбільш істотні фактори, що впливають на розвиток ринку банківських послуг, і об'єднали їх в 4 групи: економічні (економічна ситуація в країні, рівень доходів населення); державно-правові (законодавча і нормативна база, державна політика в банківській сфері, податкове навантаження, умови конкуренції); соціальні (довіра до банків і банківської системи в цілому, фінансова грамотність населення, соціально-демографічні тенденції); маркетингові (розвиток банківської інфраструктури, розвиток інформаційних технологій) науково-технічні (розвиток банківської інфраструктури, розвиток інформаційних технологій).

Проведено дослідження різних підходів до трактування інфраструктури ринку банківських послуг на основі чого дано визначення поняття інфраструктура ринку банківських послуг як сукупність взаємодіючих

організаційно-правових форм, які обслуговують формування попиту та пропозиції, а також створюють умови для купівлі та продажу банківських послуг через кредитно-фінансові інститути.

Узагальнено розуміння сутності ринку банківських послуг, а зокрема запропоновано під банківським ринком слід розуміти тільки ті ринки, які є специфічно банківськими, а саме: ринки банківських послуг. Проаналізовано особливості розвитку міжнародного ринку банківських послуг, а зокрема ринку банківських послуг країн Центральної та Східної Європи та країн СНД. Також визначено основні проблеми входження України в міжнародний ринок фінансово-банківських послуг. Проведено аналіз сучасних тенденцій розвитку вітчизняного ринку банківських послуг, який показав, що сьогодні на ринку банківських послуг України переважають кредитні та депозитні послуги, тобто традиційні над нетрадиційними.

Обґрунтовано рекомендації щодо удосконалення депозитної діяльності, зокрема запропоновано розширити спектр банківських послуг, які б надавалися в комплексі із депозитним обслуговуванням, зокрема: ведення пенсійних рахунків, бухгалтерський облік операцій, нарахування та сплата податків, оплата комунальних послуг, розрахунки заробітної плати та інші.

Обґрунтовано необхідність розробки інноваційної стратегії розвитку банківських послуг та запровадити наступні інновації: створити у своїх відділеннях банків інформаційний куток із сенсорним екраном під назвою, наприклад «Відкритий банк», де клієнт зможе подивитися результати діяльності банку та прослідкувати основні грошові потоки, напрямки розміщення кредитних коштів, що значно підвищить довіру до банку.

***Ключові слова:** банківська справа; кредит; депозит; банківський продукт; платіжна система; лізинг; довірчі послуги; інтернет-банкінг; мобільний банкінг.*

## ABSTRACT

**Klymenko Oleksandr. «The market of banking services in Ukraine is the current state, trends and directions of development». – Qualification work submitted for assignment of the second (master's) higher education level, majoring in Finance, Banking and Insurance. – K.: National Academy of Management, 2021.**

In the qualification work on the basis of theoretical approaches to defining the essence of the concept of banking service, it is concluded that it is necessary to distinguish between the concepts of «banking service», «banking operation» and «banking product». Various variants of classification of banking services are studied and the most common of them is singled out, in particular the classification, which is expressed in the list of banking services considered and adopted at the stage of bank creation, taking into account the bank's policy and mission: active operations (placement); active-passive (intermediary, trust and other) operations. There is also a more broad classification of banking services into traditional, additional and non-traditional.

Based on the study of economic literature highlighted the most significant factors influencing the development of the banking market, and combined them into 4 groups: economic (economic situation in the country, income level); state and legal (legislative and regulatory framework, state policy in the banking sector, tax burden, conditions of competition); social (trust in banks and the banking system as a whole, financial literacy of the population, socio-demographic trends); marketing (development of banking infrastructure, development of information technologies) scientific and technical (development of banking infrastructure, development of information technologies).

A study of different approaches to the interpretation of banking market infrastructure is based on which the definition of banking market infrastructure as a set of interacting organizational and legal forms that serve the formation of supply and demand, as well as create conditions for buying and selling banking services



through credit and financial institutions .

The understanding of the essence of the market of banking services is generalized, and in particular it is offered under the banking market it is necessary to understand only those markets which are specifically banking, namely: the markets of banking services. The peculiarities of the development of the international market of banking services, and in particular the market of banking services of Central and Eastern Europe and the CIS countries are analyzed. The main problems of Ukraine's entry into the international market of financial and banking services are also identified. An analysis of current trends in the domestic market of banking services, which showed that today the market of banking services in Ukraine is dominated by credit and deposit services, ie traditional over non-traditional.

Recommendations for improving deposit activity are substantiated, in particular, it is proposed to expand the range of banking services that would be provided in combination with deposit services, in particular: pension accounts, accounting of transactions, accrual and payment of taxes, utilities, payroll and others.

The need to develop an innovative strategy for the development of banking services and introduce the following innovations: to create in their bank branches an information corner with a touch screen called, for example, «Open Bank», where the client can see the results of the bank and track the main cash flows. which will significantly increase confidence in the bank.

***Key words:*** *banking; credit; deposit; banking product; payment system; leasing; trust services; internet banking; mobile banking.*