Секція 2. Банківська справа.

ЛІТАУ ОЛЕКСАНДРА ОЛЕКСАНДРІВНА

Студентка кафедри банківська справа

Харківський навчально-науковий інститут

державного вищого навчального закладу

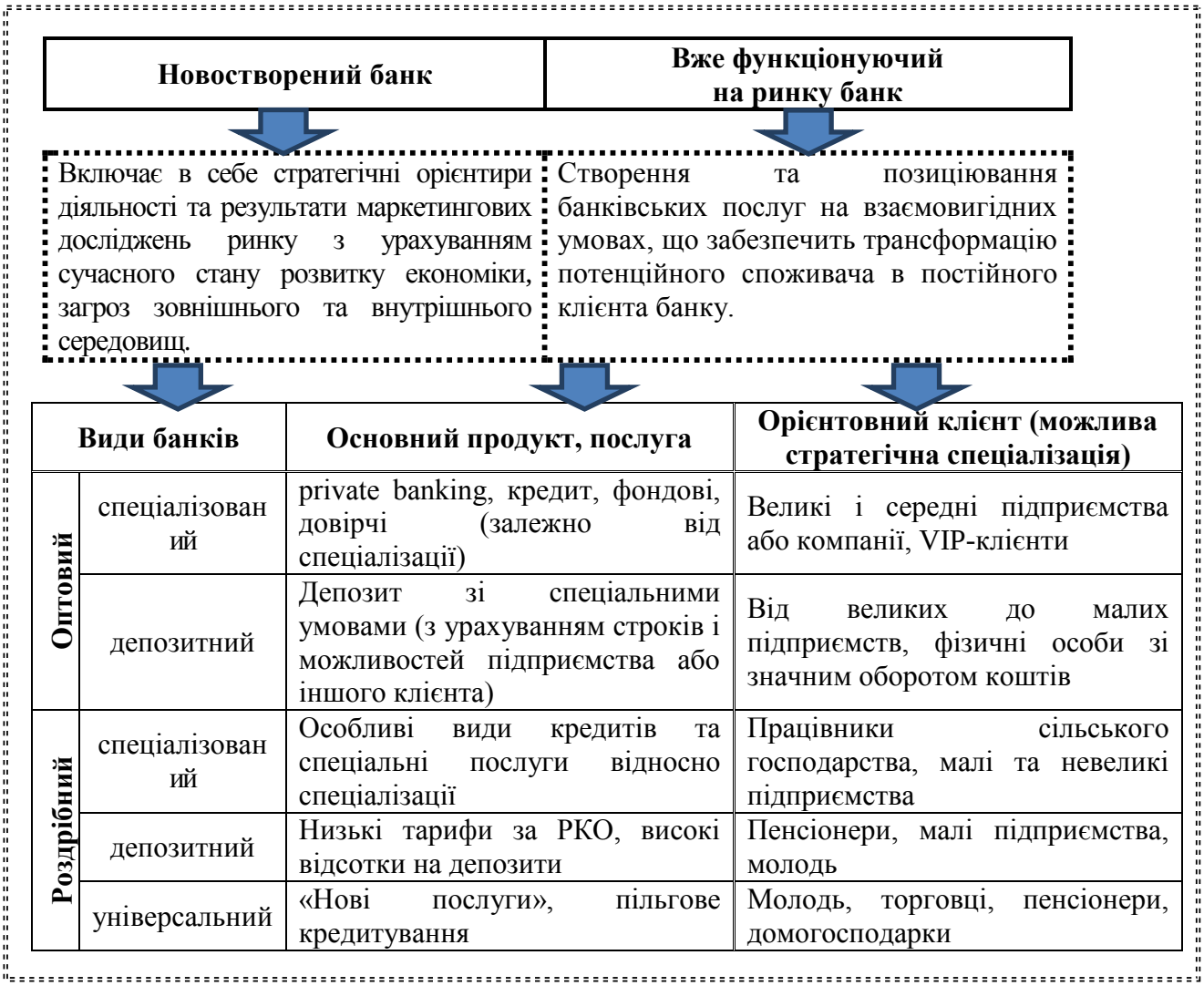
«Університет банківської справи»

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ БАЗИ БАНКІВ

В сучасних кризових умовах функціонування економіки, банківська система зазнала суттєвих втрат. У зв'язку з коливанням валютного курсу, стрімким знеціненням національної грошової одиниці та втратою довіри населення до банківського сектору відбувся колосальний відтік грошових коштів та депозитів із банківської системи. Все це призвело до критичного зниження показників ліквідності банків, їх неплатоспроможності та, як наслідок, масового відтоку клієнтів. Саме клієнти є основними споживачами банківських послуг. У зв'язку з цим, виникла гостра потреба у розробці та впровадженні напрямів підвищення ефективності формування та управління клієнтською базою банків.

Дослідження даного питання знайшло своє відображення в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Т. Васильєва [1], А. Єпіфанова, С. Ілляшенка, Н. Куршакової, В. Федірко [1], О. Штейнта ін.

Формуючи напрями підвищення ефективності клієнтської бази банків, необхідно виходити не лише з позиції новоствореного, чи вже функціонуючого на ринку банку,як це пропонують [1], а ще і брати до уваги види та функціональну спеціалізацію банків, що дасть змогу окреслити коло потреб для кожного з учасників ринкових відносин та забезпечить вибір більш підходящих клієнтів для кожного виду банку. Реалізацію даного підходу представлено на рис. 1.



Види банків		Основний продукт, послуга	Орієнтовний клієнт (можлива стратегічна спеціалізація)
Оптовий	спеціалізований	private banking, кредит, фондові, довірчі (залежно від спеціалізації)	Великі і середні підприємства або компанії, VIP-клієнти
	депозитний	Депозит зі спеціальними умовами (з урахуванням строків і можливостей підприємства або іншого клієнта)	Від великих до малих підприємств, фізичні особи зі значним оборотом коштів
Роздрібний	спеціалізований	Особливі види кредитів та спеціальні послуги відносно спеціалізації	Працівники сільського господарства, малі та невеликі підприємства
	депозитний	Низькі тарифи за РКО, високі відсотки на депозити	Пенсіонери, малі підприємства, молодь
	універсальний	«Нові послуги», пільгове кредитування	Молодь, торговці, пенсіонери, домогосподарки

Рис. 1. - Формування клієнтської бази банку з урахуванням життєвого циклу та з точки зору його функціональної спеціалізації

Таким чином, в кризових умовах функціонування банківського сектору України, дуже важливим є питання не лише підтримання вже існуючої клієнтської бази, а її потенційне розширення, що є запорукою забезпечення конкурентоспроможності та підвищення фінансової стійкості банків. Це можливо завдяки: підбору індивідуального диференційованого підходу до обслуговування клієнтів; розробці бонусних програм; розширення спектру банківських послуг; використанню системи управління відносинами з клієнтами (Customer Relationship Management, CRM), що дозволить збільшити обсяги продажів банківських продуктів; отримати доступ до накопиченої торговими організаціями інформації про потенційних позичальників; знизить кредитний

ризик за рахунок кредитування надійних покупців, закріпить зв'язки з клієнтами; залучить на РКО крупних продавців тощо.

Література:

1. Васильєва Т. А, Федірко В.В., Комплексна система управління клієнтською базою банку [Електронний ресурс] // Стаття, УДК: 336.71 – Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/1566/1/Vasilyeva_54.pdf.