

переглянути свої бізнес-моделі, активно впроваджувати нові технології та функції, вдосконалювати інтерактивні сервіси для забезпечення відповідності новим вимогам.

Список використаних джерел:

1. Довгань Ж.М., Галіцейська Ю.М. Open-банкінг як тренд розвитку фінансових технологій. *Інноваційна економіка*. 2021. № 88. С. 111-116.

2. Демченко І. Відкритий банкінг в Україні. Нові можливості для бізнесу. URL: <https://blog.liga.net/user/idemchenko/article/42888> (дата звернення 02.04.2024).

3. Про платіжні послуги : Закон України від 30.06.2021 № 1591-IX. Дата оновлення: 01.01.2024.

4. Концепція відкритого банкінгу в Україні. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/kontseptsiya-vidkritogo-bankingu-v-ukrayini> (дата звернення: 02.04.2024).

5. Береславська О.І., Татяніна С.М. Відкритий банкінг як елемент розвитку фінансово-кредитних відносин в Україні. Фінансова система країни: тенденції та перспективи розвитку : матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Острог, 21 жовтня 2022 р. Острог, 2022. С. 17-20.

Кекух В.В.

аспірант 1 року навчання

спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Науковий керівник – к.е.н., доцент,

професор кафедри банківської справи та страхування

Білошапка В.С.

БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ ДЛЯ КОРПОРАЦІЙ: ОЦІНКА ЯКОСТІ І ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

На даний момент у сфері банківського обслуговування корпорацій ситуація досить швидко розвивається, тому що банки ведуть активну конкурентну боротьбу за клієнтів та пропонують нові продукти та послуги, нові тарифи, вигідніші умови, індивідуальний підхід, маркетингові заходи, пакети продуктів та послуг, надання послуг небанківського характеру. І ще більше посилюється клієнтоорієнтованість банків щодо корпоративних клієнтів. Розглянемо основні напрямки, за якими потрібно рухатися банкам, сподіваючись нарощувати корпоративний сегмент обслуговування.

По-перше, щодо розробки нових банківських продуктів та послуг банкам необхідно адаптувати та розвивати фінансові технології у своїй продуктивній лінійці, реалізувати гнучкі методології, відмовитися від бюрократичного методу роботи, а також активізувати зусилля в пакетному обслуговуванні, тобто

досконало вивчити потреби кожного корпоративного клієнта. Але склад продуктів та послуг для конкретного клієнта має проходити через певний фільтр, який можна реалізувати за допомогою зворотного зв'язку (наприклад, анкета-опитувальник на сайті банку). Таким чином, банкам буде простіше формувати нові пакети послуг та продуктів, які б надалі успішно продавалися і тиражувалися.

По-друге, у частині інформаційно-автоматизаційних рішень банк повинен задовольняти потреби клієнтів у режимі реального часу, а також скрізь, де клієнту можуть знадобитися послуги банку [1]. Банки мають навчитися реальному комплексному обслуговуванню, що має на увазі задоволення всіх повсякденних фінансових та нефінансових потреб корпоративних клієнтів.

По-третє, все це застосовувати у різних горизонтах планування, з урахуванням сезонності бізнесу клієнтів – юридичних осіб. Суть зводиться до того, щоб банківські рішення могли бути не масовими, а індивідуальними і робити це не через активні продажі, а через існуючі канали зв'язку із корпоративними клієнтами.

Сучасні реалії такі, що у банківському середовищі необхідно реформувати процес просування та продажу банківських послуг клієнтам, особливо для юридичних осіб, а також створити особливу систему партнерських взаємин із різними постачальниками нефінансових сервісів, створення якої будується на використанні ІТ-технологій [2].

Оцінка якості банківських послуг для корпорацій на даний час є окремою важливою проблемою для банків. На тлі посилення євроінтеграційних процесів відбувається підвищення вимог клієнтів до банківських послуг [3].

Для банків критеріями якісного обслуговування служать швидкість та ефективність внутрішніх робочих процесів; рівень мотивації (професійної грамотності) працівників; ступінь кредитного ризику тощо. Внутрішнім чинником, що впливає на якість банківської послуги, є ступінь збалансованості інтересів акціонерів та персоналу. Складність балансу інтересів проявляється в тому, що персонал часто прагне одночасного зростання заробітної плати та кола управлінських повноважень, що не тільки скорочує прибуток акціонерів, але й скорочує їх роль у визначенні та реалізації стратегічного розвитку банку. Вплив на фінансові результати банку чинять бажання клієнтів та партнерів спостерігати лояльність у ціновій політиці та характеристиках банківських послуг [4]. Як правило, потенційні клієнти та партнери сприймають як якісні ті банківські послуги, використання яких не вимагає сум, що скорочують темпи ділового обороту, та максимально відповідають їхнім потребам. Загалом, характеристики банківських послуг повинні відповідати національним та міжнародним стандартам якості [5].

Таким чином, можна стверджувати, що якість банківських послуг повинна задовольняти встановлені та/або передбачувані потреби не тільки клієнтів банку, а й інших зацікавлених у ньому сторін (акціонерів, співробітників, інвесторів, кредиторів, держави), а також відповідати прийнятим стандартам якості. Отже, під якістю банківських послуг ми розуміємо ступінь відповідності властивих їм

характеристик встановленим (передбачуваним) потребам та/або очікуванням усіх зацікавлених учасників ринку і прийнятим стандартам якості.

Поділяємо думку закордонних вчених, що показники якості банківських послуг необхідно розглядати лише з двох сторін – клієнта та/або банку [6].

Наявність ефективного зв'язку «клієнт – банк» забезпечує надходження до менеджерів банку інформації щодо оцінки клієнтами якості банківських продуктів, а також дає можливість усувати недоліки обслуговування і є основою для розробки нових продуктів та послуг. Дослідження чинників, що впливають на рівень лояльності корпоративних клієнтів банків надало автору змогу виділити основні з них:

- зручність та простота доступу до одержання банківських продуктів;
- наявність повної інформації про особливості банківських продуктів; можливість отримання клієнтоорієнтованої консультації;
- прийнятність цінових аспектів пропонованих продуктів, наявність альтернативних варіантів, що допоможуть вибрати оптимальну з погляду клієнта пропозицію;
- відсутність спроб приховування персоналом банку інформації щодо платежів чи зборів, які з часом повинен буде сплачувати клієнт;
- помірна величина комісії (у порівнянні з іншими банками);
- високий рівень професійності персоналу, що контактує зі споживачами;
- етичність персоналу, уважне ставлення до запитів клієнта, відсутність тиску на клієнта під час пропонування супутніх чи додаткових послуг;
- доступна і прийнятна для користування система Інтернет-банкінгу та мобільного банкінгу з наявними сучасними послугами;
- упевненість у захищеності банківських операцій від посягань шахраїв.

Перспектива розвитку банківських послуг для корпоративних клієнтів в умовах євроінтеграції полягає насамперед у можливості проявляти здатність задовольняти трансформовані потреби клієнтів за рахунок пропозиції зручних сервісів та інструментів. Пріоритети залишаться за тими банками, які зможуть забезпечити високу якість власних продуктів з урахуванням тенденцій до розширення попиту на послуги дистанційного банківського обслуговування, максимально унеможливаючи погіршення рівня лояльності наявних клієнтів. Реальним шляхом розвитку, який можуть обрати вітчизняні банки, є створення банківської екосистеми. Вона дає можливість не обмежуватися площиною традиційних банківських продуктів, а передбачає вихід і в інші сегменти, що відрізняються більш високою доходністю. Надзвичайно важливо з'ясувати, яку додану вартість генерує взагалі корпоративний сегмент банківського бізнесу, тобто необхідно кількісно оцінити величину доданої вартості в корпоративному бізнесі банку. З одного боку, це доречно для аналізу ефективності управління корпоративним сегментом банку та, з іншого – для розробки пропозицій щодо майбутнього планування в цьому сегменті банківського бізнесу.

Існування достатньої кількості векторів розвитку банківських послуг для корпоративних клієнтів в умовах євроінтеграції дає можливість обирати ті з них, що найкращим чином можуть бути адаптовані до системи управління банком та дозволятимуть вирішувати поставлені перед менеджментом завдання.

Список використаних джерел:

1. Демчук Н.І., Довгаль О.В., Владика Ю.П. Банківські операції: навчальний посібник. Дніпро : Пороги, 2017. 461 с.
2. Черелюк В.О. Проблеми та перспективи розвитку банківської системи в умовах сьогодення. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 78. 2022. URL: http://bses.in.ua/journals/2022/78_2022/21.pdf
3. Нянько В., Нянько Л. Банківська система за воєнного стану та у післявоєнному відновленні України. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. Випуск 35/2022. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7643321>
4. Токарчук В.В. Основні компоненти системи якісного обслуговування клієнтів банків. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/2257>
5. Стефанчук Н.О. Якість банківського продукту: економічний зміст та практика формування. URL: <http://fp.cibs.ck.ua/files/1103/wholertext.pdf>
6. Gounaris S. Measuring service quality in b2b services: an evaluation of the SERVQUAL scale vis-a-vis the INDSERV scale // *Journal of Service Marketing* 19/6 (2005) Emerald Group Publishing Limited. pp.421-435

Козачук Д. П.

*ОПП «Банківський бізнес», 3 курс бакалаврат
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
Науковий керівник – к.е.н., доцент,
доцент кафедри банківської справи та страхування
Охрименко І. Б.*

НАПРЯМКИ І ФУНКЦІЇ КОМПЛАЄНС-КОНТРОЛЮ В БАНКУ

Комплаєнс (від англ compliance - "згода, відповідність") виник на тлі яскравих тенденцій інтернаціоналізації, посилення взаємозалежностей національних економік. Сферою його дії є ефективна комбінація досвіду різних сфер діяльності передусім в економічному просторі. Відповідно, з кожним днем все більш значущим є контроль над формальною стороною бізнес-процесів [1]. Суть комплаєнсу, його необхідність і можливі шляхи його впровадження першими почали розуміти банки як провідні фінансові посередники. Відтоді комплаєнс почав посідати значне місце в структурі корпоративного управління не тільки банків або міжнародних компаній, а й бізнесів різного масштабу.

Традиційно функціями комплаєнсу вважають:

- захист від протиправних та шахрайських дій;
- контроль дотримання законодавства, внутрішніх норм, стандартів, регламентів;
- підтримання гарної репутації організації;
- дотримання етики щодо клієнтів, партнерів, персоналу.