



УДК 336.71:711.13:659.127.3

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ КЛІЄНТІВ ДО БАНКУ

Студ. М. О. Газізова, гр. БФ 1-18

Науковий керівник доц. Ю. В. Махнарилов

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою дослідження є визначення основних чинників, які впливають на формування рівня довіри потенційних вкладників та клієнтів банку. В контексті дослідження сформульовано наступні завдання: аналіз теоретичних моделей довіри, вивчення методичного забезпечення виміру рівня довіри та опрацювання статистичних даних наданих як НБУ так і окремими депозитними корпораціями (банками).

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження є відносини, які виникають між окремими учасниками ринків банківських послуг. Предметом дослідження є чинники формування довіри клієнтів до банку.

Методи та засоби дослідження. З метою методичного забезпечення дослідження використовувався контент-аналіз фахових текстів, статистичний аналіз показників діяльності банківського сектору, інтерпретаційні методи.

Практичне значення отриманих результатів. Проведене дослідження дозволило сформулювати гіпотезу щодо системного характеру чинників формування довіри клієнтів до банку.

Результати дослідження. Актуальність проблеми формування довіри до банків, як до основних представників фінансової системи, пояснюється тим, що зараз відбувається збільшення кількості банків, які потребують ресурсного підкріплення своєї діяльності в умовах фінансової нестабільності. Переважна більшість банків не приділяє достатньої уваги питанням формування кредитних ресурсів, і як результат, на поточний момент в Україні відбувся величезний відтік вкладів населення, спричинений, перш за все, кризою довіри. Криза довіри призвела до нестачі живих грошей в українських банках, що породжує проблему їх ліквідності.

Банківська система в Україні формувалася під впливом економічних коливань та значних структурних зрушень, що спричинило виникнення кількох фінансових криз та підвищення ризиків банківських вкладів. Внаслідок цих подій банківські установи почали втрачати довіру населення. Населення почало переживати за свої кошти та очікувати ще більшого падіння курсу гривні. Люди стали забирати свої депозити з банків та купувати іноземну валюту, тим самим призвівши до панічного стану на фінансовому ринку та ще більшого падіння гривні [4].

Згідно з результатами дослідження статистичних даних щодо вкладів населення можна спостерігати наступну тенденцію. Після квітня 2014 року середнє значення депозиту на одну людину в Україні почало значно спадати. Тобто після кризи 2014 р. довіра вкладників почала стрімко зменшуватись. З 2 кварталу 2014 року розміщення депозитів на рахунках домогосподарств характеризується волатильністю від значної на початку періоду до поступового зменшення коливань у 4 кварталі 2018 року. Починаючи з 2 кварталу 2016 року ситуація стала більш-менш стабільною і коливання були незначними. На 1 квартал 2019 року середнє значення строкового депозиту на одну людину становить приблизно 7749 грн, що говорить про те, що останнім часом населення стало більше довіряти банківським установам [3].

Сьогодні, банківські депозити є одним з найвідоміших різновидів заощаджень. Довіра населення до банківських установ є однією з найважливіших складових для ефективного функціонування та збільшення ресурсів банків. А кошти населення є найбільш вагомим джерелом поповнення ресурсів у банківській системі. Саме тому, у населення України не повинно залишатися сумнівів, щодо ефективного функціонування банків [2].

Надані клієнтам послуги банківських установ повинні відповідати вимогам та очікуванням його потенційних клієнтів. Послуги мають бути зрозумілі і доступні споживачу.



Вирішуючи питання про сегментацію клієнтів банками, не можна ігнорувати так званий рівень досяжності клієнта для банку. По-перше, всі особи, які ще не відкрили в банку рахунки, повинні розглядатися банком як потенційні клієнти. По-друге, клієнт є особистістю, постійно розвивається й у відносинах із банком переходить з одного стану в інший («відвідувач – потенційний клієнт – клієнт»).

Для підвищення ефективності роботи з потенційними та реальними клієнтами банку необхідно впроваджувати ключові показники клієнтської політики. З цією метою визначають очікування клієнта щодо якості обслуговування у банку. Із метою утримання клієнтів та підвищення їх лояльності до банку на основі сегментування та стандартів обслуговування необхідно на практиці застосовувати розроблені стандарти якості та правила роботи з клієнтською базою. Отже, банк повинен оцінювати можливості залучення клієнтів, дотримуючись принципу взаємовигідного співробітництва: виявити профіль клієнтів для визначення оптимального просування банківських продуктів та послуг банку; визначити VIP-клієнтів, на основі характеристик яких можна коригувати стратегію розвитку банку; диференціювати ціну послуг для різних сегментів клієнтської бази банку з метою зниження банківських витрат. [1]

Найголовніше для клієнтів – відповідність банківських продуктів та послуг потребам, зручність їх використання та ефективність у взаємодії з банком як із партнером на ринку. Тому, на сьогоднішній день, підвищення фінансової грамотності, вміння відповідально розпоряджатися фінансами і користуватися послугами банків є одним із життєво важливих завдань для населення України в цілому і для кожного конкретного громадянина.

Для зміцнення довіри до банківської системи в цілому необхідні скоординовані спільні зусилля всіх зацікавлених осіб, а банки, зі свого боку, повинні створити максимально насичене і відкрите інформаційне поле, щоб донести до громадян актуальні відомості про реальний стан банку і не давати приводу для неправдивих чуток.

Висновки. Довіра громадян до банківської системи, до конкретного банку виступає чинником, що дає велику свободу під час ухвалення рішень, у тому числі в критичні, кризові ситуації. Відтак, з одного боку, банки повинні формувати свій бренд, підтримувати репутацію, виявляти особливості його сприйняття різними групами населення, приділяти більше уваги якості послуг, збільшуючи їх привабливість для клієнтів. Важливим чинником створення простору довіри є діяльність органів державного управління, які мають сформулювати умови та правила як для ефективного функціонування банківського сектору в цілому, так і для безпечного розміщення коштів потенційними клієнтами.

Ключові слова: фінансова криза, довіра потенційних клієнтів, сегментація клієнтів, клієнтська політика.

ЛІТЕРАТУРА

1. Маркетингові дослідження ринку фінансових послуг [Електронний ресурс] // Моніторинг засобів масової інформації України. — Режим доступу : <http://www.monitoring.com.ua>.

2. Марченко А.О. Довіра населення до банків / А.О. Марченко, О.Ю. Дудчик // Новини науки та прикладні наукові розробки : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 28 жовтня 2018 року у м. Львів: зб. наук. праць. — Обухів : Друкарня ФОП Гуляєва В.М., 2018. — Т.2. — С. 95-97. — Режим доступу : https://ukrlogos.in.ua/documents/28.10.2018_Tom_2.pdf

3. Грошово-кредитна та фінансова статистика [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал Національного банку України. — Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578#1

4. Шаутіна М. Ю. Формування довіри населення до банків як передумова економічного розвитку України [Текст] / М. Ю. Шаутіна // Глобальні проблеми економіки та фінансів: збірник тез наукових робіт II Міжнародної науково-практичної конференції (Київ–Прага–Відень, «28» травня 2015 року / Фінансово-економічний наукова рада, 2015. — С.17-20.