

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ДЕМКІВ ЮЛІЯ МИХАЙЛІВНА

УДК 336.71:005.336.3(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Спеціальність 08.00.08 – Гроші, фінанси і кредит

Подається на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших
авторів мають посилання на відповідне джерело _____ Ю. М. Демків

Науковий керівник:
Леонов Сергій Вячеславович
доктор економічних наук, професор

Суми – 2019

АНОТАЦІЯ

Демків Ю. М. Управління якістю банківських послуг. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит». – Сумський державний університет, Суми, 2019.

Дисертаційна робота присвячена розвитку теоретичних засад і вдосконаленню науково-методичних підходів до управління якістю банківських послуг.

Дослідження змістовних характеристик щодо сутності поняття «управління якістю банківських послуг» дозволило сформулювати його розуміння як способу задоволення потреб клієнтів банку шляхом надання високоякісних, безпечних послуг за рахунок системного функціонування взаємозв'язаних процесів і складових банківської діяльності, з постійними заходами по їх вдосконаленню для досягнення мети отримання конкурентних переваг, поліпшення основних фінансових показників стабільності та ефективності банку.

В роботі досліджено розвиток концепцій управління якістю банківських послуг в банківській системі України, що дозволило виокремити три етапи їх еволюції, що характеризуються зміною стратегічних пріоритетів банків (I етап – концепція business-to-business; II етап – концепція business-to-administration; III етап – концепція business-to-consumer). Визначено, що, починаючи з 1991 року відбувається трансформація цільових критеріїв управління якістю банківських послуг від орієнтації на рівень, встановлений замовником, до спрямування на відповідність вимогам національних та міжнародних стандартів якості.

Узагальнення ключових аспектів управління якістю банківських послуг склало підґрунтя для розробки логіко-структурної схеми побудови системи

управління якістю банківських послуг, у межах якої було визначено перелік основних принципів та функцій, мету даної системи та результат її функціонування у розрізі фінансових та нефінансових показників. Було обґрунтовано, що управління якістю банківських послуг здійснюється через управлінські заходи, спрямовані на покращення функціонування чотирьох підсистем – методичного, інформаційного, технологічного та кадрового забезпечення, у результаті удосконалення яких зростає якість банківських послуг.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку банківських послуг України засвідчив наявність переходу від цінової до нецінової конкуренції за споживача – протягом останніх 10 років відбувається конвергенція підходів до встановлення цін на банківські послуги. Так, за результатами аналізу показників діяльності вибірки українських банків було виявлено, що у секторі депозитних та кредитних послуг, а також розрахунково-касового обслуговування клієнтів спостерігається зниження показників середньоквадратичного відхилення для ставок за кредитами та депозитами, а також скорочення розмаху варіації ставок за кредитами та депозитами та вартості відкриття поточного рахунку.

У роботі обґрунтовано, що при оцінюванні якості банківських послуг доцільно використовувати модифікований метод SERVQUAL, який враховує пріоритетність критеріїв надання банківських послуг для клієнтів банку. Оцінювання переліку критеріїв якості банківських послуг доцільно здійснювати шляхом застосування методу семантичного диференціалу шляхом присвоєння бальних оцінок відповідності критерію одній з характеристик семантичної пари. Визначено, що управлінські рішення щодо підвищення якості банківських послуг слід приймати на основі аналізу показників рівня та однорідності оцінок якості послуг клієнтами банку.

Дослідження показників кадрової політики банку в контексті оцінювання її впливу на якість банківських послуг дозволило викоремити три групи показників кадрового забезпечення банку – фінансове забезпечення

персоналу, рівень та розвиток освіти працівників, організація навчальних заходів. Оцінювання впливу основних показників кадрового забезпечення на зовнішні (лояльність вкладників, стресостійкість банку) та внутрішні (рентабельність активів, частка проблемних активів у кредитному портфелі, зростання обсягів депозитів банку) показники якості банківських послуг було проведено шляхом побудови багаторівневих панельних регресійних моделей зі змішаними ефектами. За результатами розрахунків було підтверджено наявність позитивного зв'язку між зростанням показників кадрової політики банку та підвищенням якості банківських послуг.

З метою дослідження ролі впровадження міжнародних стандартів якості банківських послуг у забезпеченні ефективності банку в роботі вперше запропоновано науково-методичний підхід, що ґрунтується на поєднанні інструментарію стохастичного фронтірного аналізу та Difference-in-Differences методу. Для оцінювання було сформовано вибірку банків, розділену на дві групи – дослідну та контрольну, ефективність яких визначено з використанням параметрів доходів та витрат банку, а також додаткових параметрів. Практичні розрахунки дозволили підтвердити позитивний вплив стандартизації якості банківських послуг на ефективність банку.

В роботі досліджено взаємозв'язок впровадження банківських інновацій (нових банківських продуктів та послуг, інноваційних технологій в обслуговуванні клієнтів, організаційних інновацій) з фінансовими показниками діяльності банку. Для оцінювання було використано панельні регресійні залежності за методом Прайса-Вінстена з урахуванням часового лагу від 1 до 5 років. Було визначено, що максимальний позитивний вплив на фінансові показники діяльності банків забезпечує впровадження інноваційних банківських продуктів.

З метою визначення впливу якості банківських послуг на фінансове зростання банку в роботі запропоновано оцінювати зв'язок нефінансових та фінансових показників якості банківських послуг. Нефінансовим показником

якості банківських послуг обрано лояльність вкладників банку, фінансовим – рентабельність активів банку. Формалізовані в короткостроковій та довгостроковій перспективах залежності між показниками засвідчили наявність довгострокового позитивного впливу лояльності вкладників банку на рентабельність активів, тоді як у короткостроковій перспективі таким вплив є обмеженим.

Ключові слова: банківські послуги, управління якістю, банківські інновації, лояльність вкладників, стандарти якості, кадрове забезпечення банку, ефективність.

ABSTRACT

Demkiv I. M. Management of bank services quality. – Qualifying scientific work as the manuscript.

Thesis for the degree of candidate of economic sciences (PhD) on specialty 08.00.08 «Money, Finance and Credit». – Sumy State University, Sumy, 2019.

The dissertation is devoted to the development of theoretical background and improvement of scientific and methodological approaches to the management of the quality of banking services.

The study of the essential characteristics of the concept of «quality management of banking services» allows to formulate its understanding as a way to satisfate the needs of the bank's client for providing high-quality, secure services by system functioning of interconnected processes and components of banking activity to gain competitive advantages, to improve the main financial indicators of stability and efficiency of the bank.

In the work the development of the concept of quality management of social services in the banking system of Ukraine is researched, that allows to identify the three stages of their evolution, characterized by changes of the strategy of the priorities of banks (stage I – the concept of business-to-business; stage II – the concept of business-to-administration; stage III – the concept of business-to-consumer). It has been determined that since 1991, the transformation of the target criteria for the management of the quality of public services from the level set by the customer to the compliance with the requirements of national and international quality standards.

The generalization of key aspects of the management of the quality of bank services consists the basis of developing a logical framework for the construction of banking services quality management systems within the basic principles and functions are defined, as well as its functioning results in the context of financial and non-financial indicators. It was defined that management of bank services quiality is carried out through management measures aimed at improving the

functioning of four subsystems – methodological, information, technological and personnel support, the result of their improving is banking services quality increase.

The analysis of current trends in the development of the Ukrainian banking services market demonstrates the transition from price to non-price competition for consumers – during the last 10 yearsn convergence of the price setting for banking services occurs. Thus, according to the results of the analysis of the indicators of the activity of the sample of Ukrainian banks, it was revealed that in the deposit and credit services sector, as well as cash and settlement services there is a decrease in the mean square deviation for rates on loans and deposits, as well as a reduction in the variation of rates on loans and deposits and the cost of opening a current account.

The paper substantiates that in assessing the quality of banking services, it is advisable to use the modified SERVQUAL method, which takes into account the priority of the criteria for providing banking services to the bank's clients. It is advisable to evaluate the list of criteria for the quality of banking services by applying a semantic differential method through assigning score points to a criterion conformity for one of the characteristics of a semantic pair. It is determined that managerial decisions to improve the quality of banking services should be taken on the basis of analysis of the level and homogeneity of customer service quality marks.

The study of indicators of the bank's personnel policy in the context of evaluating its impact on the quality of banking services allowed to define three groups of indicators of personnel provision of the bank – financial support of the personnel, level and development of education of employees, organization of educational activities. The assessment of the impact of the main indicators of personnel provision on the external (loyalty of depositors, stress resistance of the bank) and internal (return on assets, the share of problem assets in the loan portfolio, growth of bank deposits) quality indicators of banking services were carried out by constructing multilevel panel regression models with mixed effects. According to the results of the calculations, there was a positive relationship

between the increase in the indicators of the bank's personnel policy and the improvement of the quality of banking services.

In order to study the role of implementation of international standards of quality of banking services in ensuring the efficiency of the bank, in the work for the first time a scientific methodical approach based on a combination of tools of stochastic frontier analysis and Difference-in-Differences method is proposed. For evaluation, a sample of banks was formed, divided into two groups – experimental and control, the effectiveness of which was determined using the parameters of income and expenditure of the bank, as well as additional parameters. Practical calculations have allowed to confirm the positive impact of standardization of the quality of banking services on the efficiency of the bank.

In this paper, the relationship between the introduction of banking innovations (new banking products and services, innovative technologies in customer service, organizational innovations) and financial indicators of the bank activity are investigated. For evaluation, panel regression dependencies of the Price-Winsten method were used taking into account the time lag from 1 to 5 years. It was determined that the maximum positive impact on the financial performance of banks provides the introduction of innovative banking products.

In order to determine the impact of the quality of banking services on the bank's financial growth, it is proposed to evaluate the interconnection of non-financial and financial indicators of the quality of banking services. Loyalty of depositors of the bank is chosen as non-financial indicator of the quality of banking services, profitability of assets of the bank – as financial. Formalised in the short and long term, the dependence between the indicators showed a long-term positive effect of the loyalty of depositors of the bank on the return on assets, while in the short-term perspective, such influence is limited.

Key words: bank services, quality management, banking innovations, loyalty of depositors, quality standards, staffing of the bank, efficiency.

Список публікацій здобувача

в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Статті у наукових виданнях України:

1. Демків Ю. М. Проблема різноманітності тлумачення «банківська послуга». Електронне наукове фахове видання «Проблеми системного підходу в економіці» (*Index Copernicus*). 2011. Випуск 3. С. 12-20 (0,37 друк. арк.).
2. Демків Ю. М. Проблематика сучасної інтерпретації категорії «якість». Бізнес Інформ (*DOAJ та ін.*). 2011. №10. С. 163-166 (0,41 друк. арк.).
3. Демків Ю. М. Специфічність сприйняття якості послуги. Всеукраїнський науково-виробничий журнал ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА (*Index Copernicus*). 2012. №2(28). С. 226-232 (0,62 друк. арк.).
4. Демків Ю. М. Проблема стандартизації якості банківської діяльності. Научный журнал: Культура народов Причерноморья. 2012. №237. С. 31-34 (0,41 друк. арк.).
5. Демків Ю. М., Леонов С. В. The problem of positioning in evaluation of the banking services quality. Збірник наукових праць Nauka i Studia (*Index Copernicus*). 2014. № 1(111). С.38-46 (0,39 друк. арк.).
Особистий внесок: обґрунтовано комплексний підхід до оцінювання якості БП (0,30 друк. арк.).
6. Демків Ю. М., Самусевич Я. В. Роль якості банківських послуг у забезпеченні ефективності функціонування банків України. Актуальні проблеми економіки (*EBSCOhost та ін.*). 2017. №2(188). С. 242-248 (0,58 друк. арк.).
Особистий внесок: розроблено підхід до оцінювання взаємозв'язку лояльності вкладників та рентабельності активів банку (0,40 друк. арк.).
7. Demkiv I. M., Lyeonov S. V., Samusevych Y. V. The measurement of influence of innovations' implementation on the commercial banks performance. Науковий вісник Полісся (*CrossRef та ін.*). 2018. №1(13). Ч. 2. С. 68-76 (0,84

друк. арк.). *Особистий внесок: обґрунтовано роль банківських інновацій у підвищенні результативності банку (0,5 друк. арк.).*

8. Демків Ю. М., Леонов С. В., Самусевич Я. В. Оцінювання якості банківських послуг на основі підходу SERVQUAL: сучасна інтерпретація. Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики» (*Web of Science та ін.*). 2018. №2(25). С. 47-55 (0,62 друк. арк.). *Особистий внесок: запропоновано перелік критеріїв якості БП та характеристик їх оцінювання (0,35 друк. арк.).*

9. Demkiv Yu. M. The ISO 9001 International Standards in a System of the Banking Services Quality Management. Business Ethics and Leadership (Academic Resource Index ResearchBib, Google Scholar, ROAD, EZB, Scilit, OCLC WorldCat, EconBiz). 2018. Vol. 2(3). Pp. 94-102 (0,38 друк. арк.).

Тези доповідей на науково-практичних конференціях

10. Демків Ю. М. Проблема стандартизації якості банківської діяльності. Інтеграційні пріоритети України в сучасному геоекономічному просторі: матеріали науково-практ. конф. (г. Сімферополь, 28-29 вересня 2012 р.). Сімферополь, 2012. С. 21-23 (0,13 друк. арк.).

11. Демків Ю. М. Концепція управління якістю в системі загального менеджменту. Актуальність комплексного управління якістю в банківській сфері. Економічні аспекти сучасних технологій, управління в економіці, науці, освіті в ХХІ столітті в умовах фінансової кризи: матеріали міжнародної науково-практ. конф. (Сімнадцяті Ліберманівські читання) (м. Харків, 31 жовтня 2012 р.). Харків, 2013. С. 59-64 (0,25 друк. арк.).

12. Демків Ю. М. Концептуальна система управління якістю банківських послуг. Маркетингове управління конкурентоспроможністю: тези доповідей ІV Міжнар. науково-практ. конф. молодих вчених (м. Дніпропетровськ, 29 березня 2013 р.). Дніпропетровськ: 2013. С. 75-76 (0,09 друк. арк.).

13. Демкив Ю. М. Формирование модели управления качеством банковских услуг. ФІНАНСОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ: проблеми та перспективи розвитку в умовах трансформації соціально-економічних відносин: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практ. конф. (м. Севастополь, 16-18 травня 2013 р.). Сімферополь: ДІАЙП, 2013. С. 95-97 (0,13 друк. арк.).

ЗМІСТ

ВСТУП.....	14
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....	22
1.1 Розвиток категоріально-понятійного апарату управління якістю банківських послуг.....	22
1.2 Еволюція підходів до управління якістю у загальній системі банківського менеджменту в Україні.....	44
1.3 Концептуальні засади розробки системи управління якістю банківських послуг з урахуванням забезпечення досягнення результатів діяльності банку.....	72
Висновки до першого розділу.....	87
РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ЗАСАД ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМКІВ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....	90
2.1 Аналіз тенденцій конвергенції підходів до визначення цін банківських послуг як передумови становлення системи управління їх якістю.....	90
2.2 Методичні засади оцінювання якості банківських послуг з позиції клієнтів банку.....	120
2.3 Методичні засади оцінювання ролі розвитку кадрового забезпечення у підвищенні якості банківських послуг.....	137
Висновки до другого розділу.....	153
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК НАУКОВО-МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БАНКУ.....	157
3.1 Методичні засади оцінювання фінансового ефекту від впровадження міжнародних стандартів менеджменту якості банківських послуг.....	157
3.2 Науково-методичний підхід до визначення впливу інновацій на	

	13
показники результативності функціонування банків.....	176
3.3 Науково-методичні засади визначення ролі якості банківських послуг у забезпеченні рентабельності активів банків.....	200
Висновки до третього розділу.....	216
ВИСНОВКИ.....	221
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	224
ДОДАТКИ.....	249

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Основними проблемами ринку банківських послуг України залишається подолання наслідків вітчизняної фінансової кризи 2014-2016 рр., яка призвела до кардинальної зміни підходу до ведення банківського бізнесу на фоні подальшого зниження довіри клієнтів до банків, що у 2017 р. досягло критичного рівня (53% опитаних українців заявили, що не довіряють банкам, при цьому 48% не тримають кошти в банках через недовіру). Необхідність утримання ринкової позиції та відновлення обсягів надання банківських послуг обумовлює трансформацію конкурентних стратегій банків відповідно до вимог та очікувань клієнтів щодо якості та надійності банківських послуг. Цінові характеристики банківських послуг поступово втрачають домінуючу роль при виборі банку (у 2017 р. факторами вибору банку 56% опитаних українців визначили наявність гарантій, 53% – розмір відсоткової ставки, 49% – відгуки родичів та знайомих). Враховуючи наявність об'єктивних обмежень можливостей цінової конкуренції банків, побудова ефективної системи управління якістю банківських послуг набуває особливої актуальності.

Фундаментальні засади УЯ БП закладені в роботах зарубіжних вчених, серед яких: Л. Беррі, Н. Греньюк, К. Гронроус, М. Джозеф, В. Зейтамль, Р. Льюїс, А. Парасураман та ін. Значний внесок у дослідження даної проблематики внесли і вітчизняні вчені, зокрема В. С. Білошапка, Т.А. Васильєва, О. Д. Вовчак, С. Б. Єгоричева, Д. В. Завадська, О. П. Заруцька, О. М. Ісхакова, С.В. Леонов, Л. О. Примостка, О. О. Синявська, І. Б. Чернявський та ін.

Разом з тим, аналіз наукової літератури з теми дослідження дозволяє стверджувати, що невирішеними остаточно залишаються ряд теоретичних і прикладних проблем. Зокрема, це стосується уточнення сутності управління

якістю банківських послуг; розроблення ефективної системи управління якістю банківських послуг; поглиблення підходу до оцінювання якості банківських послуг; визначення впливу розвитку кадрового забезпечення на якість банківських послуг; обґрунтування впливу дотримання вимог міжнародних стандартів якості на підвищення якості банківських послуг, впливу інновацій на результати функціонування банків; оцінювання взаємозв'язків між фінансовими та нефінансовими показниками управління якістю банківських послуг. Таким чином, відсутність комплексного підходу до управління якістю банківських послуг обумовила актуальність дослідження, його мету, завдання та зміст.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційна робота узгоджується з напрямками наукових досліджень Сумського державного університету. Зокрема, до звіту за темою «Сучасні технології фінансово-банківської діяльності в Україні» (№д/р 0102U006965) увійшли пропозиції щодо врахування кількісних та часових горизонтів впливу впровадження банківських інновацій на результати функціонування банку; за темою «Реформування фінансової системи України в умовах євроінтеграційних процесів» (№д/р 0109U006782) – щодо оцінювання якості банківських послуг; за темою «Розвиток механізму функціонування банківської системи України під впливом іноземного капіталу» (№д/р 0107U012112) – щодо формалізації впливу сертифікації менеджменту якості банківських послуг за міжнародними стандартами на ефективність банку.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розвиток теоретичних засад та вдосконалення науково-методичних підходів до УЯ БП.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення наступних завдань:

- удосконалити підхід до визначення сутності управління якістю банківських послуг;
- дослідити еволюцію управління якістю банківських послуг на різних етапах розвитку банківської системи України;

- розвинути концептуальні засади формування системи управління якістю банківських послуг;
- обґрунтувати тенденції конвергенції підходів до встановлення цін банківських послуг в банківській системі України;
- удосконалити методичні засади оцінювання якості банківських послуг;
- поглибити науково-методичне забезпечення оцінювання впливу розвитку кадрового забезпечення банку на показники якості банківських послуг;
- розробити науково-методичний підхід до визначення ролі сертифікації менеджменту якості банківських послуг до вимог міжнародних стандартів у забезпеченні ефективності банків;
- удосконалити методичний інструментарій оцінювання впливу інновацій на фінансові показники діяльності банків;
- удосконалити методичне забезпечення оцінювання взаємозв'язку фінансових та нефінансових показників управління якістю банківських послуг.

Об'єктом дослідження є економічні відносини, що виникають між суб'єктами банківської діяльності з приводу забезпечення якості банківських послуг.

Предметом дослідження є науково-методичне забезпечення та практичний інструментарій управління якістю банківських послуг з метою задоволення інтересів постачальників та споживачів банківських послуг.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дисертаційної роботи становлять фундаментальні положення економічної теорії, теорії грошей, фінансів та кредиту, банківської справи, маркетингу, менеджменту, а також наукові праці, присвячені проблемам управління якістю банківських послуг.

У процесі дослідження використано наступні методи наукового дослідження: аналіз, синтез, логічне узагальнення – при уточненні

категоріально-понятійного апарату дослідження; порівняльний аналіз, метод групувань – при дослідженні еволюції управління якістю банківських послуг в банківській системі України; індукція, дедукція та наукова абстракція – при розробці концептуальних засад управління якістю банківських послуг; варіаційний та кореляційний аналіз – при обґрунтуванні конвергенції цінових параметрів банківських послуг; метод багаторівневої панельної регресії зі змішаними ефектами – при оцінюванні впливу розвитку кадрового забезпечення на якість банківських послуг; стохастичний фронтірний аналіз та Difference-in-Differences метод – при обґрунтуванні ролі стандартизації управління якістю банківських послуг у забезпеченні ефективності банківської діяльності; панельний регресійний аналіз за методом Прайса-Вінстена – при формалізації рівнів та тривалості впливу інновацій на фінансові показники діяльності банків; авторегресійне моделювання з розподіленням лагом – при дослідженні впливу лояльності вкладників на рентабельність активів банків. Економіко-математичне моделювання проведено за допомогою програмних продуктів FRONTIER Version 4.1, STATA 12 SE.

Інформаційно-фактологічною базою дисертації є: закони України, постанови Кабінету Міністрів України, нормативні акти та статистичні дані Національного банку України, офіційні дані Державної служби статистики України, аналітичні матеріали Асоціації українських банків, Незалежної асоціації банків України, світових та вітчизняних рейтингових агенцій, матеріали з офіційних сайтів банків України, наукові праці з питань управління якістю банківських послуг.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні існуючих та обґрунтуванні ряду нових науково-методичних підходів до управління якістю банківських послуг.

Найбільш вагомими науковими результатами дослідження є такі:

вперше:

– розроблено науково-методичний підхід до оцінювання впливу впровадження міжнародних стандартів якості ISO 9001 в системі управління якістю банківських послуг на ефективність банків, що поєднує елементи стохастичного фронтірного аналізу (модель зі зміною часу, заснованої на функції витрат) та метод Difference-in-Differences. Це дозволило підтвердити доцільність сертифікації систем менеджменту якості банківських послуг не лише з точки зору покращення іміджу банку, а й з позиції отримання додаткових фінансових вигід;

удосконалено:

– методичні засади оцінювання якості банківських послуг, що, на відміну від існуючих підходів, здійснено шляхом модифікації методу SERVQUAL у частині коригування критеріїв якості банківських послуг у розрізі окремих компонентів з урахуванням їх пріоритетності для клієнтів, а також оцінювання визначених критеріїв якості банківських послуг клієнтами банку із застосуванням методу семантичного диференціалу;

– методичні засади обґрунтування впливу інновацій (нових банківських послуг, технологій обслуговування клієнтів та управління бізнесом) на фінансові результати діяльності банку, що, на відміну від існуючих, здійснено на основі панельних регресійних залежностей за методом Прайса-Вінстена з різною тривалістю часового лагу. Це дозволило кількісно оцінити зміну основних фінансових показників діяльності банку під впливом запровадження банківських інновацій в цілому та за їх окремими групами та визначити часові горизонти отримання максимальних позитивних ефектів;

– науково-методичне підґрунтя оцінювання взаємозв'язку між нефінансовими та фінансовими показниками управління якістю банківських послуг, що, на відміну від існуючих, здійснено шляхом моделювання залежності рівня рентабельності активів банку від зростання лояльності його вкладників з урахуванням впливу параметрів витрат банку (рівня адміністративних витрат та витрат на персонал і маркетинг) та параметрів

доходів (чиста процентна маржа та чиста непроцентна маржа). Це дозволило підтвердити наявність позитивного впливу зростання лояльності вкладників на рентабельність активів банку в довгостроковій перспективі;

набули подальшого розвитку:

- визначення сутності управління якістю банківських послуг як способу задоволення потреб клієнтів банку шляхом надання високоякісних, безпечних послуг за рахунок системного функціонування взаємозв'язаних процесів і складових банківської діяльності, з постійними заходами по їх вдосконаленню для досягнення мети отримання конкурентних переваг, поліпшення основних фінансових показників стабільності та ефективності банку;

- логіко-структурну схему побудови системи управління якістю банківських послуг на основі визначення принципів та функцій управління якістю банківських послуг, виокремлення основних підсистем, що його забезпечують та в межах кожної підсистеми управління якістю банківських послуг – управлінських заходів і результатів їх застосування, а також результат управління якістю банківських послуг у розрізі фінансових та нефінансових показників;

- методичні засади обґрунтування місця кадрового забезпечення в системі управління якістю банківських послуг, що, на відміну від існуючих підходів, здійснено шляхом формалізації залежностей зовнішніх та внутрішніх індикаторів зростання якості банківських послуг (лояльність вкладників, стресостійкість банку, рентабельність активів банку, частка проблемних кредитів у кредитному портфелі, зростання обсягів депозитів банку) від показників фінансового забезпечення персоналу банку, рівня і розвитку його освіти та організації навчальних заходів у банку. Це дозволило визначити перелік найбільш важливих каталізаторів зростання якості банківських послуг, пов'язаних з кадровою політикою банку.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що обґрунтовані в роботі теоретичні положення доведені до рівня методичних

рекомендацій, які можуть бути використані Національним банком України – при удосконаленні нормативної бази з питань формування стандартів надання банківських послуг; саморегульованими організаціями банків – при розробці критеріїв якості банківського обслуговування; банками України – в процесі формування та розвитку системи управління якістю банківських послуг.

Пропозиції щодо розвитку концептуальних засад побудови системи управління якістю банківських послуг впроваджено в діяльність Харківської обласної дирекції ПАТ «Райффайзен банк Аваль» (довідка від 18.09.2018 №ДЗ-ВМ/644); щодо оцінювання взаємозв'язку між фінансовими та нефінансовими показниками зростання якості банківських послуг – у діяльність філії Сумського обласного управління АТ «Ощадбанк» (довідка від 14.05.2018 № 778/15); щодо оцінювання якості банківських послуг на основі опитування клієнтів – у діяльність Сумського відділення №3 АТ «Альфа-Банк» (довідка від 29.08.2018 № 28-03/18); щодо визначення рівня та тривалості впливу інновацій на показники діяльності банку – у діяльність відділення АТ «ОТП банк» у м. Суми (довідка від 26.07.2018 № 25/236).

Одержані дисертантом наукові результати використовуються у навчальному процесі Сумського державного університету при викладанні дисциплін: «Банківська справа», «Фінансовий менеджмент», «Маркетинг у банку», «Організація продажів банківських продуктів» (акт від 25.06.2018).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є завершеним науковим дослідженням. Наукові положення, висновки, рекомендації і розробки, які виносяться на захист, одержані автором самостійно і відображені в опублікованих працях. Результати, опубліковані дисертантом у співавторстві, використані у дисертаційній роботі лише в межах його особистого внеску.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дисертації оприлюднені та одержали позитивну оцінку на 4 міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях.

Публікації. Основні положення дисертації опубліковано у 13 наукових працях загальним обсягом 5,22 друк. арк., з яких особисто автору належить 4,34 друк. арк., у тому числі: 7 статей у наукових фахових виданнях України (з них 6 – у виданнях, що включені до міжнародних наукометричних баз), 2 статті – у інших наукових виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз; 4 публікації у збірниках тез доповідей конференцій.

Структура і зміст роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Повний обсяг дисертації становить 280 сторінок, в тому числі: основного тексту 202 сторінки, 54 таблиць, 25 рисунків, 5 додатків, список використаних джерел із 245 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

1.1 Розвиток категоріально-понятійного апарату управління якістю банківських послуг

Сучасний стан ринку банківських послуг характеризується процесом інтеграції як вітчизняного банківського сектора у світову фінансову систему, так і приходом великих іноземних інвестицій у банківську систему України. Ці факти свідчать про великий потенціал зростання вітчизняного ринку банківських послуг і створюють умови для зростання конкурентної боротьби. Кількість банків і небанківських фінансових установ, що надають «банкоподібні» послуги, росте з кожним роком, що безумовно збільшує попит на вільні ресурси і веде до їх дефіциту.

Подібні тенденції ставлять завдання по удосконаленню систем управління для забезпечення високого рівня професійної діяльності серед учасників банківського сектора як перед лідерами банківського бізнесу, так і перед новачками. Впровадження нових управлінських технологій, побудованих на процесному підході до внутрішньої організації діяльності, пошуку ефективних механізмів щодо оптимізації методів і систем управління, управління якістю банківських послуг, розробки і впровадження стандартів якості банківської діяльності, удосконалення банківських процесів і технологій, підвищення рівня професійної культури в цілому – це найважливіші складові менеджменту якості банківських послуг, розвиток яких формує ділову репутацію банку, верству постійних клієнтів і їх лояльність, що забезпечує рівень надійності і принципову конкурентну перевагу банку.

Об'єктивну необхідність управління якістю банківських послуг підтверджують загальні іноземні і вітчизняні тенденції управління

банківськими установами, для яких якість послуги, що надається, виступає вирішальною перевагою в конкурентній боротьбі і, як наслідок, найважливішим чинником зростання показника прибутковості банку. Із зростанням конкуренції якість послуг стала популярною областю наукових досліджень і визнаним ключовим чинником у збереженні конкурентних переваг і підтримці задовільних стосунків з клієнтами [85].

Враховуючи великий потенціал вітчизняного банківського ринку, особливо серед фізичних осіб, банки, окрім утримання клієнтів, ставлять завдання пошуку і залученню нових якісних клієнтів на обслуговування. Це завдання для більшості системних банків вирішувалося раніше максимально просто – розширенням регіональної мережі. Метод досить витратний, проте кількісний чинник максимальної присутності давав потрібну соціальну дію, і кількість клієнтів росла практично сама собою.

Дійсно, рівень покриття банківською мережею території України в перерахунку на щільність населення (з урахуванням фактичної заселеності регіонів) залишається високим. Проте, у теперішній нестабільний період спостерігаються зміни у стратегії багатьох банківських установ, що спричинило скорочення витрат на розвиток, оптимізацію регіональної мережі і пошук нових альтернативних механізмів підтримки банківських позицій на ринку. Враховуючи ці обставини, питання управління якістю банківських послуг і якістю банківської діяльності в цілому стає усе більш актуальним для вітчизняних банків.

Комерційні банки, почавши розвивати стратегію управління якістю, стали акцентувати увагу на банківському обслуговуванні або сервісі і рідше на якості самого банківського продукту, іноді заміщаючи ці поняття. Проте, діяльність банку характеризують також за якістю виконуваних ним операцій і послуг, що надаються. Тракткування цих понять є дискусійним, а, у поєднанні з розвитком сучасного банківського менеджменту, ще актуальнішим, у тому числі і щодо точності тлумачення поняття «управління якістю банківських послуг». Враховуючи вищевикладене та загальну мету

роботи на базі семантичного аналізу, дефініції термінів постараємося вивести максимально чітко визначення категорії, особливо з фінансової точки зору.

Починаючи дослідження категорії «якість», зазначимо, що, одним з перших, вона була проаналізована старогрецьким філософом Арістотелем. Він пояснював якість як «відмінність між предметами» з диференціацією за ознакою протилежностей [216]. У повсякденній мові якість означає перевагу і доброту, або, іншими словами, хороші характеристики товарів та послуг. Німецький філософ Гегель розглядав якість як логічну категорію, бачачи в ній початковий ступінь пізнання речей і становлення світу [240]. У роботі «Діалектика природи» Ф. Енгельс підкреслював, що існують не якості самі по собі, а речі, що мають якості [240].

Істотним у підході російських філософів був взаємозв'язок якості передусім з духовністю. Згідно з трактуванням словника сучасної російської літературної мови, «Духовність – духовна, інтелектуальна природа, суть людини, протилежна її фізичній, тілесній суті» [236].

Відповідь на питання «Що таке якість?» шукали видатні в історії учені економісти: Ф. Кросбі, В. Е. Деминг, А. В. Фейгенбаум, Х. Д. Харрінгтон, К. Исикава, Г. Тагучі, Д. М. Джуран, У. Шухарт та інші. Усі вони зробили у ХХ столітті великий внесок у розвиток менеджменту якості. Звернемося до їх досліджень.

Мабуть, одним з перших став вивчати відступ від норми, проблематику появи неякісного продукту і поставив питання управління якістю, американський вчений Уолтер Шухарт. Шухарт вважав, що «існує два аспекти якості. Один пов'язаний з уявленням про якість речей як об'єктивну реальність, яка не залежить від існування людини. Другий аспект – з тим, що ми думаємо, відчуваємо про цю об'єктивну реальність» [240]. Мова в першому йде про базові характеристики, закладені в речі, будь то фізичні природні критерії або нормативні стандарти, специфікації, технічні вимоги. Другий – об'єднує суб'єктивні аспекти соціального сприйняття з урахуванням зіставлення з очікуванням. Саме ідеї Шухарта на початковому етапі

досліджень у сфері якості став розвивати відомий у всьому світі Уолтер Едвардс Деминг, названий «наставником якості».

Початковий аналіз наукових думок показав, відсутність єдиного визначення категорії якості. З одного боку думки експертів, представляють якість, що складається з двох рівнів:

–перший рівень якості – виробництво такої продукції, або надання таких послуг, чії вимірювальні характеристики задовольняють конкретним технічним вимогам, стандартам, які мають чисельне значення;

–другий рівень якості продукції або послуг не залежить від яких-небудь характеристик вимірювальних і визначається тим, наскільки задоволені соціальні потреби, очікування споживача відносно застосування або використання цієї продукції або послуги, її сприйняття.

Інші думки базуються на тому, що природа поняття «якість» містить у собі, окрім загального економічного тлумачення, структурні рівні технічного і соціального характеру. Так Ф.Кросбі у своїх працях характеризує якість як відповідність точно певним вимогам, акцентує увагу на її виробничій основі [216], роблячи тим самим явний акцент на технічній природі поняття «якість». У свою чергу, К.Исикава у широкому сенсі визначав якість як якість роботи, обслуговування, інформації, процесу, роботи підрозділів, роботи персоналу (включаючи робітників, інженерів, керівних і адміністративних працівників), якість функціонування системи, фірми, завдань і тому подібне [236]. Детальніше цю позицію розвинув К. Гронроус, представивши структуру якості у вигляді технічного і функціонального – процес надання послуги [28]. Д. Рейд і Н Сандерс характеризують якість, як відповідність технічним вимогам і враховують психологічний критерій сприйняття клієнтів [54]. У той же час міжнародний фахівець з якості, професор Х. Д. Харрінгтон робить упор на фінансовій стороні якості, характеризуючи її як задоволення очікувань споживача за ціну, яку він може собі дозволити, коли у нього виникне потреба, а висока якість – це перевищення очікувань споживача за нижчу ціну, ніж припускав [32].

В.В. Глухов і Д.П. Гасюк характеризують економічну природу якості здатністю продукту задовольняти певну потребу [120]. По баченню А.К. Єршова, технічна якість є нижньою межею соціально необхідної якості, тобто таким її рівнем, при якому об'єкт ще має споживчу вартість, а нижче цього рівня не задовольняє жодної з потреб індивіда і суспільства. Верхньою межею соціально необхідної якості може бути максимальна величина суспільної потреби, при якій якість об'єкта повністю виступає як суспільна корисність [146].

На наш погляд такі розгорнуті характеристики якості мають на меті максимально об'єктивний погляд на цю категорію і показують важливий взаємозв'язок з соціальним аспектом якості.

Безумовно, категорія «якість» є соціальною і має узагальнююче значення, оскільки вона визначає для людини якість об'єктів, з якими він вступає у взаємодію в усіх областях і аспектах свого існування. Дуже однозначно про соціальний характер якості заявив К. Исикава, характеризуючи її як властивість, що реально задовольняє споживачів. [103]. У продовження Е.В. Писарева розглядає соціальний аспект якості у формі комплексної задоволеності клієнта [201]. З цього боку заслуговує на увагу характеристика А.К. Єршова, у якого категорія представляється у вигляді складної багаторівневої системи, пов'язаної з сукупністю властивостей системи «людина – середовище життєдіяльності». Якість життєдіяльності пов'язують, по-перше, з об'єктивно існуючими чинниками, які людина споживає і використовує, по-друге, з суб'єктивними чинниками для кожної конкретної людини [146]. Отже, соціальний аспект чітко указує на важливе значення задоволення людей.

Таким чином, якщо об'єднати в понятті «якість» технічні і соціальні аспекти, і врахувати економічні позиції, вийде комплексна категорія, результат споживання або споживчої вартості досліджуваного об'єкту, під якою розуміється його корисність – здатність задовольняти яку-небудь потребу.

Поняття якості як міри задоволеності споживача – це сучасний варіант визначення цього терміну, обумовлений вимогами нового ринку, які визначається співвідношенням вартості, наприклад продукції, і її цінності – споживчій вартості (рис. 1.1). У інтерпретації А. К. Єршова це співвідношення для виробника і споживача виробів показує наступне:

- 1) для виробника уся продукція, яка не має дефектів, які перешкоджали б її продажу, має цінність;
- 2) для споживача цінність мають тільки ті якості продукції, які відповідають його відчуттям [146].

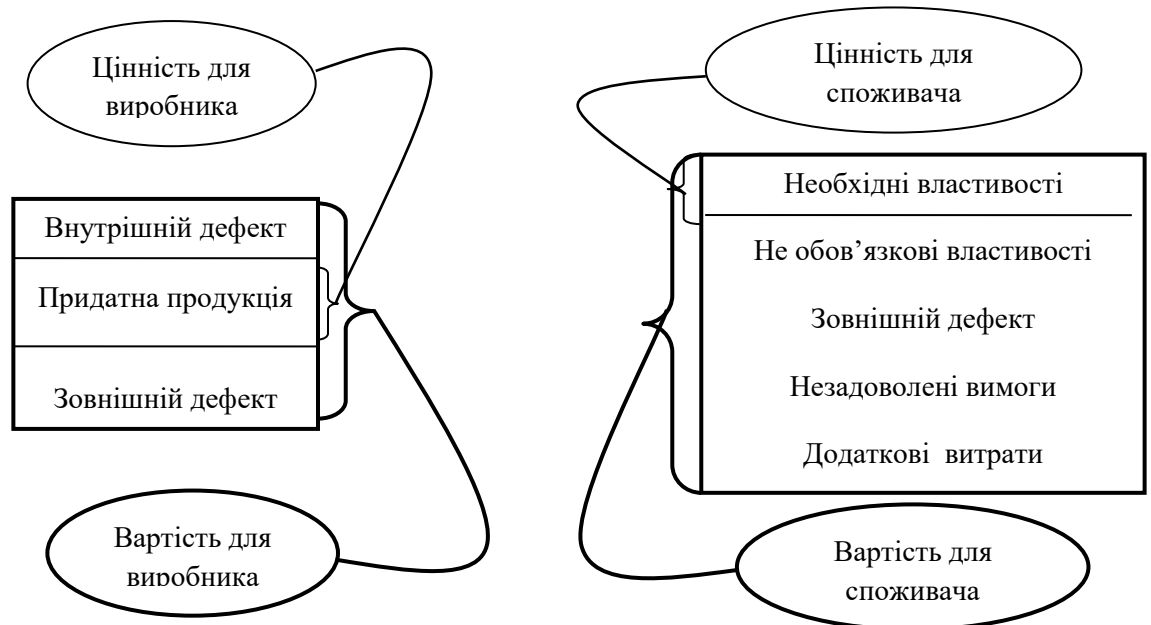


Рисунок 1.1 – Якість продукції з точки зору виробника і споживача

Враховуючи наведений вище приклад, слід зазначити, що поняття «якість» для виробника і клієнта відрізняються по своєму наповненню. Цей факт свідчить про необхідність детальнішого дослідження поняття в системно-часовому форматі для визначення механізму максимального зближення сприйняття категорії «якість» виробниками і споживачами.

Для деталізації визначення норм якості, на наш погляд, варто, звернутися до стандартів. Еволюція поняття «якість», визначеного у

вітчизняних і міжнародних стандартах, також схильна до тенденції переходу на новий рівень визначення цього поняття. Поняття якості продукції, регламентоване ГСТом 15467-79, визначалося як сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення [181]. Якість визначається як придатність для мети і використання (Дж.Джуран) [227], як «передбачувана ступінь однорідності і надійності відповідно до стандарту якості, корисна для клієнта» (У.Деминг) [181]. За даними Американського суспільства контролю якості (ASQC), «якість – це набір характеристик, які демонструють здатність товарів і послуг задовольняти певні потреби» [182]. Останні положення відповідно до міжнародного стандарту ISO 9000:2000 так само визначають якість як сукупність властивостей і характеристик продукції, які надають їй здатність задовольняти обумовлені або передбачувані потреби [109], тим самим, без згадки про споживача продукції, повідомляється про його вирішальне значення. Американський гуру якості Скотт Девіс точно сказав: «Якість визначається клієнтом» [65]. З іншого боку, Японський інститут стандартів (JIS) припускає, що якість – виробничо-економічна система, яка виробляє товари або послуги і яка реагує на потреби клієнтів [245]. Метою якості за стандартом є не лише надання продукту з чудовими характеристиками, але і досягнення високого рівня конкурентоспроможності на ринку і рентабельності [109]. Тим самим слід зазначити, що стандарт повинен створювати об'єднующе уявлення про якість у виробника з побажаннями споживача, враховуючи важливість задоволення його потреб і при цьому створювати умови для зростання фінансово-економічних показників банку.

Виходячи з вищевикладеного, варто відзначити фундаментальність категорії «якість». Її початок формують філософські погляди, що демонструє глибину пізнання категорії і при дослідженні допомагають оцінити загальну важливість якості: загальноекономічну, як задоволення очікувань споживача за певну ціну, соціальною, як споживчу корисність і технічну, у вигляді

відповідності нормативним технічним стандартам. Особливого значення правильність розуміння категорії набуває саме у сучасних умовах розвитку суспільства, коли рівень життєдіяльності виходить на новий ступінь, а якість представляється у вигляді складної багаторівневої системи, на чолі якої стоїть задоволення споживчої потреби. Власне зближення розуміння категорії «якість» з боку виробника і споживача для максимально повного, вірного, що відповідає реальним потребам, розуміння і задоволення побажань клієнта, є найважливішим завданням, яке стоїть перед банківським менеджментом, особливо в умовах мінливості поняття в часі, де об'єктивна реальність взаємодіє з суб'єктивним відношенням покупця.

Таким чином, категорія «якість» – це загальна сукупність характеристик продукції (послуги, роботи), що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція (послуга, робота) при своєму використанні (за призначенням) задовольнить потреби споживача у кожній з сфер його життєдіяльності за прийнятну для нього ціну.

Проведений системний аналіз поняття «якість» і його результати формують основу для продовження нашого дослідження менеджменту якості банківських послуг. Як відмітили Дж. Кронін і С. Тейлор, якість – це когнітивна оцінка послуги [15].

Аналіз історичних відомостей показує тісний зв'язок поняття «послуга», з категоріями «служіння», «слуга» [190]. Поняття послуги з релігійного представлення має позитивні якості: турботою, благом, любов'ю, а також відданістю. А того, хто зробив послугу, треба вважати «виконавцем Божого благодіяння» [145].

При зверненні до античної філософії так само явно простежується переплетення з поняттям «послуга» понять «благодіяння» і «милість». Ці поняття існують як синоніми [118]. Тлумачний словник В. Даля також у позитивному руслі розкриває поняття надання послуги, кажучи про уміння догоджувати, намагатися бути корисним, допомагати [126]. Таким чином,

релігійно-філософське представлення описує поняття «послуга» однозначно з позитивної точки зору.

Проте, слід зазначити, що при подальшому дослідженні поняття «послуга», вона стає не таким однозначним, виявляються можливими і негативні риси. Так, поняття «ведмежої послуги», запозичене з байки Крилова, або приклад аморальної послуги, яку у своєму трактаті описує Джон Локк [173]. Можна також згадати, що є народи, де прийнято пожирати власних батьків тому, що той вже старий і не в змозі більше тягнути своє життя, як «добру послугу».

Та все ж економічне тлумачення поняття «послуга» для нашого дослідження є базовою. У кінці XIX століття такі ключові поняття, як «товар», «продукт», «послуга» були дані в роботах К. Маркса і Ф. Енгельса, А. Смита, Д. Рикардо, Ф. Котлера і інших економістів. Послугу К. Маркс визначає, як споживчу вартість, втілену і в товарі, і у вигляді «чистих» послуг, які не отримують у вигляді речі самостійного буття окремою від виконавця. Він зазначав, що послуга представляє невлівиму частину товару, який поєднує в собі елементи матеріального і нематеріального [177]. У свою чергу, Ф. Котлер так само, указуючи на нематеріальність послуги, приводить визначення поняття – будь-яка діяльність, яку одна сторона може запропонувати іншій; невідчутна дія, що не призводить до володіння чим-небудь. Її надання може бути пов'язане з матеріальним продуктом [165]. У контексті вищевикладеного лежать і сучасні судження. Так, в маркетингових дослідженнях Г. Ассель послуги на відміну від товарів невідчутні [92]. Послуги – це економічна діяльність, пропонована однією стороною іншій в обмін на гроші, час, і зусилля [45]. Є думка, що послуга виникає, коли встановлюється взаємодія між клієнтами і постачальниками послуги / або фізичним компонентом послуги і / або системою, через яку ця послуга поставляється [67]. К. Гронроус описав послугу як процес, в результаті якого результат частково одночасний процес виробництва і споживання. Це визначення вказує на те, що надання послуг і споживання – одночасна

діяльність [29]. Сучасним стандартом послуги визначаються, як підсумки безпосередньої взаємодії постачальника із споживачем і внутрішньої діяльності постачальника по задоволенню потреби споживача. Сучасний економічний словник визначає послуги як види діяльності, робіт, в процесі виконання яких не створюється новий, раніше не існуючий матеріально-речовий продукт, але змінюється якість вже наявного, створеного продукту. Це блага, що надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності [212]. Тут треба зазначити пов'язання воедино у ряду авторів понять «послуга» і «сервіс», «обслуговування», особливо з урахуванням різномовних тлумачень. У цьому дослідженні ми розглядаємо тільки поняття «послуга». Виходячи з наведених вище визначень, варто виділити, що в одних тлумаченнях поняття «послуга», акцент робиться на її нематеріальному, невідчутному характері, в інших же йдеться і про її фізичний прояв. З одного боку автори зазначають послугу, як діяльність пропоновану від однієї сторони іншій, на противагу ним є версії, що послуга одночасно об'єднує надання і споживання. Так само, поняття «послуга» в економічному сенсі, на відміну від філософських, соціальних бачень, не наділяється певними якостями, а є абсолютно нейтральною категорією і у ряду вчених взаємопов'язаної з поняттями «товар», «продукт». Як видно з аналізу існуючих тлумачень, немає однозначності у визначенні поняття послуга. Продовжимо дослідження категорії у фінансовому руслі і постараємося максимально точно для нашої роботи представити поняття «банківська послуга» для об'єктивного визначення «управління якістю банківських послуг».

Додамо поняттю «послуга» характеристику «банківська», чого вимагає мета нашого дослідження, і отримаємо ряд невід'ємних понять, а саме: «банківський продукт», «банківський товар», а так само «банківська операція», які іноді ототожнюють.

Так підхід Лаврушина О.І. і Головіна Ю.В. полягає у визначенні банківських послуг, як проведення банківських операцій за дорученням клієнта на його користь за певну плату [100]. Вони не роблять предметно-

принципового розмежування між поняттями послуги і операції. Гурьянов С.А., Уткин Е.А. описують банківську операцію, як певну дію або елемент банківської послуги [125]. У свою чергу, поняття банківська послуга і банківський продукт часто є синонімами: банківський продукт розглядається як комплекс послуг з активних і пасивних операцій; банківська послуга визначається як продукт, який задовольняє потреби клієнтів банку [237]. У роботі Масленченкова Ю.С. банківська операція визначається, як впорядкована сукупність дій співробітників банку по задоволенню потреб клієнтів, тобто щодо їх обслуговування. При цьому банківська послуга – це результат обслуговування клієнтів, тобто виконання банківських операцій [178]. Приділяє увагу обслуговуванню і теорія банківського права, розглядаючи «банківську послугу», як обслуговування тих або інших банківських операцій. В той же час в нормативно-правових актах поняття «банківська послуга» підміняється часто терміном «операція». Так в Законі України «Про банки і банківську діяльність» є аналогічні поняття «банківська діяльність», «банківські операції і операції, які на підставі банківської ліцензії банки мають право здійснювати» [207]. Ця ситуація призводить до того, що при ліцензуванні діяльності банку Національний банк України указує в ліцензії перелік банківських операцій, а банки при здійсненні діяльності рекламують і просувають як правило банківські послуги [209].

У ході термінологічного дослідження розглянемо конотацію тобто внутрішнє, найбільш загальне значення слова, а потім денотацію – сукупність предметів, які можуть бути цим словом названі. Це допоможе визначити, що об'єднує ці поняття і точніше сформулювати категорії «послуга» і «банківська послуга».

Термін «операція», в дослідженнях С.Ю. Головина, розглядається, як структурна одиниця діяльності, яка співвідноситься із завданням і з предметними умовами її реалізації [121]. А.Н. Леонтьєвим в теорії діяльності, операції – відносно самостійні акти, зміст яких не відповідає самому предмету потреби, а умовам, в яких він знаходиться. Операції є ні що інше,

як укрупнення одиниць діяльності [171]. Комплексно розкриває термін «операція» і Борисов А.Б. як сукупність дій, процедур, що складають зміст одного акту діяльності [108]. Виходячи з вище викладених положень у подальшому дослідженні прийматимемо «операцію», як найменшу цілісну одиницю технологічного процесу, діяльності як такої.

Відносно поняття «продукт», Сучасний економічний словник дає наступне визначення – результат людської праці, господарської діяльності, представлений у матеріально-речовій формі (матеріальний продукт), в духовній, інформаційній формі (інтелектуальний продукт) або у вигляді виконаних робіт і послуг. Продукт – конкретний результат матеріального або духовного виробництва, що має якості, які характеризують його цільове призначення, і властивості, заради яких він отримується і споживається [212]. У міжнародному стандарті продукт коротко трактується, як результат діяльності або процесів [109]. З позиції маркетингу, продукт – комплекс відчутних і невідчутних властивостей (характеристик, функцій, вигод і використань), призначених для задоволення потреб покупців [237]. Великий економічний словник, розкриваючи поняття і говорячи про банківський продукт, називає його системою документально оформлених процедур обслуговування клієнта [108].

Різноманітність підходів до визначення поняття «продукт» дають можливість виділити постійні, однорідні властивості-характеристики категорії і позначити її як, підсумок якої-небудь діяльності, мета якої задоволення споживчих потреб. Саме на цьому визначенні ми будемо базуватися у продовженні дослідження.

У зв'язку з цим Лозовский Л.Ш., Райзберг Б.А., Стародубцева Е. Б. дають наступне визначення товару – будь-який продукт виробничо-економічної діяльності у матеріально-речовій формі, об'єкт купівлі-продажу, ринкових стосунків між продавцями і покупцями [212]. С.И. Ожегов під товаром так само розуміє продукт, а саме – продукт праці, що має вартість і розподіляється у суспільстві шляхом обміну, купівлі-продажу; взагалі - те,

що є предметом торгівлі [190]. В цілому, аналізуючи поняття «товар» К.Маркс вказував, що це особлива, історично виникла, економічна форма буття матеріальних благ у вигляді речей і послуг [177]. Акцентуємо, що йдеться про речову і нематеріальну формах прояву благ. Товари і їх виробництво виникли при розвитку суспільного розподілу праці, при виникненні приватної власності і засобів виробництва. У той же час, він зазначає, що товаром стає продукт, коли надлишки продуктів праці починають використовувати для обміну [177]. Так, аналіз термінів нашого дослідження приводить нас до виведення визначення «товари»– продукти, що беруть участь у торговому процесі. Важливо, що товари представлені матеріальними продуктами і продуктами, що мають невідчутний характер.

Враховуючи наведені вище семантичні дослідження, вважаємо важливим відзначити, що пряма підміна понять банківський товар, банківський продукт, банківська операція і банківська послуга без спеціальних пояснень, є не зовсім коректною з теоретичної і практичної точок зору, оскільки не виявлено підстав називати визначення номінальними. Вважаємо, можливим розглянути терміни як синоніми, тобто поняття, що мають схоже лексичне значення, у загально описуючих не визначальних випадках.

Принциповим є на наш погляд, що поняття «товар» стосовно до банківської діяльності практично не використовується. У банківській сфері історично застосовується «банківська послуга», хоча лексично «товар», як видно з нашого аналізу, враховуючи надання клієнтові продукту в товарній формі, мало б точніше значення.

На наш погляд важливо розуміти для ефективної реалізації понять, точність їх структури, взаємозв'язаність. Як показало лексичне дослідження усі три категорії, що підміняють «послугу» мають те або інше відображення в ній і, доповнюючи одне одного дають, об'ємне значення і розуміння категорії «послуга» у банківській діяльності. Це з одного боку необхідно для формування повного змісту поняття «якість банківської послуги», але з

іншого – не повинно його нагромаджувати і «засмічувати» сприйняття базової категорії функціональними, уточнюючими аспектами.

Досліджуючи банківську послугу для правильності визначення, вважаємо важливим врахувати проблему однозначності категорії. Згадаймо англійське «service»– послуга, обслуговування. Багато авторів досліджують поняття «якість банківського обслуговування». Так якість обслуговування можна визначити як різницю між очікуваннями клієнта для представлення обслуговування до зустрічі і їх сприйняття обслуговування [4]. Обслуговування – виникає, коли встановлюється взаємодія між клієнтами і постачальниками послуг і / або фізичний компонент послуги і / або системи, через які ця послуга [67].

Ряд авторів роблять акцент на банківському обслуговуванні, хоча назви робіт присвячені комплексно послугі. У цьому ключі Європейська наукова школа на чолі з роботою Гронроуса 1984 року, навіть викликала критику, оскільки виключала фізичне середовище послуги. У цьому ж аспекті освітлюється і якість послуги, іноді, як якість обслуговування. Наприклад, якість обслуговування, як суб'єктивне порівняння, яке проводять клієнти між якістю послуг, які вони хочуть отримати, і тим, що вони насправді отримують [24]. А опитування проведений аналітичною бельгійською компанією NGDATA в 2014 році показав, що обслуговування –«король» і ставиться на перше місце клієнтами при виборі банку (42,2%) в порівнянні з розміщенням банку (24,3%), ефективними онлайн-послугами (22%) і фінансовими ставками (11,5%), пропонованими банком [16]. Так, опитування і дослідження показують значущість обслуговування, яке оцінюють клієнти, проте чи мають насамперед вони на увазі надання послуги, обслуговування їх персоналом або послугу у цілому, в їх розумінні, не уточнюється. Ми у свою чергу пропонуємо приймати якість послуги, як категорію, що включає в себе якість обслуговування. Так, є уявлення про якість, дефізична якість пов'язана з матеріальними аспектами надання послуг, а інтерактивна якість включає інтерактивний характер послуг і відноситься до двостороннього потоку, який

відбувається між клієнтом і постачальником послуг [42]. Якість обслуговування є важливим аспектом в управлінні послугами [14].

Після вище викладеного, вважаємо доцільним для нашої роботи, поняття «банківська послуга» розширити (за межі представлення послуги, як банківського продукту нематеріального характеру), з урахуванням товарної форми результатів операцій. Думаємо логічно вірним і допустимим під банківською послугою розуміти процес здійснення комплексу необхідних операцій для формування «банківського товару», метою якого є задоволення споживчих потреб клієнтів банку.

Отже, ми запропонували відобразити у послугі симбіоз банківських продуктів, як нематеріального, так і матеріального характеру і об'єднати їх у категорію «банківський товар», саме у такому смисловому наповненні пропонуємо використати категорію в подальшому дослідженні щодо управління якістю банківських послуг.

Аналіз літератури показав, опрацювань питання якості банківської послуги досить мало, дослідження більше присвячені питанням складовим або похідним з нашого аналізу, як-то задоволеності клієнтів, відношенню якості обслуговування і задоволеності, виміру якості і тому подібне. Проте навіть з невеликої кількості прикладів видно відсутність єдиного підходу до визначення якості банківської послуги. Так, якість послуги відноситься до сприйняття споживачем різниці між очікуваною і фактичною послугою. При цьому виділяється технічна якість і функціональна. Перше – результат, а друге – процес формування результату [14]. З позиції структури послуги є вчені, що пропонують розглядати її якість як якість банківського обслуговування, яке грає значну роль у визначенні сприйняття клієнтом загальної якості банківських послуг і якість банківського продукту в першу чергу, яке означає різноманітність продуктів і їх якостей. Люїс і Бомс визначили якість послуги як «показник того, наскільки добре поставлена послуга відповідає вимогам клієнтів» [44]. У свою чергу, Джонстон Р. визначив основу якості послуг у банківській сфері, як надійність і безпеку

послуги [38]. Гарбаріно Е., Джонсон М. у банківському контексті звели якість і надійність послуг в довіру клієнтів [23]. Парасураман, Зейтамль і Беррі отримали наступні результати досліджень про концепцію якості послуг: клієнти сприймають якість обслуговування, порівнюючи і протиставляючи свої очікування до того, як вони отримують послугу і своє сприйняття після її отримання. Якщо їх очікування будуть виконані, то послуга, що надається, їх влаштує [57]. Так само й інші автори визначають якість послуг, як різницю між очікуваннями клієнта від надання послуги до зустрічі і її сприйняття після обслуговування. Якість послуг має на увазі два істотні аспекти: задоволеність клієнта і відсутність помилок, допущених співробітниками [4]. Присутні у літературі і узагальнені визначення, наприклад, «якість банківських послуг – нематеріальний актив, який сприяє конкурентній перевазі у банківській сфері» [40].

Отже, як показує аналіз, думки вчених різноманітні і іноді суперечливі. З точки зору технічного підходу до визначення якості банківської послуги, розглядаються вимоги, які пред'являються до послуги, як такої, у тому числі і клієнтські, і відсутність помилок, її надійність і безпека. З позиції структурного підходу розглядається розділення категорії на технічну і функціональну якість послуги, на якість банківського обслуговування і якість банківського продукту. Споживчий підхід відображує категорію, що досліджується, як питання задоволеності клієнта: порівняння очікувань до отримання і сприйняття після надання послуги. Задоволеність клієнтів визначається як результат купівлі і використання продукту і послуг шляхом порівняння клієнтом винагород і витрат на купівлю у відношенні до очікуваного наслідку [79]. По-іншому задоволеність клієнтів – це відсоток від загального числа клієнтів, які повідомили, що придбані продукти перевищили очікування [20]. Проте на наш погляд у викладених наукових підходах недостатньо уваги приділено постачальникові послуги - банку, його ролі і його цілям в просуванні якості послуг. Важливо враховувати, що клієнти і постачальники послуг можуть мати різні уявлення про якість

послуг. На нашу думку, звичайно, принципове значення має задоволені банком або ні очікування клієнтів. Клієнт має певні очікування звертаючись за послугою, а ось сприйняття від послуги виникає у нього після купівлі. Тому, у разі, якщо сприймана ним якість буде рівна або перевершить очікувану якість, можна вважати, що задоволеність клієнта досягнута. Так вчені відзначають, що надання послуги відповідно до очікувань клієнтів і якості обслуговування підвищує конкурентну перевагу бізнесу і допомагає утримати клієнтів [86]. У конкурентній банківській галузі враховується задоволеність клієнтів як суть успіху [70]. Тобто надання банківських послуг, які задовольняють очікування клієнтів формують успішного постачальника послуг, яким задоволені споживачі, – ось найважливіше завдання для постачальника послуг. Банк отримує конкурентні переваги в частині залучення більшої кількості клієнтів, збереження існуючих, тим самим, збільшуючи кількість послуг, що надаються. Це, у свою чергу, розширює можливість використання ресурсів для ефективної, стабільної діяльності і поліпшення підсумкових фінансових показників функціонування банку - реалізації головної мети банківської діяльності.

Таким чином, якість банківської послуги – загальна сукупність характеристик процесу здійснення комплексу необхідних банківських операцій для формування банківського товару, згідно з діючою банківською політикою, які своїм рівнем корисності і прийнятною ціною задовольняють очікування споживача в ступені достатньої для продовження співпраці банк-клієнт, формування ресурсної бази банку, забезпечення фінансових показників банківської діяльності.

Проте сприйняття у клієнтів різне і це показник суб'єктивності якості банківської послуги. Крім того, що упродовж багатьох років сприйняття клієнтами якості обслуговування значно змінилося. Сьогодні якість включає прихильність постійному вдосконаленню і стосункам з клієнтами. Крім того, впровадження нових технологій, поліпшених сервісів і електронних послуг також розглядається як важливі аспекти якості банківських послуг, які

демонструють поліпшені і високоякісні послуги, що надаються клієнтові. Отже, це ті області, на яких банки повинні зосередитися, щоб задовольнити своїх клієнтів. В управлінні послугами якість послуг є важливим аспектом. Одним з чинників, які надають банкам конкурентні переваги, є залучення більшої кількості клієнтів і збереження існуючих. Поза сумнівом, це можливо, тільки якщо досягнута задоволеність клієнта. Оскільки клієнти і постачальники послуг можуть мати різні уявлення про якість послуг при управлінні якістю потрібно максимально зблизити їх представлення для ефективної взаємодії. Банки, які забезпечують якісні послуги для своїх клієнтів, безперечно зможуть збільшити свій прибуток і доходи за рахунок утримання клієнтів [7]. Якість послуг може дати високу віддачу організації, коли це зроблено правильно. Дослідники довели, що надання хорошої якості послуг клієнтам зберігає їх та приваблює нових, а позитивні рекомендації від одного клієнта іншому, покращує корпоративний імідж, і, передусім, гарантує виживання і прибутковість [45]. Так важливість якості послуг ґрунтується на тому, що це попередня умова для утримання справжніх і залучення потенційних клієнтів, для реалізації основної фінансової банківської стратегії. При цьому важливо враховувати, що більшість клієнтів виберуть послуги того банку, де максимально будуть задоволені співвідношенням якість-ціна. А значить надання якісних послуг вимагає продуманого управління ними, яке постійно удосконалюється.

У науковій літературі описуються погляди вчених на проблему менеджменту якості послуг. Виходячи з різноманітності представлених тлумачень, альтернативних думок управління банківськими послугами і їх якістю, та проаналізувавши їх, ми пропонуємо систематизувати позиції вчених у рамках базових підходів.

Прибічники клієнто-орієнтованого підходу відзначають, що в області послуг якість, як правило, визначається клієнтом і управління забезпечує завищену якість вимог і очікувань клієнта. Менеджмент якості має мету задовольнити клієнтів і перевершити їх очікування. Управління якістю має

бути динамічним, що робить його таким, що адаптується до потреб, вимог і очікувань клієнтів [11]. Едвардсон вважає, що концепція обслуговування клієнта формує сприйняття якості і визначає, чи задоволений конкретний клієнт або ні [19]. Дійсно, клієнти мають різні цінності і різні підстави для оцінки; вони можуть сприймати одну і ту ж послугу по-різному. Розуміння чого ж хоче клієнт і здатність його задовольнити – це одне із завдань менеджменту банківських послуг. Гупта А., Чен І. зазначають, що в сучасних умовах інтенсивної конкуренції найважливішу необхідність для банків більш глибоко вивчати клієнтів. Дані про потреби і поведінку клієнтів дозволяють організаціям ідентифікувати ключового клієнта, розвивати стосунки із завтрашніми клієнтами і оцінювати їх майбутні інвестиційні можливості [30]. Так, по клієнт-орієнтованому підходу управління якістю банківських послуг є глибоке динамічне вивченням клієнтів для розуміння і задоволення їх потреб, з метою перевершити споживчі очікування.

Другий підхід, який ми вважаємо доцільним виділити, – технічний. Так, Кеннет Х. Роуз відзначає, що управління якістю гарантує відповідність послуги, що надається. Воно має чотири основних компоненти: планування якості, забезпечення якості, контроль якості і покращення якості [41]. Отже, управління якістю орієнтоване не лише на якість послуг, але і на засоби для його досягнення. Тому управління якістю використовує моніторинг, контроль, аудит якості і процесів, і продуктів. Біліч, Ф., Нето, А. у свою чергу визначає управління якістю, як вдосконалення, зменшення кількості браку і помилок в цілях підвищення ефективності витрат і продуктивності. Так, банківській галузі необхідно підвищити ефективність операційних процесів, щоб впоратися із зростанням міжнародної конкуренції. Банки повинні застосовувати методи управління і контролю якості послуг [10]. З позиції технічного підходу вчені представляють управління якістю, як заходи: планування якості, забезпечення якості, контроль якості і поліпшення якості, а також моніторинг і аудит якості для зменшення помилок і браку при наданні банком послуг.

Є і сегментарні, за своєю суттю тлумачення. Ось, наприклад, процесуальний підхід: послідовні і передбачувані результати досягаються більш ефективно і ефективно, коли діяльність розуміється і управляється, як взаємозв'язані процеси, які функціонують, як погоджена система. Управління якістю складається зі взаємозв'язаних процесів і створює систему. Розуміння того, як результати цієї системи створюються цією системою, дозволяє організації оптимізувати систему і її продуктивність [61].

В ієрархічному підході якість залежить від діяльності, що розвивається на трьох рівнях:

- вище керівництво, яке встановило стратегію якості, політику і завдання якості на довгостроковому плані;
- відділ (начальник відділу), де встановлюються тактика і міри реалізації стратегії через конкретні заходи;
- співники (керівники груп), які діють на оперативному рівні і визначають [35].

При аналізі джерел ми зіткнулися і зі взаємно-замінюваністю понять управління якістю, контроль, забезпечення і поліпшення. Так, банківський контроль означає, що між чинниками прибутковості, зростання і ризику існує хороша гармонія. Контроль якості – це постійна робота по підтримці цілісності процесу для забезпечення надійності досягнення результату. Поліпшення якості відрізняється від контролю якості тим, що ця цілеспрямована зміна процесу для підвищення надійності досягнення результату, а забезпечення якості – це заплановані або систематичні дії, необхідні для забезпечення достатньої упевненості в тому, що послуга задовольняє цим вимогам [165, 181, 216]. На наш погляд ці поняття тісно взаємозв'язані і є невід'ємними структурними складовими управління якістю послуг, для стабільного поліпшення фінансових результатів діяльності банку.

Також звертають увагу на себе альтернативні підходи до управління якістю. Найбільш яскравий, на наш погляд представляє Б. Варзеча, описуючи концепції управління якістю, як сучасні міфи. Процеси з нульовою помилкою

і ілюзія керованості, що виходить з них, пов'язані з гносеологічною проблемою самореалізації. Передусім, складність управління не може бути зведена до єдиного стандарту(математичних) процедур. За її словами, ризики і негативні побічні ефекти управління якістю зазвичай перевищують переваги [81].

Найбільш комплексним, на наш погляд, являється системний підхід. Міжнародний стандарт менеджменту якості ISO 9001:2008, належним чином створює систему, акцентуючись на «вісім принципів управління якістю»: орієнтованість на споживача; лідерство керівництва; залучення співробітників; підхід на основі процесів (процесуальний підхід); підхід на основі систем; постійне удосконалення; ухвалення рішень на основі фактів; взаємовигідні стосунки з постачальниками [179]. Чи інший варіант: «задоволення потреб клієнтів є основою управління якістю». Системне мислення, привносить більше цілісних підходів до якості, тому люди, процес і продукти розглядаються разом, а не як незалежні чинники в управлінні якістю [59]. Таліб Ф. і Рахман З. зазначають, що управління якістю банківських послуг базується на ефективному управлінні складовими: зобов'язання топ-менеджменту, управління персоналом, технічні і важливі системи, орієнтація на клієнта, задоволеності співробітників, культура обслуговування, соціальна відповідальність і самі послуги [74]. Системний підхід при розкритті поняття менеджменту якості банківських послуг розглядає комплексне управління усіма складовими. Люди, процеси, продукти – елементи єдиної системи.

Слід зазначити, що приведені підходи формують односторонні сприйняття досліджуваної категорії. Робиться акцент то на задоволенні потреби клієнтів, то на технічних відповідностях нормам, то на узгодженості заходів в загальному процесі, ієрархії діяльності, системності складових.

Таким чином, управління якістю банківських послуг – спосіб задоволення потреб клієнтів банку шляхом надання високоякісних, безпечних послуг за рахунок системного функціонування взаємозв'язаних

процесів і складових банківської діяльності, з постійними заходами по їх вдосконаленню для досягнення мети отримання конкурентних переваг, поліпшення основних фінансових показників стабільності і ефективності діяльності банку.

Цей підхід на відміну від існуючих розкриває поняття «управління якістю банківських послуг» в єдиному взаємозв'язаному динамічному комплексі. Розширює погляд на управління: від вузької статичної, відбиваючої відповідність стандартам і безпомилковості, до активної категорії, що характеризується постійною модернізацією, і удосконаленням. Пропонований підхід з різних позицій розкриває управління якістю банківських послуг: з клієнтської (задоволення потреб); з технічної (відповідність стандартам якості і нормативним вимогам безпеки); з системної (система взаємозв'язаних процесів); з позиції постачальника послуг (отримання конкурентних переваг і зростання ефективності діяльності банку), при цьому відрізняється від інших тим, що не розглядає їх, як закінчені підходи, а нерозривно зв'язує ці частини в собі, утворюючи макрокомплекс менеджменту якості банківських послуг. Важливою відмінністю цього підходу, вважаємо являється те, що в нім враховується і виділяється, як важлива структурна фінансова складова управління якістю, відбиваючи головну мету заходів менеджменту якості банківських послуг для банку – підтримка основних фінансових показників стабільності та ефективності діяльності банку. Необхідність забезпечення високої якості послуг банку вимагає, щоб банки приділяли увагу усім згаданим вище сторонам і питанням управління якістю. Саме такий цілісний підхід, на наш погляд, формує ефективне управління банківською організацією, забезпечуючи їй безперервні поліпшення в діяльності і зростання підсумкових фінансових показників.

Прагнення установ утримати перевагу на банківському ринку з урахуванням загострення конкуренції ставить питання управління якістю послуг на одно з провідних місць і робить дуже актуальним і необхідним, як

це підтверджують дослідження. Зростання якості банківського менеджменту здатне формувати репутацію довіри і фінансової стабільності банку, створюючи, за рахунок максимального розпізнавання і задоволення їх потреб, шар постійних клієнтів, а значить і акумулювати кошти цих клієнтів, що у свою чергу дає можливість перспективного ефективного розвитку банку. Саме тому визначення концептуальних основ управління якістю банківських послуг в загальній системі менеджменту банку розглядається в даній роботі.

1.2 Еволюція підходів до управління якістю у загальній системі банківського менеджменту в Україні

Підвищення інвестиційної привабливості, активізація інноваційної складової у банківському секторі сприяють формуванню чітких і продуманих конкурентних стратегій у рамках загальних цільових стратегій фінансових установ. Банки починають удосконалювати системи управління, розробляти і впроваджувати нові якісні продукти і сучасні технології надання банківських послуг, намагаючись задовільнити потреби і передбачити очікування клієнтів. Управління якістю стає найважливішою складовою комплексної фінансово-економічної стратегії діяльності і одним з основних напрямків у сучасній системі банківського менеджменту.

Розуміння концептуальних сутнісних характеристик управління якістю, його місце у загальній системі банківського менеджменту, найважливіша умова для побудови ефективної системи управління.

Історія управління якістю розпочиналася з вихідного контролю готової продукції – етапу відбракування. Стрункий механізм управління якістю кожного окремого виробу дала система Ф. Тейлора, датована 1905 р. Ця система встановлювала вимоги до якості продукції у вигляді шаблонів

(інтервалів допусків), названих калібрами. Контроль здійснювався фахівцями (інспекторами). Система Тейлора ввела ділення продукції на якісну і дефектну (брак). Школа наукового управління Тейлора, взята за точку відліку в існуванні управління якістю, стала основою і для загального менеджменту. Система Тейлора включає закони і правила, «які замінюють особисте судження працівника і які можуть бути з користю вживані тільки після того, як буде зроблений систематичний облік, вимір їх»[221].

Проте, контроль готової продукції тільки частина комплексного процесу управління якістю. Як такий початковий етап управління якістю розпочався з 20-х рр. ХХ століття методом побудови діаграм, відомих у всьому світі, як контрольні карти Шухарта. Статистичні методи, запропоновані В. Шухартом, дали в руки управлінців інструмент, який дозволив зосередити зусилля не на тому, як виявити і вилучити непридатні вироби до їх відвантаження покупцеві, як в системі Тейлора, а на тому, як збільшити вихід придатних виробів у техпроцесі [127].

Одним з чудових досягнень практики управління якістю стало створення аудиторської служби якості, яка на відміну від відділів технічного контролю, займалася не вибракуванням продукції, а шляхом контролю невеликих вибірок з партій виробів перевіряла працездатність системи забезпечення якості на виробництві [221].

Ядром концепції забезпечення якості на цій фазі стало: «зберігається головна мета – споживач повинен отримувати тільки придатні вироби, тобто вироби, що відповідають стандартам. Відбракування зберігається як один з важливих методів забезпечення якості. Але основні зусилля слід зосередити на управлінні виробничими процесами, забезпечуючи збільшення відсотка виходу придатних виробів» [127]. Як бачимо, рівень концептуального становлення управління якістю на цьому етапі заклав базові основи, які у подальшому використовувались у побудові менеджменту якості банківських послуг. Спостерігаються сегменти, що виділяються, в управлінні якістю

щодо управління процесом, досягнення якісного результату, формування служб якості – елементи системи.

Слід зазначити, що впровадження концепції забезпечення якості у практику дозволило значно підвищити ефективність виробництва при досить високій якості виробів і послуг, що створило умови для формування глобального ринку товарів і послуг. У той же час, росло розуміння того, що кожен виробничий процес має певну межу виходу придатних виробів, і ця межа визначається не процесом самим по собі, а системою, тобто усією сукупністю діяльності підприємства, організації праці, управління, в якій цей процес протікає. Тому мети, після досягнення цієї межі підвищення ефективності виробництва і підвищення якості виробів, ставали суперечними.

Таким чином, на перших етапах розвитку, управління якістю зводилося у більшій частині до питання якості продукції і відносилось до інженерно-технічного контролю. У той же час, слід зазначити, що проблематика загального менеджменту носила яскраво виражений організаційний характер з соціально-психологічним відтінком. Таким чином варто зазначити, що питання якості у системі загального управління не знаходили відображення. Відсутність їх «перетину і переплетення», як пізніше зазначав Е. Деминг, істотно гальмувало процес розвитку зростання якості і менеджменту на підприємстві [180].

У той час, як демонструє наш аналіз, не було єдиної концепції якості у загальній системі менеджменту. Так, з одного боку, в області управління якістю удосконалювалися методи контролю (контрольні карти В. Шухарта, таблиці вибіркового контролю Г. Доджа і Г. Роминга та ін.), паралельно – у загальному менеджменті складалася «класична адміністративна школа», основними напрямками діяльності якої були:

- опис функцій управління;
- розвиток принципів управління;
- систематизація управління організацією [216].

Дороги управління якістю і загального менеджменту немов би розійшлися. З іншого боку – прикладом зв'язуючого бачення служать принципи продуктивності праці, сформульовані Гаррінгтоном Емерсоном, однією з основ яких був повний, точний, постійний облік (у тому числі – якості продукції), або організаційні принципи Генрі Форда, що спираються на розвинену стандартизацію. У цей же час в менеджменті склалася і «школа людських відносин», пов'язана з іменами Фредерика Херцберга, Елтона Мейо, Абрама Маслоу, що застосовує в управлінні науки про людську поведінку. Доктрина «людських відносин» практично негайно була втілена і в управлінні якістю. [236]

Таким чином, до 50-х рр. ХХ ст. питання якості торкалися технічної сторони процесу і його контролю. Передумови створення нової концепції управління якістю, орієнтованої на задоволення запитів споживача і перетворюючу вдосконалення якості у завдання кожного співробітника організації стали з'являтися пізніше.

Початок активної фази менеджменту якості прийнято відраховувати з 1950 р. Поворотною подією для цього послужили ідеї доктора Е. Деминга, а також Д. Джурана: "Основа якості продукції – якість праці і якісний менеджмент на усіх рівнях, тобто така організація роботи колективів людей, коли кожен працівник отримує задоволення від своєї роботи" [180]. Концепції управління і керівництва якістю, викладені у роботах В.Шухарта, Е.Деминга, Ф. Тейлора зафіксовані в історії циклом Тейлора-Шухарта-Деминга: «Плануй – Роби – Перевірйай – Впливай» (PDCA). Пізніше з'явилася STARS – п'ятиланкова модифікація цього циклу, розроблена у компанії СТА (США):

- постановка цілей;
- обдумування;
- дія;
- аналіз;
- реалізація покращень [216].

Зазначимо, що аналогічна послідовність пізніше, але набагато детальніше, опрацьована, у радянських стандартах при проведенні проектних і конструкторських робіт. Наприклад, у ГОСТ 15.001-88 (версія 1973 року) приведена наступна послідовність розробки і постановки продукції на виробництво:

- розробка технічного завдання;
- розробка технічної і науково-технічної документації;
- виготовлення і випробування зразків продукції;
- приймання результатів випробування;
- підготовка і освоєння виробництва [236].

Далі, з розвитком циклу Тейлора-Шухарта-Деминга, просунулися автори «процесної» модифікації стандарту ISO 9001-2000, хоча і не зуміли відірватися від стереотипу циклу (рис. 1.2)

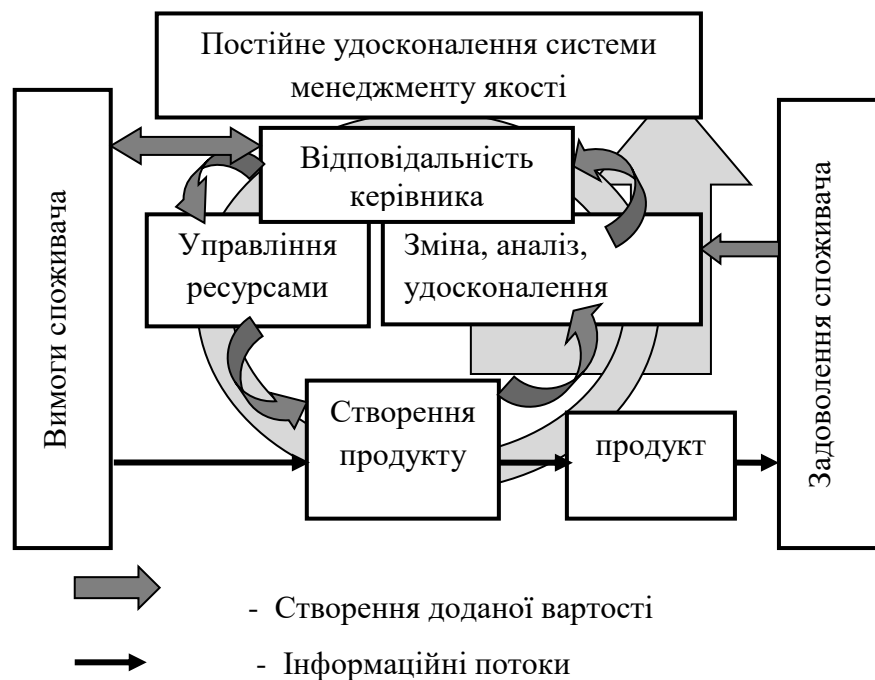


Рисунок 1.2 – Безперервне удосконалення системи менеджменту якості у ISO 9001-2000

Суть стандарту ISO 9001-2000 полягала в застосуванні циклу вдосконалення не стільки до продукту, скільки до компанії [109] **Ошибка!**

Источник ссылки не найден.]. Але тут відразу виникла проблема, яка і відбилася у формулюваннях вимог у різних розділах цього стандарту. Більш-менш відомі споживачі продуктів, вироблюваних компаніями, і їх потреби. Відомі принципи облаштування продуктів і зв'язок їх з характеристиками якості цих продуктів. Дещо відомо про механізми формування потреб покупців. А ось про механізми, що забезпечують оптимальну взаємодію персоналу компанії, відомо мало.

Отже, ідеї циклу Тейлора-Шухарта-Демінга і їх процесна модифікація якісно охопили фундаментальні складові виробничих стосунків, проте комплексність стала характерною рисою тільки наступного періоду становлення управління якістю.

Об'єднала в собі усі напрями управління якістю на підприємстві концепція тотального(загального) управління якістю (TQM). І саме концепція якості, сформована Е.Демінгом що не знайшла спочатку визнання на батьківщині, згодом лягла в основу теорії загального управління якістю, яка отримала широке поширення. У основі цієї системи лежить модель Загального контролю якості (Total Quality Control), запропонована Армандом Фейгенбаумом на початку 50-х років ХХ ст. Під загальним контролем якості Фейгенбаум розумів таку систему, яка дозволяла вирішувати проблему якості продукції, і її ціни залежно від вигоди споживачів, виробників і дистриб'юторів. Фейгенбаум запропонував розглядати якість не як кінцевий результат виробництва виробу, а на кожному етапі його створення [143]. Згідно з цією концепцією, модель загального контролю якості виглядала наступним чином (рис. 1.3.).

Концепція загального управління якістю (TotalQualityManagement) – це філософія організації, яка оснований на прагненні до якості і практики управління, що призводить до загальної якості. Звідси якість – це не те, що доводиться відстежувати або додавати на якомусь етапі виробничого процесу, це сама суть організації [127127].



Рисунок 1.3 – Модель загального контролю якості

Основними цілями TQM є:

- орієнтація підприємця на задоволення поточних і потенційних запитів споживачів;
- зведення якості в ранг мети підприємництва;
- оптимальне використання усіх ресурсів організації.

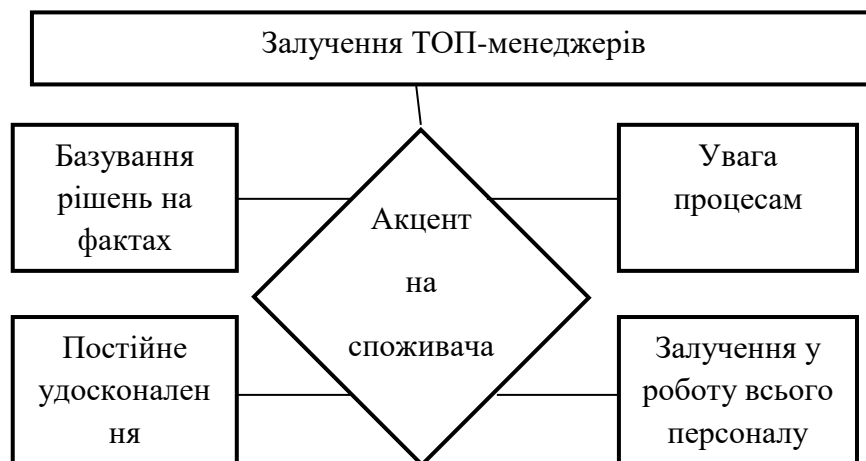


Рисунок 1.4 – Основні елементи моделі TQM

Загальне управління якістю – це принципово новий підхід до управління будь-якою організацією, націлений на якість, оснований на участі усіх її членів (персоналу в усіх підрозділах і на усіх рівнях організаційної структури) і спрямований на досягнення довгострокового успіху за

допомогою задоволення вимог споживача і вигоди як для співробітників організації, так і для суспільства у цілому (рис. 1.4.) [176].

Таким чином, концепція загального управління якістю піднімає на високий якісний рівень систему управління як таку, акцентуючи увагу на принциповій важливості відповідальності за виконання роботи усіх учасників процесу, як запоруку перспективного успіху підприємства і суспільства. Управління якістю, тому є не лише складовою загального менеджменту, але і набуває значення, що характеризує управління в цілому як якісне. У нашому розумінні саме такий варіант комплексної концепції якості можна асоціювати з управлінням банківськими послугами, оскільки загальний підхід дає можливість врахувати прямі та опосередковані етапи формування якісних послуг.

Проведений нами системний аналіз розвитку взаємодії управління якістю і загального менеджменту, наочно показав об'єктивну важливість підсумкового місця концепції управління якістю у системі управління. Саме еволюційний ланцюжок від локального контролю якості до загального контролю якості, а потім від управління технічною якістю до тотального менеджменту якості максимально розгорнуто показав взаємозв'язок категорій і, на підставі досліджень, дозволив сформуванню систему методів менеджменту якості, з визначенням еволюційних стадій, механізмів і інструментів, а також якісних вкладень і досягнень методів. Система методів представлена у табл. 1.1.

Перетин соціально-психологічного і технічного параметрів управління принесли нове бачення поняття управління якістю на підприємстві. Менеджмент якості охопив ті аспекти загальної функції керівництва, яке визначає політику в області якості, цілі і відповідальність, планування, забезпечення і поліпшення якості. Таким чином, найефективніше реалізувати функції менеджменту дозволяє впровадження системи якості, яка пронизує усі сфери діяльності підприємства.

Таблиця 1.1 – Система методів менеджменту якості

Назва методу	Модель методу	Стадія формування у системі менеджменту якості	Основні механізми і інструменти методу	Основні досягнення методу
Система Вихідного контролю готової продукції Ф.Тейлора, початок ХХ ст.	Інженерно-технічний контроль якості	Стадія локального контролю якості	Механізм оцінки якості кожного виробу у вигляді шаблонів. Розділення виробів на придатні і браковані	1. Досконалий технічний підхід до питань якості виробу. 2. Формування жорстких стандартів якості, що виключають особисте судження
Метод діаграм ("Контрольні карти") В.Шухарта, 20-і рр. ХХ ст.		Стадія початкового управління якістю.	Інструмент зростання випуску придатних виробів	1. Зберігається і удосконалюється відбракування, згідно до стандартів якості. 2. Управління виробничим процесом приводить до ефективності виробництва при високій якості виробів.
Доктрина «Людських відносин» Ф. Херцберга, Е.Мейо, А. Маслоу, 50-і рр. ХХ ст.	Загальний контроль якості	Стадія початкового менеджменту якості	Механізм людської поведінки.	1. Управління якістю орієнтується на споживача. 2. Удосконалення якості – задача кожного співробітника організації
Цикл Тейлора-Шухарта, Деминга, 50-і рр. ХХ ст.		Стадія розвитку менеджменту якості	Механізм «Плануй-Роби-Перевірй-Впливай»	1. Поєднання ідей контролю і управління якістю. 2. Якість продукції – якість праці і якісний менеджмент на усіх рівнях. 3. «Кожний співробітник, виконуючи якісно роботу, отримує від цього задоволення»
«Процесна» модифікація стандарту ISO 9001-2000, 50-і рр. ХХ ст.		Стадія об'єднання	Механізм застосування Циклу Тейлора-Шухарта, Деминга до компанії	1. Забезпечення оптимальної взаємодії персоналу компанії – ріст ефективності управління якістю на підприємстві
Концепція Тотального управління якістю (TQM) Е.Деминга, А. Фейгенбаума, 50-і рр. ХХ ст.		Стадія загального менеджменту якості.	Механізм загального контролю якості, залучення усього персоналу	1. Створення комплексного філософського підходу до питань якості на кожному етапі створення виробу і управління, що приводить до загальної якості

Саме вона грає особливу роль інструменту, у бажанні досягти головної мети загального менеджменту – зниження собівартості вироблюваної продукції або послуг при безумовному задоволенні усіх потреб споживача. Отже, суть управління якістю полягає в комплексності системи якості, як сукупності організаційної структури, процедур, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального керівництва і управління, де до роботи в системі якості залучений увесь персонал від вищого керівництва до рядового робітника.

У всьому світі поступово якість продукції перетворилася на основний важіль економічного розвитку багатьох організацій, установ і держав в цілому. У банківській сфері досягнення високої якості продукції, що відповідає вимогам споживача, також стало одним з основних елементів економічної стратегії і важливим чинником ринкового і фінансового успіху, що є визначальним в оцінці значення концепції управління якістю в системі загального менеджменту підприємства. Вітчизняні банки усвідомлюють важливість високої якості діяльності і прямий взаємозв'язок між максимальним задоволенням клієнтських потреб, довгостроковими перспективними партнерськими стосунками з клієнтами і ефективними результатами роботи, а так само зайнятими позиціями на ринку банківських послуг.

Розвиток системи управління якістю банківської діяльності в Україні здобув свої активні начала на рубежі тисячоліть. Процес почався у кінці 1990-х – початку 2000-х років і пройшов декілька етапів свого розвитку у вітчизняній банківській практиці. Ці етапи взаємозв'язані з основними концептуальними підходами до стандартизації якості діяльності підприємства: концепція B2B (business-to-business – бізнес для бізнесу); концепція B2A (business-to-administration – бізнес для регулювання); концепція B2C (business-to-consumer – бізнес для споживача (клієнта)) [221]. При цьому як кожна подальша концепція, включає вимоги попередніх, так і подальші етапи розвитку управління якістю у банківському секторі включали

практичні напрацювання попередніх. Для розуміння сутнісної еволюції управління якістю у банку, розглянемо етапи розвитку детальніше і зробимо висновки.

Концепція B2B (business-to-business – бізнес для бізнесу). Реалізація цієї концепції припускає регулювання стосунків, як із зовнішніми, так і з внутрішніми постачальниками (партнерами), маючи на увазі, що будь-яка співпраця будується за схемою «постачальник – споживач» або «замовник – виробник», а взаємовигідні стосунки між ними – основа подальшого розширення можливостей діяльності організації [221]. Для банківської сфери період, пов'язаний з домінуванням цієї концепції, це період освоєння і ділення ринку, що найактивніше відбувалося у пострадянських країнах до 2002 року. Це етап залучення для обслуговування великих корпоративних клієнтів на основі довгострокового партнерства, формування інвестиційної мережі [158]. Основне завдання побудови стосунків у рамках концепції B2B – підвищення ефективності взаємодії організацій на ринку, і якість тут розуміється як відповідність продукту (послуги) вимогам, деякому допустимому рівню якості, яка встановлюється замовником. Способом оцінки якості є при цьому «аудит другої сторони», тобто перевірка замовником продуктів [221]. Банківські установи, що бажають стати лідерами у своїй області і отримати конкурентні переваги, активно застосовували оцінку замовника, як потужний інструмент впливу і довірчих партнерських стосунків, здатний максимально понизити ризик зриву умов договору, врегулювати усі спірні питання і зробити партнерські стосунки прозорішими. Як відмічає Кох Р., в промисловості першими інструментами реалізації цієї концепції були так звані цехові стандарти. Проте з часом в окремих високотехнологічних галузях число таких стандартів розрослося, що почало створювати труднощі для постачальників, продукція яких повинна була відповідати різним стандартам, наявним у кожного замовника. Тому були розроблені єдині зовнішні стандарти забезпечення якості для окремих галузей промисловості, що дістали назву галузевих стандартів. Згодом

основним інструментом реалізації концепції В2В стали якраз галузеві стандарти, що пред'являють вимоги безпосередньо до якості продуктів. Спираючись на ці стандарти, постачальник товарів і послуг прагне до підвищення рівня задоволеності замовника для підтримки з ним тривалих взаємовигідних стосунків [221]. Проте, зважаючи на специфіку індивідуалізації діяльності банківських установ, нематеріальний характер банківського продукту і базовий період ринкового банківського розвитку галузеві інструменти стандартизації якості знайшли лише дуже обмежене застосування в системі банківських послуг.

Таким чином, на початковому етапі становлення управління якістю у банківській діяльності, коли метою стояло розширення можливостей діяльності установи та довгострокові взаємовигідні партнерські стосунки, якість розумілася, як відповідність продукту, деякому допустимому рівню якості, яка встановлюється замовником. Мало місце поняття оцінки якості банківського продукту замовником, але управління якістю продукту в установі, що його надає, практично було відсутнє.

Концепція В2А (business-to-administration – бізнес для регулювання) розглядає якість як сукупність параметрів, що оцінюються, передусім, державними органами регулювання або на основі законодавства саморегулюючими організаціями. Ця концепція припускає пред'явлення вимог до якості продуктів не лише з боку замовників (як в концепції В2В), але і включає в число параметрів якості вимоги різних зовнішніх контрагентів [221]. У банківській сфері ця концепція мала активний прояв у 2003-2005 р.р. у прийнятті єдиних фінансових стандартів обліку і підготовці до переходу до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і фінансової звітності (МСБУ, МСФО), розробці інструментів управління ризиками (розвитку проекту бюро кредитних історій, хеджування ризиків та ін.), врегулювання багатьох спірних питань у законодавчому порядку (права кредиторів, позичальників та ін.), почався процес інтеграції зарубіжних банків в український банківський простір, що сприяло лібералізації ринку та

розвитку банківської системи у цілому [113]. Формування цієї концепції зв'язують з необхідністю створення надійного захисту широких шарів споживачів від неякісної продукції і послуг. Якість продукції разом з ціною, гарантіями, термінами постачання і сервісом повинна гарантувати її громадську безпеку. Це привело до появи аудиту третьої сторони, або сертифікації, вироблюваної організаціями, що спеціалізуються на оцінці відповідності систем якості міжнародним стандартам. Таким чином, способом оцінки якості діяльності у даному випадку є «аудит третьої сторони», коли компанію перевіряє уповноважений сертифікуючий орган. Ця концепція була реалізована в перших версіях міжнародних стандартів ISO серії 9000 і включала перелік апробованих елементів, необхідних для забезпечення якості. Серед цих елементів – контроль якості вживаних матеріалів, операційний контроль діяльності, різні види випробувань продукції, навчання і мотивація персоналу і т. п. [221]. Слід зазначити, що у банківській сфері контроль якості був реалізований в комплексній програмі розвитку банківської системи України на 2003-2005 рр., спрямованої на оптимізацію її структури, підвищення ефективності банківського нагляду, розширення обсягів і спектру послуг для реального сектора економіки і населення. Завдання програми полягало в створенні обов'язкової міцної основи банківським установам для подальшого розвитку їх якісних стратегій, що забезпечило гарантії для споживачів у фінансовій стабільності банку-партнера – його базовій якості [162].

Розглядаючи другу стадію розвитку управління банківською якістю, коли завдання полягало в створенні надійного захисту широких шарів споживачів від неякісної продукції і послуг, ми звернули увагу, що в процесі активну участь приймає і впливає держава. Розвиваючись, якість розуміється як, сукупність параметрів, що оцінюються, передусім, державними органами регулювання. На перше місце виходить питання безпеки банківських продуктів, з точки зору ризиків, як для їх споживачів, так і для банків. Активно розвивається контроль якості (як базовий рівень управління якістю

банківських послуг), як основи для розробки методології управління якістю банківської діяльності.

В контексті вище написаного, слід зазначити, що на поточному етапі в нашій державі державними банками (банки з державною часткою) вважаються Ощадбанк, Укрексімбанк, Приватбанк, Укргазбанк і УБРР [184]. Враховуючи досвід роботи цих найбільших фінансових установ, економічну, політичну ситуацію та сучасні тенденції на ринку банківських послуг в цілому, регулювання державою діяльність банків акцентується, в першу чергу, на безпеку послуг, що надаються.

Концепція B2C (business-to-consumer – бізнес для споживача (клієнта)) є найсучаснішою концепцією і відповідно до назви визначає в якості пріоритетних критеріїв якості вимоги споживачів продукції. У той же час згідно з цією концепцією успіх організації залежить від розуміння і задоволення потреб не лише кінцевих користувачів, але також і інших зацікавлених сторін, до яких відноситься суспільство в особі державних структур, постачальники і партнери, власники і інвестори, а також співробітники самої організації [221]. Тобто це комплексний підхід, як ми розглядали у попередньому пункті. Тому застосування концепції означає автоматичне виконання вимог попередніх двох концепцій. Визначити чітку часову межу активного розвитку принципів концепції B2C у банківській сфері не представляється можливим. Багато вітчизняних банків і на даний момент часу не будують свої стосунки на її основах. Проте, починаючи з 2005 року, ідеї тісної взаємодії з клієнтами, у тому числі роздрібного сегмента стали частіше відстежуватись в українській банківській діяльності [94]. Ці прояви виражалися в основному у внутрішніх банківських діях. Розробка методології управління якістю, формування базових програм і стандартів роботи з клієнтами, підвищення кваліфікації співробітників, проведення тренінгів і семінарів – дали активний старт банкам на шляху до впровадження загальної концепції управління якістю, що передбачає якісну побудову бізнес-процесів банку, а також комплекс технологій і інструментів,

що забезпечують підвищення прозорості установи і полегшують його взаємодію з клієнтами. Орієнтація на споживача – одна з головних умов досягнення конкурентоспроможності. Один з творців «японського дива» доктор Едвард Деминг пише: «Споживач важливіший, ніж початковий матеріал – бо їх легше змінити, ніж знайти втраченого або нового споживача. Зазвичай набагато легше змінити постачальника, чим знайти нового споживача. А той, хто не є вашим споживачем, хто ще не пробував вашої продукції, ще важливіший для вас, оскільки він передбачає можливого додаткового споживача вашої продукції» [143]. Таким чином головна мета управління якістю на сучасному етапі – задоволення запитів споживачів, а не просто продаж продуктів та послуг, які не мають дефектів.

Підсумовуючи концептуальний аналіз розвитку якісного управління, слід зазначити, що, у зв'язку з прогресивним стрімким розвитком банківської діяльності, відбувалася поетапна зміна основних акцентів управління якістю у банківському менеджменті, яку нам вдалося систематизувати у табл. 1.2.

Поступово фахівці в області менеджменту прийшли до стратегічної орієнтації на споживача, яка забезпечена організаційно, методично і технічно, життєво потрібна кожній фінансовій установі, що функціонує в умовах конкурентного ринку. Успішність банківського бізнесу в цих умовах цілком стала визначатися правильністю розуміння потреб ринку і своєчасними коригуваннями у банківській діяльності при зміні пріоритетів. Тому метою установ ринку банківських послуг стало прагнення відповідати запитам споживачів і прагнути перевершити їх. Слід зазначити, що ця ситуація у вітчизняному банківському бізнесі узгоджується з загальносвітовими тенденціями у розвитку банківського менеджменту, де клієнтоорієнтованість та загальне управління у банківській діяльності стали основними. На сучасному етапі розвитку, взаємовідносини у банківському середовищі, як зазначають учені, складаються у вигляді емоційної прихильності споживача до виробника продукції у зв'язку з максимальним задоволенням своїх вимог [201].

Таблиця 1.2 – Етапи розвитку системи управління якістю у банківській діяльності в Україні

Етап	Базова концепція	Основна ідея	Принципи і особливості періоду	Реалізація концепції українськими банками
I етап 1991 - 2003р.	Концепція B2B (business-to-business - бізнес для бізнесу)	Розширення можливостей діяльності, довгостроков і взаємовигідні партнерські стосунки	Співпраця будується за схемою «постачальник - споживач». Якість - відповідність продукту рівню якості, що встановлюється замовником. Оцінка якості : «аудит другої сторони». Усі учасники банківського сектора наслідують концепцію B2B, для створення базових конкурентних переваг.	ПУМБ: світові стандарти обслуговування клієнтів і управління ризиками, 1992-1994 рр. КБ" Фінансова Ініціатива": стандарти обслуговування і психологія спілкування з клієнтами - 2001-2002 рр. Дельта Банк: стандарти якості банківського продукту – 2003 р. АППБ"Аваль": програми: "Якість обслуговування", "Лояльність вкладників", "Просування клієнтам продуктів мікрокредитування", курси спілкування з клієнтами - 2000-2002 рр.
II етап 2003– 2005 рр.	Концепція B2A (business-to-administration – бізнес для регулювання)	Створення надійного захисту широких шарів споживачів від неякісної продукції і послуг.	У співпраці і оцінці якості активна участь приймає держава. Оцінка якості : «аудит третьої сторони» - держави. Концепція реалізується нормами банківського права. Комплексне впровадження обов'язкових стандартів якості згідно з вимогами державного регулювання діяльності банків.	ПУМБ: міжнародні стандарти обліку і звітності -2003 р. АТ "СБЕРБАНК РОСІЇ" : стандарти обслуговування клієнтів і контролю якості, система моніторингу -2003-2005 рр. Надра банк: стандарт безпеки даних індустрії платіжних карток (PCIDSS) і обслуговування клієнтів -2004-2005 рр. Конверсбанк: сертифікат відповідності нормам якості ISO 9001-2000 - міжнародний стандарт обслуговування клієнтів, 2005 р.
III етап 2006 - 2018 рр.	Концепція B2C (business-to-consumer-бізнес для споживача (клієнта)	Стратегічна орієнтація на споживача	У основі лежить поєднання принципів концепцій B2B і B2A. Стосунки складаються у вигляді емоційної прихильності споживача до виробника продукції. Якість - сукупність вимог споживачів продукції, держави і інших зацікавлених сторін. Спосіб оцінки : «аудит третьої сторони», але для забезпечення вимог споживачів, важливе місце займає самооцінка підприємств. Концепція реалізується заходами по забезпеченню задоволення потреб, контролю якості з боку клієнтів, формування їх довіри і лояльності, передбачення побажань клієнтів.	UniCredit Bank : довгострокова програми поліпшення якості - з 2007 р., сертифікатикращого роботодавця "Top Employer" за високістандартироботи персоналу – 2018 р. ПУМБ: програми: "Тасмний покупець", "Тасмний дзвінок", індекс задоволеності клієнтів (CSI) – 2006 р., міжнародний стандарт інформаційної безпеки PCI DSS -2010 р. Індустріалбанк : програма якості обслуговування – 2009 р. Дельта Банк: Програма «Допоможіть нам стати кращими!» – 2005 р., система контролю і поліпшення якості обслуговування- 2006 р., стандарти якості обслуговування» - 2010 р. Укркомунбанк: програми: «Психотехніка вивчення партнера по спілкуванню» - 2009 р., «Стратегія ділової бесіди» - 2009 р. Конверсбанк : Сертифікат управління якістю TUV – 2006 р., система "Кращий співробітник" – 2010 р., сертифікат від USAID "Знайди те, що шукаєш" – 2016 р. Приватбанк: ОС Corezoid - новації управління бізнес-процесами в корпораціях, мобільний зв'язок Yezzz!, BankID,PrivatMarketта ін. - для зростання лояльності покупців 2015-2016 рр.

Саме тому, з точки зору забезпечення вимог споживачів, разом з державним регулюванням, дуже важливою стає самооцінка рівня якості діяльності установ. Проте, це не зменшує значення підтримки розвитку систем управління якістю з боку держави. Стимулювання розвитку і заохочення в області якості - важливі інструменти перспективної реалізації концепції бізнес для споживача. Безумовно широко відомим інструментом реалізації якісної концепції є міжнародні стандарти ISO 9000: 2000. Проте, на наш погляд, як у найповнішому ступені цей підхід реалізується у преміях в області якості, які у світі широко застосовуються. У вітчизняній банківській сфері таким інструментом міг би стати процес сертифікації якості, який активно застосовується у інших державах.

Таким чином, сучасна система управління якістю банківської діяльності – це комплексна організація діяльності банку, що об'єднує усі основні і супутні сегменти роботи під знаком якості. Мета такої системи управління полягає в якнайповнішому, за допомогою підвищення технічної, соціальної якості, задоволенні потреб клієнтів банку в послугах, що надаються, а перспективне завдання – встановлення довгих партнерських взаємовигідних стосунків між банком і споживачем.

Суть сучасної системи управління якістю обумовлена розумінням значущості споживача, як бази для функціонування банківської установи. У сучасних умовах гіперконкуренції і насиченості банківського ринку однотипними послугами, саме від вибору клієнта залежить ефективність, стабільність діяльності банківських установ, їх досягнення і підтримка підсумкових фінансових показників [91]. Можна сказати, що споживче задоволення стає дуже важливою перевагою, на банківському ринку, де конкуренція приймає усе більш неціновий характер і пов'язана вона головним чином з вибором клієнтом якісного банківського товару, який споживач наділяє рядом властивостей і якостей. Саме ці обов'язкові властивості якісного продукту і повинен реалізувати на практиці банк для задоволення споживчих побажань. При цьому банківські установи мають

свої критерії оцінки якості, які, слід зазначити, істотно відрізняються від критеріїв клієнтів.

З точки зору клієнта критеріями якості, які враховуються в першу чергу у банківському менеджменті якості, виступають: оперативність обслуговування, швидкість здійснення операцій, точність в документації, відсутність помилок, якість консультування, години роботи, територіальне розміщення і навіть можливість автостоянки, репутація банку і інше. При цьому, якість послуг зіставляється з їх цінами.

З точки зору банку якість визначають: швидкість і трудомісткість технологічних процесів, витрати, затрати на виправлення помилок, ефективність і продуктивність праці банківських службовців, кредитні і інші ризики в зіставленні з рівнем витрат на виробництво банківських товарів.

Дійсно, клієнт не знає, та його не цікавить, наскільки багато фінансових, тимчасових, інтелектуальних і трудових витрат банк вклав у ту або іншу операцію. Його цікавить максимальне задоволення особистих вимог при наданні конкретної банківської послуги. Споживач не заглядає за «банківські куліси» і не спостерігає усієї якості підготовчих банківських процесів. Він знаходиться в операційному залі банку і сприймає підсумок банківської діяльності у вигляді надання йому банківської послуги. Власне від того наскільки вона якісна для клієнта і залежатиме його задоволеність банком і його бажання у розвитку перспективних партнерських стосунків з конкретною фінансовою установою, а значить і фінансовий результат банку від співпраці з клієнтом. Тому стратегічне дотримання концепції B2C так актуально на світовому банківському ринку, де банки намагаються не тільки задовольнити поточні усвідомлені потреби, але і за допомогою нових технологій і розвитку передбачити перспективні потреби і адаптувати, спростити їх реалізацію. За даними в 2016 році єдиним українським банківським установою і лідером рейтингу інноваційних компаній в Україні став ПАТ «Приватбанк» [228]. За роки незалежності кількість дослідників в галузі технічних наук, освоєння нових видів техніки, частка інноваційно-

активних промислових підприємств в Україні істотно знизилося. За обсягом інвестицій в дослідження і розробки наша країна займає останні місця у світі. Обсяги вкладень українських менше лідерів – США, Китай, Японія, Німеччина в сотні разів. Це, безумовно, є гальмуючим розвиток моментом у всій економіці і банківській індустрії. Важливість цих роздумів про необхідність перегляду політики в цілях і на користь інноваційного розвитку систем управління якістю послуг в банках України ґрунтується на суті сприйняття якості. Банківські і клієнтські критерії оцінки якості, звичайно, взаємозв'язані – це послідовний ланцюжок, де без певних попередніх дій не буде подальших результатів. Так, наприклад, без сучасних операційних систем не можлива висока швидкість технологічних процесів, а значить, не буде оперативного обслуговування та здійснення операцій, і важко говорити про задоволення споживчих потреб клієнта та впровадженні концепції орієнтованої на споживача. Слід зазначити, що розуміння концепції B2B, обґрунтовує сучасні загальносвітові актуальні тенденції у сфері банківських інновацій, які спрямовані на споживачів. Тим самим вони зобов'язують вітчизняні установи конкурувати саме в такому середовищі і в тій або іншій мірі слідувати новим рішенням.

Посилення конкуренції з боку небанківських установ і розвиток інформаційних технологій стимулювали банки направляти свої зусилля на інтеграцію традиційних і цифрових каналів продаж. Багато банків інвестують в технології, що дозволяють збирати дані і вести комунікації з клієнтом з використанням соціальних мереж, мобільних технологій, геотаргетинга і все активніше використовують дані про купівельну поведінку для просування послуг, утримання клієнтів, формування лояльності для стійких позицій на ринку і зростання фінансових результатів. Незалежний експерт в області фінансових технологій, Кріс Скіннер, зазначає такі основні тенденції у банківській галузі, як монетизація даних (банки вже добре розуміють, що мають велику кількість даних про своїх клієнтів і аналіз їх може послужити для розробки продуктів, що більше персоналізуються, або для консалтингу

нового рівня); активна соціальна взаємодія (аутсорсинг банківських ідей на клієнтів, яким надається можливість самим проектувати і описувати банківські продукти, які цікавлять їх, як приклад, італійський банк Widiba); роботизація фінансових послуг (роботизовані консультанти, супер-комп'ютер Watson від IBM), банкінг речей (напряма схожий на принцип роботи Інтернету речей, де електронні гаманці, прив'язані до клієнтського рахунку, будуть вбудовані в автомобілі, холодильники, лампочки і так далі і ті самі зможуть розплачуватися за послуги при необхідності і без участі споживача). Орієнтація на представників малого і середнього бізнесу – масштабний напряма, коли завдяки партнерству з фінтех-стартапами, банки дістають нові можливості скоринга підприємців і можуть дозволити собі реанімувати цей величезний пласт потенційних клієнтів. А так само переносні платіжні девайси голосові угоди, робота у стилі 24/7 (WeChat, Facebook Messenger, Google Hangouts, Whatsapp) і так далі [88]. Ці тенденції в українській банківській сфері щільно взаємодіють з елементами прямого регулювання діяльності. Періодичні кризові явища економіко-політичного характеру роблять подібні заходи необхідними. Прагнення ж конкурувати на ринку вимагає розвиватися відповідно до європейських і світових тенденцій. Так, українські тенденції орієнтовані на споживчу концепцію, але при цьому державне жорстке регулювання – його обов'язкова складова. До того ж не завжди вітчизняний споживач готовий до світових стандартів, існує «сила старої звички». Наприклад, з вересня 2017 почала діяти постанова НБУ №42, яка передбачає зміни в положенні про здійснення банками фінансового моніторингу по європейським стандартам [96]. Такі нові правила можуть викликати роздратування у клієнтів і створювати дискомфорт працівникам банків. Проте, загалом, це нормальна світова практика, до якої необхідно прийти і синхронізувати українське правове поле з європейськими і світовими стандартами. Є і позитивно-зрозумілі фінансово-правові нововведення. Такі як, нові правила кредитування з червня 2017 року, які стали жорсткіші для банків і одночасно стали прозоріші і зручніші для

рядових громадян-позичальників: обмеження по пенях і штрафам, прозорість реклами, електронний формат договору [223].

Однак, слід зазначити що багато вітчизняних банківських установ, при глибокому зануренні в технічну модернізацію систем, аналіз ефективності праці, використання ресурсів і в інші сегменти операційної роботи банку, недостатню увагу приділяють саме результатам цих банківських процесів. Як ми вище зазначили, саме результати оцінює споживач і, саме вони є конкурентною перевагою на банківському ринку. Результати незалежного дослідження якості надання послуг у банківському середовищі, проведеного компанією R&V Group в 2007 році – фахівця в області соціологічних і маркетингових досліджень, приведені на рис. 1.5, підтверджують низькі показники якості роботи банків з клієнтами. Оцінювалися дев'ять провідних вітчизняних банків: ПАТ «Укрсоцбанк», ПАТ «Райффайзенбанк «Аваль», ПАТ «Приватбанк», ПАТ «Кредитпромбанк», ПАТ «Ощадбанк», ПАТ «Правексбанк», ПАТ «Укрсиббанк», ПАТ «Банк «Фінанси і кредит», ПАТ «Форум» [117]. Команда YouScan в 2014 році визначила наскільки клієнти задоволені обслуговуванням і склала рейтинг українських фінустанов за аналізований період. Найпопулярнішими банками серед користувачів стали ПАТ «ПриватБанк», ПАТ «Дельта Банк», ПАТ «Ощадбанк», ПАТ «VAB» і ПАТ «OTRbank». При цьому найбільше негативних згадок припадає на ПАТ «ПриватБанк», а найменше претензій у користувачів до ПАТ «Дельта Банк». Дослідження показало тенденцію значної переваги негативних відгуків клієнтів над позитивними. Клієнти скаржилися на труднощі з видачею валюти, а також на проблеми з інтернет-банкінгом, на відсутність належного консультування та інше [175]. Наведені дані показують, що навіть через 7 років загальна оцінка споживачем якості знаходиться на низькому рівні, а в деяких банках про якість надання послуг і зовсім складно говорити.

Таким чином, система управління якістю банківської установи, базуючись на взаємовідносинах «клієнт-банк», для ефективного застосування

обов'язково повинна враховувати поєднання якісних інтересів і критеріїв обох основних сторін стосунків.

Як окрему сторону банківських стосунків з функціями контролю, слід виділити державного регулятора. Державна позиція з питання якості, як викладено вище, базується на відповідність того або іншого продукту (послуги) законодавчим і нормативним актам.

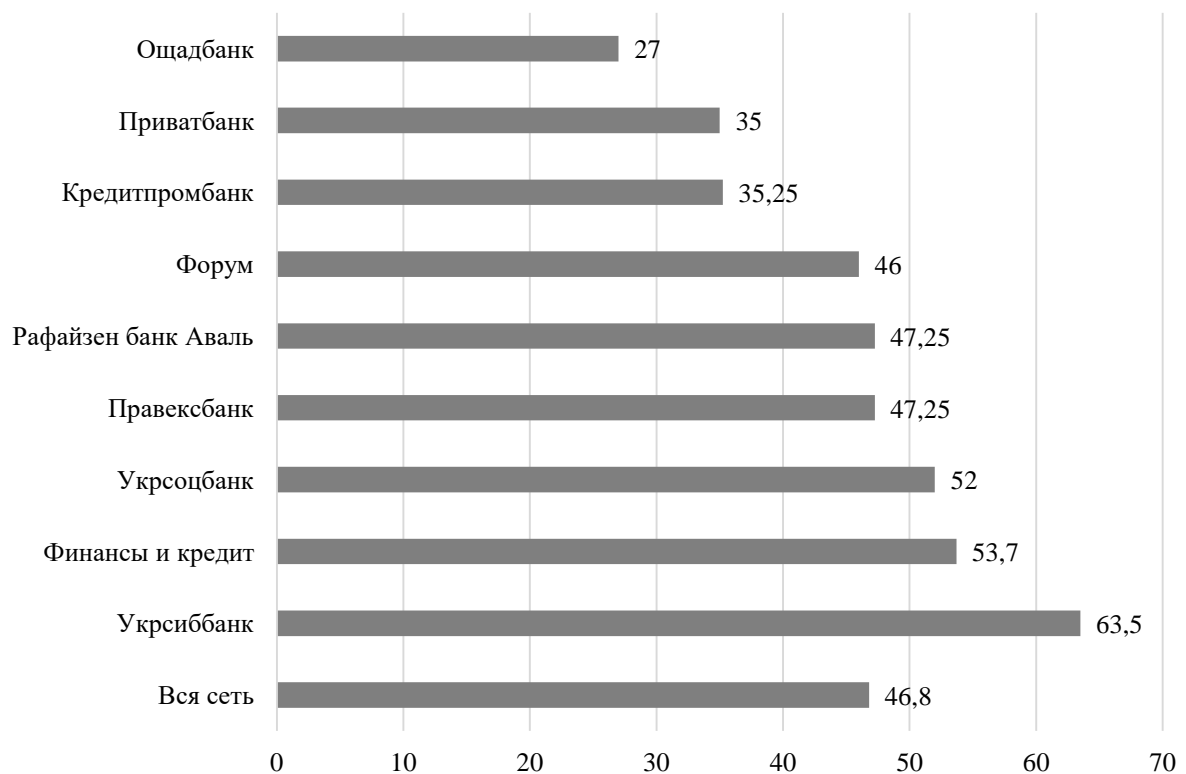


Рисунок 1.5 – Об'єктивна оцінка якості надання послуг у банку

Аналізуючи поточну стратегію управління якістю банківських послуг в українському бізнесі, слід зазначити кардинальні зміни останніх років. На початку 2014 року банківська система України нараховувала близько 180 банків, обслуговуючих населення близько 42,5 млн. чоловік. Впродовж трьох подальших років їх кількість була скорочена до 92 банків. Такі наслідки викликані кризою в економіці України на фоні нестабільної політичної ситуації, що вплинуло як на банківську систему в цілому, так і на кожен окремий банк. Так, в ході всесвітнього економічного форуму, який пройшов

у Швейцарії на початку 2017 року, експерти оприлюднили рейтинг найконкурентоздатніших країн світу – «Global Competitiveness Report». При цьому найбільш стабільними були визнані банки Швейцарії, США, Сінгапуру, Голландії та Німеччини. А фінансові установи України розташувалися на останньому 81-му місці (з 137) [219]. Процес «очищення» в Україні завершився в Приватбанку, одному з найбільших кредиторів країни, який був націоналізований і рекапіталізований державою у кінці 2016 року. Але говорити, на нашу думку, про стабілізацію ситуації в українському банківському секторі рано. Регулюючий державний апарат рекомендує покращувати бізнес-моделі і управління, піднімаючи питання операційної ефективності і кредитного ризику [77].

Починаючи з весни 2014 року НБУ став посилювати регулювання банківського сектора. Введені наступні законодавчі зміни: заборона на дострокове закриття термінових депозитів, встановлення фізичним особами лімітів на купівлю іноземної валюти, посилення контролю над операціями з пов'язаними сторонами, посилені вимоги до прозорості структури власності банків, визначення особливостей корпоративного управління у банках, ліміти на обов'язковий продаж валютної виручки експортерами і т. д. Також були введені позитивні для банків зміни у порядок оподаткування операцій по прощенню боргу.

У стадії розробки багато нормативних актів, спрямованих на відновлення довіри між позичальниками і кредиторами, удосконалення системи гарантування вкладів і виведення неплатоспроможних банків з ринку, а також акти, що регулюють капіталізацію і реструктуризацію банків. Програма реформування припускає прийняття більш ніж 40 законів і адаптація понад 50 директив Європейського Союзу. Активізувалася тенденція надання лояльніших умов обслуговування кредитів. Розвиваються програми кредитування з кредитними канікулами і грейс-періодом або з можливістю відхилення від графіку платежів на незначний період. Банки готові підтримати клієнтів при виникненні фінансових складнощів і

відповідно модернізувати діючі програми кредитування з урахуванням високого рівня ризику неповернення. В Україні також набирає оберти глобальна тенденція кастомізації сервісу і пропозиція додаткових послуг, прив'язаних до кредитної карти, яка створює додаткову цінність для клієнта [189**Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.**]. Вивчаючи поведінку користувача і його переваги, банки розвивають додаткові сервісні функції, що допомагають клієнтові скористатися послугами банку найбільш зручним способом. Проте, аналізуючи світові тренди, треба зауважити, що вони набагато попереду українських тенденцій. Вітчизняним банкам доведеться дуже постаратися для завоювання позицій на світовому банківському ринку. Але світовий досвід показує, що комплексний підхід до реформування і очищення банківського ринку сприяє оздоровленню і підвищенню стійкості фінансової системи країни, а це необхідна основа для подальшого розвитку.

Лев Дорф, помічник віце-президента – аналітик Moody's, говорить, що найближчим часом, поки загальний об'єм проблемних активів українських банків залишатиметься високим, стійке зростання ВВП залежатиме від їх фінансових показників і приведе до поступового скорочення непрацюючих кредитів. Так само очікується, що банки повернуться до прибутковості з 2017 року на фоні нижчих витрат на надання послуг [51]. Таким чином, на сучасному етапі для української банківської системи первинні все ж питання «виживання», жорсткого регулювання з боку контролюючого органу: базова фінансова стабілізація, подолання кризових проявів, досягнення стійких показників діяльності; і лише потім – прагнення до зростання конкурентоспроможності, робочих результатів, вдосконаленню управління якістю банківських послуг. Необхідно акцентувати, що розглядається виконання показників банками в основному шляхом строгої мінімізації витратної частини, а не за рахунок приросту ресурсної бази, в результаті підвищення якості послуг, що ще раз свідчить про актуальність на сьогодні концепції B2A (business-to-administration – бізнес для регулювання). Концепція B2C (business-to-consumer – бізнес для споживача (клієнта), на

наш погляд, незаслужено, не висвітлюється в сучасних умовах. Думаємо, вона актуальна, але декілька в іншій інтерпретації категорії «якість банківських послуг».

Слід зазначити, що в умовах нестабільної економічної ситуації, споживачами якість банківських послуг сприймається у першу чергу, як безпека, рівень довіри до банку, його надійності, а вже потім оцінюються умови банку з тих позицій, що задовольняють побажання споживача. Тому клієнти орієнтуються на рейтинги банків за фінансовими показниками при виборі якісного банку-партнера, особливо при вкладенні або, скажемо, передачі в управління коштів у банк. Тому банки, що займають провідні місця по рівню залучення коштів, ймовірно, можуть іменуватися в умовах сучасної ситуації лідерами щодо якості банківських послуг. Проте, вважаємо важливим зазначити, що банки, які займають перші місця по залученню кредитних портфелів, на наш погляд об'єктивніше і обґрунтовано можна називати фаворитами системи якості банківських послуг. З позиції рейтингу щодо кредитів банки демонструють привабливість для клієнтів, у першу чергу, умовами послуг, що задовольняють їх споживчі потреби, – економічно правильними в умовах стабільної економіки. Питання довіри, безпеки безумовно актуальні, але не визначають суть клієнтських потреб, а лише регулюють з позиції обов'язкових нормативних гарантій відношення банк-клієнт.

Враховуючи найважливішу підсумкову фінансову мету управління якістю банківських послуг – зростання фінансових результатів, вважаємо потрібним для аналізу, так само оцінити їх рівень. Ці показники у стабільних ринкових умовах – критерій оцінки рівня управління якістю банківських послуг. А в сучасній ситуації в українській банківській системі – один з елементів комплексної оцінки рівня менеджменту якості.

Вважаємо за доцільне розглянути і зіставити рейтингові банківські показники залучення, розміщення коштів і підсумкові фінансові результати. Ми згрупували дані і оформили в зведену рейтингову таблицю (табл. 1.3),

провідних банків 2015-2017 рр. Нас цікавили абсолютні дані показників банків, лише для визначення зайнятих ними місць у рейтингах, для подальшого зіставлення позиції за якістю послуг банків у частині коштів, що залучаються (депозити), розміщуються (КІП – кредитно-інвестиційний портфель) і рівнем фінансових підсумків, як результатом ефективного менеджменту якості банківських послуг [218].

Таблиця 1.3 – Зведена рейтингова таблиця показників якості банківської діяльності за 2015-2017 рр.

	Банк	Серпень 2015 р., місце			Серпень 2016 р., місце			Травень 2017г., місце		
		КІП	Депозити	ФР	КІП	Депозити	ФР	КІП	Депозити	ФР
1	Приватбанк	1	1	5	1	1	4	1	1	2
2	Ощадбанк	2	2	82	-	-	-	-	-	-
3	Сбербанк	3	8	80	2	6	61	-	-	-
4	Промінвестбанк	4	9	83	-	-	-	-	-	-
5	Альфа-банк	5	5	74	4	3	2	3	3	22
6	Райффайзен Банк Аваль	6	3	81	3	2	1	2	2	1
7	ПУМБ	7	4	77	-	-	-	-	-	-
8	Укрсоцбанк	8	6	84	5	4	59	6	4	51
9	ОТП Банк	9	7	78	7	5	3	4	5	3
10	ИНГ БанкУкраина	10	18	1	6	14	5	9	13	8

Примітка: «-» – банки, щодо яких немає інформації у рейтингу; КІП – кредитно-інвестиційний портфель; депозити – депозити фізичних осіб і юридичних осіб; ФР – фінансовий результат.

Як видно з рейтингових порівняльних даних, ситуація розділилася на декілька позицій. Банки під номерами 2,4 і 7 не включатимемо в оцінку, зважаючи на обмеженість даних, через реорганізацію і інші дії. Другі банки демонструють наступні тенденції: 1,6,9,10 – досить збалансовані показники за аналізований період, будь то перші позиції рейтингу, як у ПАТ«Приватбанк» і АТ «Райффайзен Банк Аваль», або стійкі середні рівні, як у АТ «ОТП Банк» і ПАТ «ИНГ БанкУкраина». Вважаємо за можливе

говорити про рівень управління якістю банківських послуг, як про об'єктивно високий і стабільний, що базується на концепції B2C (business-to-consumer – бізнес для споживача). Падіння ж рівня фінансового результату в період 2015 р. зіставимо з активною фазою політико-економічної кризи, що слід враховувати, при оцінці менеджменту в цілому.

Позиції банків під номерами 3,5,8 дещо інші, через неможливості банками досягнути високих підсумкових показників. Припускаємо, що з-за нестабільної політичної і економічної ситуації на ринку банківських послуг з урахуванням участі іноземного капіталу, у цих банках менеджмент їх базується на концепціях B2B (business-to-business – бізнес для бізнесу) і B2A (business-to-administration – бізнес для регулювання), тобто акцент робиться на відповідність продукту, деякому допустимому рівню якості і виконанню вимог регулятора діяльності. Звичайно, варто зробити акцент на доцільності об'єднання концепцій в комплексне бачення управління якістю банківських послуг з урахуванням вимог споживачів, а отже і підсумковими фінансовими показниками, при цьому в кожному банку впровадження системи формуватиме єдину взаємодію по досягненню головних цілей, а значить і рейтинги за представленими вище показниками діяльності будуть або досить близькими, або простежуватиметься збалансована рейтингова тенденція.

Отже, не зменшуючи ролі держави в регулюванні банківської діяльності, можемо резюмувати, що ефективна сучасна система управління якістю у банку базується на умілому поєднанні критеріїв оцінки якості споживача і фінансової установи з обов'язковими якісними вимогами з боку держави. При цьому надання банківської послуги, що задовольняє якісні інтереси клієнта, має бути основою банківської діяльності, за можливості, всупереч чинникам зовнішнього середовища, що виступають проти.

Таким чином, можна підсумовувати, що система управління якістю банківських послуг в розрізі глобальної мети створення конкурентоздатного банку на фінансовому ринку, наділена перспективними і оперативними завданнями в управлінні якістю, які фінансова установа формує, виходячи з

прерогативних цілей на конкретному етапі свого розвитку. Такі завдання можуть виражатися в диференціації клієнтської бази, залученні і утриманні клієнтів, вихованні клієнтів банку або самого банку, боротьбі з чиновницьким свавіллям, вихованні партнерських стосунків та ін. Усі ці цільові прояви банківського менеджменту якості послуг спрямовані на задоволення клієнтських бажань і потреб, з метою довгострокових перспективних стосунків, які забезпечують постійні ресурси банку, фінансову стабільність, безпеку діяльності, стабільні фінансові показники і конкурентоспроможність на ринку банківських послуг.

Слід зазначити, що перспективні завдання створюють базу для розробки стратегій в системі управління якістю банківських послуг. У комплексній системі менеджменту банку, на сучасному етапі, відсутні чіткі механізми, на основі яких вказані стратегії повинні розроблятися, впроваджуватися і взаємодіяти між собою для досягнення спільної стратегічної мети менеджменту якості банківських послуг. Виграють на ринку ті банки, які уміють максимально гнучко і швидко реагувати на зміни в політичній і економічній ситуаціях. Саме тому, на наш погляд, систему управління якістю банківських послуг слід детально аналізувати і постійно удосконалювати необхідними складовими для її злагодженості і більшої ефективності в застосуванні. Розгляд і характеристика цих елементів будуть приведені у наступних розділах дисертаційного дослідження.

Отож, у висновку виділимо, що еволюція соціально-економічних стосунків, стрімкий розвиток фінансового сектора, загострення конкуренції у банківському бізнесі, що динамічно розвивається, посприяли перегляду концептуальних підходів і методологічних основ у менеджменті банківської діяльності. Успішна робота сучасного банку визначається результатом формування довгострокових перспективних взаємовигідних стосунків з клієнтами. Саме тому, орієнтація на споживача, максимально якісне задоволення його вимог і побажань, і оперативна реакція на їх зміни стає найважливішою складовою конкурентної стратегії і важливою перевагою у

банківському бізнесі. Розробка і впровадження системи управління якістю банківських послуг, піднімає на високий якісний рівень систему менеджменту як таку, акцентуючи увагу на принципах об'єднання під знаком якості усіх банківських процесів, як запоруки перспективного успіху взаємовідносин банківської установи з клієнтами, реалізації його фінансових цілей, стратегічного розвитку конкурентоздатного позиціонування на банківському українському ринку.

1.3 Концептуальні засади розробки системи управління якістю банківських послуг з урахуванням забезпечення досягнення результатів діяльності банку

Сучасний етап розвитку конкурентних відносин у банківському секторі свідчить про необхідність визначення найбільш важливих факторів, що обумовлюють вибір клієнтами банку для обслуговування. Результати наукових досліджень у напрямку визначення ролі цінових факторів, місця розташування банку, репутації, надійності, якості послуг при прийнятті клієнтом рішення щодо вибору банку засвідчують, що останнім часом якість банківських послуг є найбільш важливим фактором з позиції як клієнтів так і фінансових менеджерів. Так, П. Тернбул і М. Гібс [76] за результатами опитування 388 корпоративних клієнтів банку визначили, що серед дев'яти запропонованих критеріїв перше місце було віддано якості послуг, у той час як на другому місці опинилися відразу два фактори – ціна послуг та рівень персоналу. При цьому найнижчі оцінки отримали репутація та зручність розташування банку. М. Зінелдін [87] у своїх останніх наукових роботах підтверджує, що якість послуг та система обслуговування мають найбільш важливе значення для клієнтів банку, у той час як розташування, реклама та цінові параметри мають міноритарний ефект, що спостерігалось також і у

його попередніх дослідженнях. Враховуючи все вищезазначене, можна стверджувати, що при забезпеченні ефективного управління банком на сучасному етапі система управління якістю послуг має не менш важливе значення ніж система фінансового менеджменту.

Розробка системи управління якістю банківських послуг має поєднувати концептуальні аспекти якості банківських послуг та організаційні засади банківського менеджменту, що дозволить визначити місце даної системи в загальному управлінні банку, алгоритми застосування заходів, спрямованих на управління якістю та організаційні зв'язки між функціональними підсистемами забезпечення якості. При цьому варто відмітити той факт, що в сучасній науковій літературі відсутнє єдине розуміння як трактування системи управління якістю банківських послуг так і підходу до її організації та застосування у банківській діяльності, що вимагає узагальнення існуючих поглядів на окремі аспекти управління якістю банківських послуг та систематизації ключових елементів, які знаходять своє відображення в процесі такого управління шляхом розробки концептуальних засад системи управління якістю банківських послуг.

При розробці концепції управління якістю банківських послуг слід приймати до уваги сукупність принципів, на яких ґрунтується її побудова. Аналізуючи сучасні наукові підходи до їх визначення варто розглянути принципи управління якістю в банках, узагальнені Н. Греньюком з урахуванням міжнародних та національних стандартів якості послуг, яка поєднує наступні позиції:

- орієнтація на клієнтів – розуміння поточних та перспективних потреб клієнтів, їх задоволення та прагнення до перевищення очікувань споживачів;
- лідерство – визначення мети та корпоративного духу банку з боку лідерів, які забезпечують залучення всіх співробітників банку до єдиного розуміння цілей організації та підтримки внутрішнього середовища;

- залучення персоналу – використання всіх компетенцій співробітників у просуванні організації;
- процесний підхід – управління діяльністю та пов'язаними з нею ресурсами як процесом;
- системний підхід – визначення, розуміння та управління пов'язаними між собою процесами як системою, спрямованою на досягнення цілей організації;
- постійне удосконалення – загальною метою діяльності організації має бути постійне покращення загальної продуктивності;
- обґрунтованість рішень – прийняття рішень на основі аналізу даних та інформації;
- взаємовигідні відносини з контрагентами – створення цінностей для організації та її клієнтів/постачальників через побудову взаємовигідних відносин [34].

Варто відмітити, що зазначений підхід є досить комплексним, однак не враховує окремі параметри існуючих позицій щодо трактування якості банківських послуг та її забезпечення, що зумовило необхідність його удосконалення з урахуванням особливостей побудови системи управління якістю банківських послуг у забезпеченні досягнення результатів діяльності банку.

Нематеріальність банківських послуг обумовлює неможливість визначення об'єктивних кількісних критеріїв їх якості з боку менеджменту, що призводить до необхідності оцінювати якість послуг як відповідність сукупності суб'єктивних критеріїв очікувань та сприйняття з боку клієнтів. Саме тому першочерговим принципом побудови системи управління якістю банківських послуг має бути її клієнтоорієнтованість, оскільки внутрішнє сприйняття якості з боку менеджерів не завжди відображатиме реальні пріоритети клієнтів банку.

У той же час, у комплексі з клієнтоорієнтованістю варто приймати до уваги також принцип стандартизації, дотримання якого забезпечує

формування єдиного уявлення про якість послуг на рівні банку, що спрощує процедуру їх надання та забезпечує задоволення більшості потреб клієнтів.

Необхідним фактором забезпечення контролю за ефективністю функціонування системи управління якістю банківських послуг є вимірність її об'єкта, що розуміється як сукупність критеріїв, що визначають якість банківських послуг, та критеріїв, що визначають ефективність роботи складових даної системи. Саме тому необхідним принципом побудови системи управління якістю банківських послуг має виступати формалізація, тобто застосування інструментів трансформації якісних характеристик у кількісні їх індикатори.

Важливість ролі системи управління якістю банківських послуг у загальній філософії функціонування банку свідчить про неможливість її реалізації як окремого аспекту банківського менеджменту, що вимагає дотримання принципу залученості всіх підрозділів та співробітників банку до досягнення єдиної мети визначеної у його місії як задоволення потреб клієнтів.

Мінливість зовнішнього ринкового середовища обумовлює необхідність застосування гнучкого банківського менеджменту, що при побудові системи управління якістю банківських послуг має відобразитися у дотриманні принципу безперервності її функціонування, який передбачає постійне удосконалення методів та інструментів управління якістю послуг.

Аналізуючи особливості менеджменту в банківському секторі варто відмітити той факт, що високий рівень конкуренції та неможливість дотримання банківської таємниці щодо специфіки використання технологій та підходів до обслуговування клієнтів призводять до поширення найкращих практик банків-лідерів серед їх конкурентів, тому з метою утримання конкурентних переваг побудова системи управління якістю банківських послуг має ґрунтуватися також на принципі інноваційності, тобто постійного впровадження як технологічних та продуктових інновацій, так і використання інноваційних підходів до надання банківських послуг.

При розробці системи управління якістю банківських послуг варто приймати до уваги розбіжності у розумінні категорії «якість банківських послуг», а також її проявів. У даному контексті заслуговують на увагу характеристики якості послуг, виокремлені Д. Рейдом та Н. Сандерс [62]:

- відповідність технічним вимогам – реалізація цілей та допущень, передбачених розробниками послуги, при її наданні;
- придатність для використання – рівень відповідності послуги цілям, для яких вона використовується споживачами;
- відповідність ціновим параметрам – відношення цінності послуги для споживача до її вартості;
- підтримка послуги – рівень після продажного обслуговування;
- психологічні критерії – відповідність думці клієнта про якісну послугу.

Слід відмітити, що в основу системи управління якістю послуг може бути покладено як один або кілька підходів до розуміння якості послуги так і комплексну їх інтерпретацію, що, відповідно, впливатиме на рівень ефективності розробленої системи управління. Саме тому важливе значення має чітке формулювання мети управління якістю банківських послуг, а також індикаторів якості функціонування такої системи.

Відповідно до позиції К. Гронроуса [27] існує два типи якості послуги – технічна якість, яка розглядається як результат (те, що споживач безпосередньо отримує від послуги), та функціональна якість, яка розглядається як процес (те, яким чином була надана послуга). При цьому результати емпіричного дослідження Б. Уленжіна [78] засвідчили, що для клієнтів більш важливою є функціональна якість ніж технічна. Поруч з функціональною та технічною якістю також може розглядатися корпоративний імідж банку.

У той же час, інший підхід, запропонований А. Парасураманом, В. Зейтамль та Л. Бері [58] та розвинутий іншими дослідниками, передбачає трактування якості послуг як розриву між очікуваннями та сприйняттям

клієнтів. При цьому у роботі, присвяченій розробці концептуальної моделі якості послуг [56], автори відмічають наявність п'яти типів розривів між оцінкою якості послуг з боку споживача та надавача послуг:

- розрив між очікуваннями споживачів та сприйняттям з боку менеджменту – фактори, які мають важливе значення у забезпеченні якості послуги з точки зору менеджменту компанії, не завжди відповідають пріоритетам споживачів, у той час як не всі значимі для клієнта компоненти можуть прийматися до уваги надавачами послуг;

- розрив між сприйняттям з боку менеджменту та специфікацією якості послуг – технічні складності надання послуг у відповідності до усвідомлених менеджментом очікувань споживачів, викликані ринковими та ресурсними обмеженнями або браком відповідальності;

- розрив між специфікацією якості послуг та наданням послуги – невідповідність фактичного надання послуг встановленим компанією стандартам чи технічним характеристикам, яка виникає через брак компетентності персоналу, проблемитехнічної підтримки тощо;

- розрив між наданням послуги та зовнішніми комунікаціями – невідповідність рекламної інформації реальним умовам надання послуг (завищені очікування споживачів) або відсутність поінформованості клієнтів про особливості процесу забезпечення якості послуг (сприйняття лише видимих ефектів обслуговування);

- розрив між очікуваними послугами та отриманими послугами – оцінка якості послуг з боку споживачів формується на основі співставлення очікувань та фактично наданої послуги (при цьому високі очікування обумовлюють нижчу оцінку якості, у той час як низькі очікування сприяють більш високим оцінкам якості).

Слід відзначити, що дані розриви є важливими параметрами, які варто враховувати в процесі розробки системи управління якістю банківських послуг через їх контроль та мінімізацію на кожному етапі.

Важливу роль в ефективному функціонуванні системи управління якістю банківських послуг відіграє належним чином організована підсистема забезпечення. Відмітимо, що традиційно у фінансовому менеджменті банку виділяють наступні види забезпечення:

- нормативне забезпечення, яке складається з зовнішнього (законодавчого) та внутрішнього (інструкції, методичні вказівки, нормативи банку);
- інформаційне забезпечення, представленого сукупністю звітів, а також інформації, що передається між підрозділами;
- технологічне забезпечення;
- кадрове (трудове) забезпечення [98].

Аналізуючи особливості забезпечення системи управління якістю банківських послуг варто відзначити, що нормативне забезпечення може бути представлено переважно внутрішньою складовою, тому його доцільно розглядати як методичне забезпечення, яке складається з внутрішніх критеріїв щодо якісних характеристик банківських послуг (специфікації послуг), інструкцій для персоналу, стандартів надання послуг, що використовуються банком (як розроблених банком так і міжнародних) тощо.

У той же час, інформаційне забезпечення має важливе значення для формування критеріїв якості банківських послуг та оцінювання їх дотримання. При цьому у контексті системи управління якістю банківських послуг дану підсистему доцільно розглядати у двох аспектах – внутрішня звітність підрозділів щодо дотримання основних методичних вимог забезпечення якості послуг та результати оцінювання якості послуг з боку клієнтів. Поруч з цим, у процесі управління якістю банківських послуг варто звертати також увагу на релевантність інформації, що потрапляє у користування клієнтів у вигляді рекламних матеріалів та інформаційних матеріалів пов'язаних з послугою, що також є невід'ємною складовою належним чином побудованої підсистеми інформаційного забезпечення.

Технологічне забезпечення в системі управління якістю банківських послуг набуває важливого значення на сучасному етапі розвитку та характеризується високим рівнем використання новітніх технологій, що дозволяють розширювати доступність та комплексність надання послуг та, відповідно, кращим чином задовольняти потреби клієнтів банку. В умовах необхідності забезпечення конкурентних позицій банку значної ролі набуває автоматизація процесів обслуговування та, відповідно, прискорення швидкості надання послуг, широкий спектр послуг, які можуть бути надані з використанням e-banking та через мережу банкоматів. У той же час, саме належним чином організована підсистема технологічного забезпечення дозволяє підтримувати безпеку банківських транзакцій, уникати технологічних збоїв при наданні послуг, а також забезпечувати конфіденційність та захист персональних даних.

Враховуючи нематеріальний характер банківських послуг, кадрове забезпечення у системі управління якістю банківських послуг доцільно розглядати з точки зору здатності співробітників банку розуміти та задовольняти потреби клієнтів, їх компетентності, адаптивності та лояльності.

У свою чергу функції системи управління якістю банківських послуг доцільно розглядати у контексті загальних функцій банківського менеджменту, якими традиційно визначають планування, аналіз, регулювання та контроль [116, 238].

Функція планування реалізується шляхом визначення загальних цілей управління якістю послуг, розробки системи заходів по підвищенню якості банківських послуг, а також встановлення цільових індикаторів якості.

Реалізації функції аналізу передбачає дослідження думки клієнтів, співставлення критеріїв якості з боку споживачів та менеджменту, визначення відповідності фактичних результатів встановленим цільовим параметрам, дослідження пріоритетності критеріїв якості послуг,

трансформацію якісних параметрів у кількісні, а також визначення зв'язку якості банківських послуг з результатами банківської діяльності.

Функція регулювання в системі управління якістю банківських послуг проявляється через зміну складу та рівня цільових індикаторів управління, застосування системи мотивації персоналу, впровадження заходів по удосконаленню системи управління якістю послуг та підвищенню якості банківських послуг.

Реалізація функції контролю передбачає моніторинг рівня якості банківських послуг, що надаються, виявлення відхилень від визначених стандартів та причин їх виникнення.

Варто відмітити, що численні наукові напрацювання підтверджують наявність прямого зв'язку між якістю банківських послуг та результатами його діяльності. Так, А. Сотеріу та Я. Ставрінідес [71], К. Морал [52], Ф. Холл [31] розглядають якість банківських послуг як основну конкурентну перевагу банку. Колектив авторів на чолі з Л. Бері [8], а також Б. Льюїс [43] до того ж, відмічають, що якість банківських послуг є основною детермінантою зростання прибутковості банку.

Безпосереднім результатом управління якістю банківських послуг виступає приріст обсягу наданих послуг за рахунок таких складових:

- поява нових клієнтів банку, внаслідок як маркетингової діяльності, так і рекомендацій від існуючих клієнтів;
- скорочення відтоку існуючих клієнтів навіть у випадку зростання цінових характеристик чи появи альтернативних продуктів у інших банках;
- розширення спектру послуг, що використовуються існуючими клієнтами банку.

У той же час загальний результат функціонування системи управління якістю послуг для банку може бути визначений двома типами індикаторів – нефінансовими та фінансовими.

Узагальненим нефінансовим індикатором діяльності комерційного банку можна вважати його ділову репутацію, яка відповідно до різних

підходів може бути визначена як «...динамічна характеристика його поведінки, що формується в суспільстві протягом досить тривалого періоду часу...» [160], «...сукупність нематеріальних активів та складається з іміджу, бренду та репутації...» [104] або «...сукупність економічних активів та джерело прибутку для організації...» [170].

При цьому в загальному розумінні складовими ділової репутації вважають бренд як товарний знак банку, імідж як уявлення стейкхолдерів про банк, а також репутацію як сукупність оцінок про банк [170]. У той же час, серед факторів, що визначають ділову репутацію, дослідники виокремлюють якість обслуговування, поведінку персоналу по відношенню до клієнтів, рекламну політику та довіру до банку [160, 243]. При цьому емпіричні дослідження підтверджують, що найбільш високий вплив на ділову репутацію банку мають саме параметри управління та характеристики продуктів чи послуг, що свідчить про необхідність її розгляду як індикатора, на підвищення якого в тому числі впливає функціонування системи управління якістю банківських послуг. Оцінювання ділової репутації може відбуватися як безпосередньо шляхом опитування зацікавлених осіб, у результаті чого здійснюється рейтингування банків, так і з урахуванням фінансових індикаторів його діяльності, що свідчить про наявність тісного взаємозв'язку нефінансових та фінансових результатів управління банком.

У той же час, варто відмітити, що ділова репутація банку виступає переважно фактором залучення нових клієнтів, тоді як з метою утримання існуючих клієнтів (які формують більшу частку прибутку банку) результативним індикатором доцільно розглядати лояльність клієнтів, яку розуміють як «... стан розуму та емоційне ставлення замовника до товарів та послуг, а також раціональну оцінку попереднього досвіду...» [12] або «...ступінь вірності споживача до певного бренду, яка виражається через їх повторні покупки незалежно від маркетингового тиску, спричиненого конкуруючими брендами...» [6363]. При цьому факторами, що визначають лояльність клієнтів, поруч з параметрами загального сприйняття ринку та

індивідуальних характеристик споживачів, які не залежать від банку, дослідники визначають також загальний рівень задоволення, якість обслуговування та емоційне ставлення до банку [55], які виступають результатом ефективного функціонування системи управління якістю банківських послуг.

У той же час, у процесі розробки системи управління якістю банківських послуг необхідно мати на увазі забезпечення її кінцевого впливу на фінансові параметри діяльності банку з метою забезпечення підтримання необхідного для власників банку та відповідного регуляторним вимогам рівня ключових фінансових індикаторів його діяльності.

Відповідно до підходу Н. В. Тарасевич [238] існує дві основні цілі, на які має бути спрямований фінансовий менеджмент банку:

- забезпечення прибутковості банку з метою підтримки його життєдіяльності, задоволення інтересів власників та збереження вкладених коштів
- забезпечення достатнього рівня надійності банку для підтримання його стабільного функціонування, що відповідає вимогам фінансового регулятора.

Основними показниками прибутковості банку в економічній літературі вважаються прибутковість активів (ROA) та прибутковість капіталу (ROE), які розраховуються через співвідношення отриманого прибутку до середнього обсягу активів або капіталу банку. Поруч з цим результативність діяльності банку можна розглядати через параметри чистої процентної маржі або чистої непроцентної маржі, що оцінюються через співвідношення різниці між процентними/непроцентними доходами та витратами до активів банку. При цьому варто відмітити, що в цілому приріст обсягу послуг, наданих банком внаслідок зростання їх якості, буде впливати на всі складові зазначених індикаторів. В основі розрахунку показників надійності банків України визначено економічні нормативи, встановлені Національним банком України [208], які включають:

- нормативи капіталу (мінімального розміру регулятивного капіталу; достатності (адекватності) регулятивного капіталу; достатності основного капіталу);
- нормативи ліквідності (миттєва ліквідність; поточна ліквідність; короткострокова ліквідність);
- нормативи кредитного ризику (максимального розміру кредитного ризику на одного контрагента; великих кредитних ризиків; максимального розміру кредитного ризику за операціями з пов'язаними з банком особами);
- нормативи інвестування(інвестування в цінні папери окремо за кожною установою; загальної суми інвестування).

Серед зазначених індикаторів можна відслідкувати зв'язок управління якістю банківських послуг з нормативами капіталу через показники нерозподіленого та поточного прибутку. Окрім того, скорочення відтоку коштів клієнтів призводить до мінімізації ризику ліквідності банку, що також можна розглядати результатом управління якістю банківських послуг.

Приймаючи до уваги вище викладені положення, концептуальне бачення системи управління якістю банківських послуг можна представити у вигляді рис. 1.6. Відмітимо, що особливості реалізації та спрямованості системи управління якістю банківських послуг визначаються сукупністю принципів, одночасне дотримання яких має забезпечуватися.

Об'єктом управління має виступати якість послуг як узагальнене в сукупності критеріїв її спільне бачення як з боку менеджменту банку так і з позиції клієнтів. При цьому мета управління якістю банківських послуг має розглядатися у контексті загальних цілей банківської діяльності, тобто, максимізація якості банківських послуг розглядається як проміжний результат, що визначає покращення кінцевих цільових показників функціонування банку. Мета системи управління якістю банківських послуг визначає розуміння специфіки її втілення в основних функціях банківського

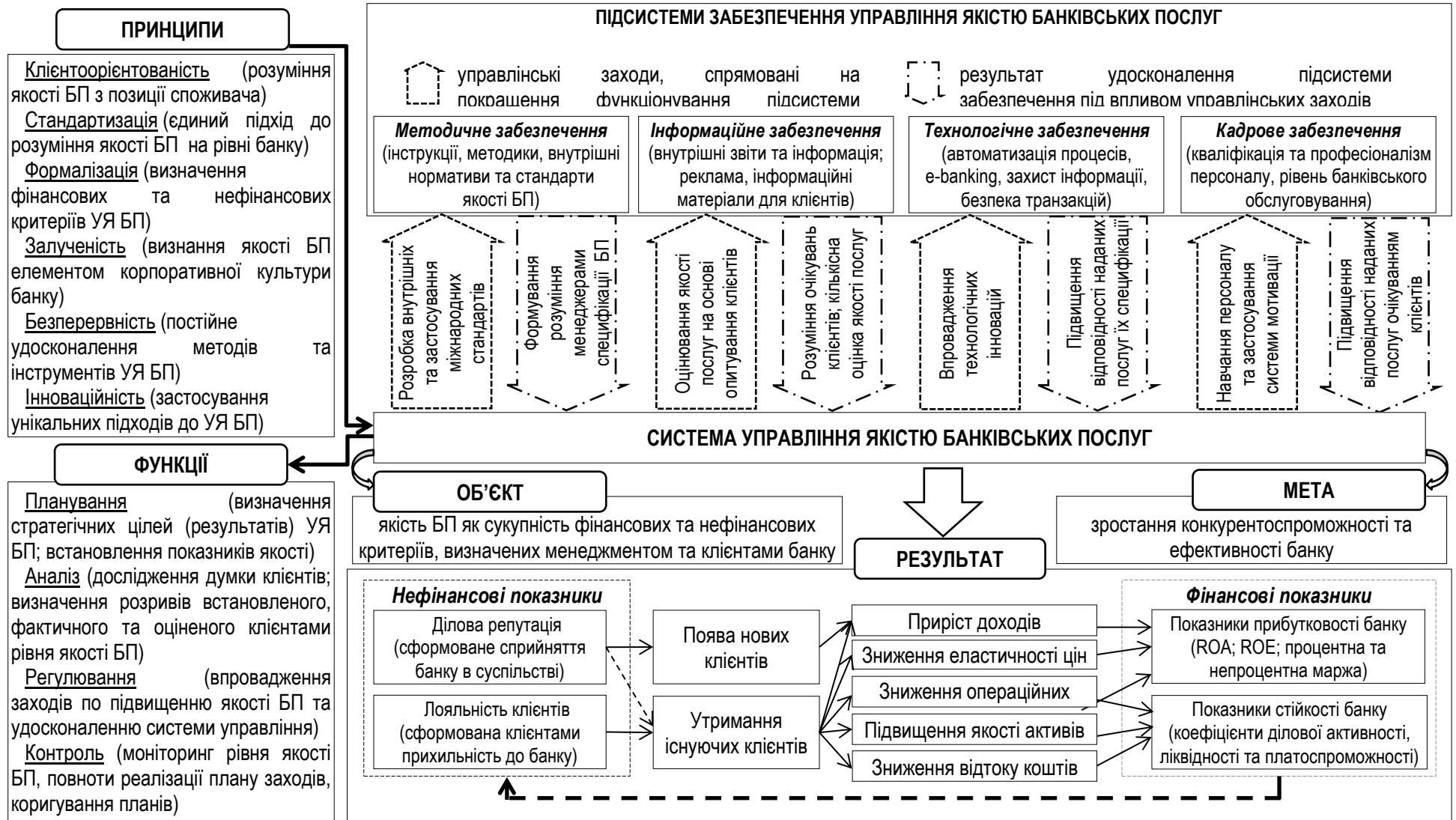


Рисунок 1.6 – Логіко-структурна схема побудови системи управління якістю банківських послуг

менеджменту, реалізація яких проявляється у сукупності заходів, спрямованих на ефективну роботу підсистем забезпечення якості банківських послуг.

Застосування системи управління якістю банківських послуг передбачає використання чотирьох основних типів забезпечення, управління функціонуванням яких має бути спрямоване на скорочення основних типів розривів між очікуваннями та результатом надання послуг, які визначають рівень задоволення клієнтів банку. Отже, з метою скорочення розриву між очікуваннями клієнтів та розумінням якості послуг з боку менеджменту необхідною складовою формування інформаційного забезпечення має бути проведення опитування клієнтів щодо якості послуг, результати якого використовуються як для формалізації індикаторів якості послуг з метою моніторингу їх в динаміці, так і для визначення пріоритетних характеристик якості послуг з боку споживачів, які мають бути покладені в основу розуміння якості послуг в банку та розробки їх специфікації у вигляді стандартів. У той же час, розроблені стандарти не завжди можуть бути реалізовані належним чином, що вимагає дотримання інноваційного підходу в управлінні технологічним забезпеченням, результатом якого виступає раціоналізація використання наявних ресурсів та досягнення більш високого рівня відповідності наявним стандартам.

Важливим фактором, що впливає на дотримання встановлених стандартів виступає також кадрове забезпечення. Саме тому управлінськими заходами, спрямованими на його покращення, мають бути навчання персоналу та формування єдиного розуміння корпоративної культури, спрямованої на покращення обслуговування клієнтом, а також розробка системи мотивації дотримання встановлених стандартів та інструкцій з боку співробітників банку. При цьому підвищення якості роботи персоналу пов'язане також зі скороченням розриву між очікуваннями та сприйняттям клієнта щодо якості банківських послуг.

Підсумком ефективної роботи системи управління якістю банківських послуг має стати отримання кількісного зростання результативних індикаторів, на досягнення яких вона спрямована. Слід відзначити, що два типи показників функціонування банку, які можуть бути покращені шляхом управління якістю банківських послуг, знаходяться у тісному взаємозв'язку. Так, традиційно маркетинговий підхід до управління якістю передбачає досягнення більш високого рівня таких суб'єктивних характеристик організації як ділова репутація та лояльність клієнтів. Однак, даний результат не є кінцевим, оскільки його можна розглядати як фактор розширення клієнтської бази банку. Причому, відмітимо, що на окремі напрямки зростання клієнтської бази чинять вплив різні нефінансові індикатори. Так, ділова репутація є параметром, на який звертають увагу переважно споживачі банківських послуг на етапі вибору банку для обслуговування чи при зміні надавача банківських послуг, тобто ті клієнти, які не мають власного досвіду та орієнтуються на загальні оцінки. У той же час, існуючі клієнти банків можуть визначати рівень лояльності до банку, який відображає їх бажання надалі використовувати пропоновані банком послуги навіть при зміні окремих умов надання послуг, орієнтуючись на попередній позитивний досвід співробітництва з банком. При цьому варто відзначити, що ділова репутація також може бути фактором впливу на позицію існуючих клієнтів у випадку прийняття рішення щодо використання інших послуг певного банку, ніж ті, що були придбані раніше.

Таким чином, основними напрямками управління якістю банківських послуг є, з одного боку, управлінські заходи в рамках кожної з чотирьох підсистем забезпечення якості, спрямовані на зростання ефективності їх функціонування, а з іншого боку, контроль взаємозв'язку та пошук оптимального співвідношення зусиль, спрямованих на покращення фінансових та нефінансових індикаторів якості банківських послуг.

Висновки до розділу 1

1. Систематизація наукових досліджень до трактування сутності понять «якість», «банківська послуга», «якість банківських послуг» засвідчила неузгодженість існуючої термінології. У роботі «якість» розглядається як загальна сукупність характеристик продукції (послуги, роботи), що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція (послуга, робота) при своєму використанні (за призначенням) задовольнить потреби споживача у кожній з сфер його життєдіяльності за прийнятну для нього ціну, «банківська послуга» – як процес здійснення комплексу необхідних операцій для формування «банківського товару», метою якого є задоволення споживчих потреб клієнтів банку. Відповідно «якість банківських послуг» розглядається як загальна сукупність фінансових та нефінансових критеріїв процесу здійснення комплексу необхідних банківських операцій для формування банківського товару, згідно з діючою банківською політикою, які своїм рівнем корисності і прийнятною ціною задовольняють очікування споживача в ступені достатньої для продовження співпраці банк-клієнт, формування ресурсної бази банку, забезпечення фінансових показників банківської діяльності.

2. Аналіз наукового доробку з питань трактування сутності поняття «управління якістю банківських послуг» дозволив систематизувати наявні визначення у рамках п'яти підходів: клієнто-орієнтованого (цільовим показником є очікування клієнта), технічного (моніторинг і аудит якості для зменшення помилок в обслуговуванні клієнта), процесного (управління якістю в межах кожного з взаємопов'язаних процесів), ієрархічного (визначення стратегічних, тактичних та оперативних орієнтирів якості банківських послуг на різних рівнях менеджменту), системного (комплексне управління кадровим, процесним та продуктовим компонентами системи

управління якістю банківських послуг). В той же час, існуючі підходи є фрагментарними та не забезпечують одночасного врахування ключових аспектів управління якістю банківських послуг.

3. Управління якістю банківських послуг запропоновано розуміти як спосіб задоволення потреб клієнтів банку шляхом надання високоякісних, безпечних послуг за рахунок системного функціонування взаємозв'язаних процесів і складових банківської діяльності, з постійними заходами по їх вдосконаленню для досягнення мети отримання конкурентних переваг, поліпшення основних фінансових показників стабільності та ефективності банку. Перевагами запропонованого підходу порівняно з існуючими є дуальність суб'єктів та мети управління якістю банківських послуг (задоволення потреб для клієнтів та фінансове зростання для банку), динамічність розвитку управління якістю банківських послуг (постійне удосконалення системоутворюючих процесів), врахування мети управління якістю банківських послуг – зростання конкурентоспроможності та ефективності банку.

4. Аналіз еволюції впровадження концепцій управління якістю банківських послуг відповідно до трансформації підходів банків України до розуміння власних стратегічних ринкових пріоритетів дозволяє виділити такі три основні етапи: I етап (1991-2002 рр.). Стратегічний пріоритет банків: створення базових конкурентних переваг на засадах концепції B2B (business-to-business); домінуючий критерій якості банківських послуг: їх відповідність тому рівню, який встановлений замовником («аудит другої сторони»); II етап (2003-2005 рр.). Стратегічний пріоритет банків: формування систем захисту інтересів широкого кола споживачів на засадах концепції B2A (business-to-administration); домінуючий критерій якості банківських послуг: їх відповідність стандартам ведення банківської діяльності («аудит третьої сторони»); III етап (2006-2018 рр.). Стратегічний пріоритет банків: орієнтація на споживача на засадах концепції B2C (business-to-consumer); домінуючий

критерій якості банківських послуг: лояльність клієнтів банку («аудит третьої сторони» та системи зворотного зв'язку).

5. Забезпечення ефективності управління якістю банківських послуг потребує розроблення узгодженої за цілями, процесами та ресурсами ієрархічної системи. В роботі обґрунтовано основні принципи її побудови, визначено функції системи управління якістю банківських послуг, які узгоджуються з традиційними положеннями банківського менеджменту, виокремлено підсистеми забезпечення управління якістю банківських послуг та в межах кожної підсистеми – управлінські заходи, результати їх застосування та фінансові і нефінансові показники управління якістю банківських послуг. Систему управління якістю банківських послуг доцільно формалізувати у вигляді логіко-структурної схеми.

Основні положення першого розділу дисертаційної роботи опубліковано автором в роботах [128, 129, 130, 132, 134, 136].

РОЗДІЛ 2

РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ЗАСАД ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

2.1 Аналіз тенденцій конвергенції підходів до визначення цін банківських послуг як передумови становлення системи управління їх якістю

Основним завданням цінової політики комерційного банку є отримання максимального прибутку при запланованому обсязі продажів, шляхом встановлення цін на різні банківські продукти і їх зміною залежно від ринкової кон'юнктури. Таким чином цінова політика забезпечує довгострокове задоволення потреб клієнтів шляхом оптимального поєднання внутрішньої стратегії розвитку банку і умов зовнішнього середовища у рамках довгострокової маркетингової стратегії. У свою чергу, як ми зазначали у попередніх пунктах роботи, управління якістю банківських послуг у рамках нецінової політики, є не що інше, як майстерність задоволення потреб клієнтів банку шляхом надання високоякісних, безпечних послуг для формування конкурентних переваг, поліпшення основних фінансових показників стабільності і ефективності діяльності банку. Логічно вважати, що єдина мета цінових і нецінових факторів банківської послуги, в тому, що вони покликані задовольняти потреби клієнтів і сприяти отриманню прибутку. Задоволення споживчих потреб неодмінно створює між банком і споживачем систему взаємовідносин «клієнт-банк», де надання банківських послуг здійснюється за дорученням клієнта, на його користь і за певну плату. Тобто як зазначав Головін Ю.В., необхідно пам'ятати суб'єктивність сприйняття якості послуги клієнтом, що при супроводі ціновими параметрами, доповнюється постійним аналізом співвідношення «якість-ціна-результат» [122]. Мета банку створити цінову конкурентну перевагу обґрунтована і виправдана. Проте, її пріоритетність

може показувати відносну банківську зацікавленість у подальших взаємовідносинах з клієнтом і привести до недовгої взаємодії з останнім в майбутньому. Задоволеність клієнта створюється у результаті особистого його переконання в тому, що поєднання цінових і нецінових параметрів вибране ним вдало. А це означає, що визначивши для себе прийнятну ціну на послугу, клієнт чекає передбачуваної їм для себе якості її виконання. Що у свою чергу, зосереджено не лише на технічній, але і на комунікативній стороні надання послуги. Якщо перша визначається різноманіттям послуг, що надаються банком, параметрами їх виконання, то, друга - чисто людським відношенням до клієнта (не лише широтою посмішки операціоніста, але і готовністю піти на деякий ризик заради зручності клієнта) [239].

Отже, банки для залучення клієнта роблять акцент на цінову і нецінову складові своєї політики. Проте, останнім часом питання якості банківських послуг стало частіше підніматися учасниками банківського ринку. Багато банків розуміють, що неціновий фактор має активний вплив у боротьбі за клієнта і його, ймовірно, необхідно враховувати у сучасних банківських програмах і в цілому в стратегії управління діяльністю фінансово-кредитної установи. Необхідність управління якістю банківської послуги, як неціновим чинником у загальній банківській політиці ми пропонуємо оцінити у цьому пункті нашого дослідження і зробити висновки про його сучасну значущість і актуальність у комплексній банківській системі управління.

У авторському визначенні якість банківської послуги полягає в комплексі необхідних банківських операцій, які своїм рівнем корисності і прийнятною ціною задовольняють очікування споживача для перспективної співпраці і фінансового розвитку банку. Ціна і якість дуже важливі в задоволенні клієнта. При цьому важливо, що поєднання цих характеристик послуги ще важливіше. А значить надання якісних послуг вимагає продуманого, постійного удосконалення управління ними. Тим самим при рівних банківських цінових пропозиціях акцент на якісні критерії, можемо припустити, створюватиме конкурентні переваги фінансовій установі.

Питання ціни послуги – це ціла система ціноутворення. У розрізі досліджуваної нами проблематики, важливо зазначити, що, по-перше: ціна не повинна бути неприйнятною (високою) для споживача - послідує закономірний відтік клієнтів; по-друге: ціну не можна робити неприйнятною (низькою) і для банку - скорочення доходів, невиконання фінансових показників. Ціна має бути збалансованою на шляхах якісної сторони, конкурентоспроможності на ринку і забезпечення зростання підсумкових фінансових показників діяльності банку.

З урахуванням вищевикладеного, і для демонстрації важливості взаємодії, пропонуємо авторське моделювання результатів діяльності банку, можливі варіанти взаємодії факторів «ціна-якість».

Отже, варіант А - це новий учасник банківського ринку і його політика:

- Висока ціна / висока якість: 1 - акумуляція клієнтів, орієнтованих на ціновий фактор, поступовий розмірений приріст клієнтів, орієнтованих на неціновий фактор і тих клієнтів, що враховують ризики (досить великий прошарок споживачів, навіть з урахуванням ефективності нецінової конкуренції); 2 - бросова конкурентна перевага, що вимагає додаткових конкурентних переваг для підтримки позицій; 3 - короткострокове отримання великого прибутку.
- Висока ціна / стандартна якість: 1 - акумуляція клієнтів, орієнтованих на ціновий фактор - невеликий шар клієнтів; 2 - уявна, можливо короткострокова, конкурентна перевага, поки споживач не відчує відсутність інших, окрім як процентна ставка, переваг, гарантій і зручностей; 3 - відносні короткострокові доходи, ймовірно тимчасовий учасник ринку банківських послуг.
- Стандартна ціна / стандартна якість: 1 - поступове монотонне напрацювання клієнтської бази; 2 - відсутність видимих конкурентних переваг; 3 - проміжна стадія становлення установи, подальший розвиток вимагає руху у напрямку підвищення якості (додаткові

послуги інтернет банкінгу, зручні умови обслуговування клієнтів(24 години) та ін.) або демонстрації цінових переваг.

- Стандартна ціна / висока якість: 1 - поступове напрацювання клієнтської бази, активно працюють відгуки та думки друзів, рідних і знайомих; 2 - поступова демонстрація нецінових конкурентних переваг, за допомогою усвідомлення клієнтами рівня якості; 3 - перспективне формування міцних стійких позицій на ринку - хороша база стратегічної політики для формування статусу в очах споживачів "постійного надійного учасника ринку послуг фінансово-кредитних установ"; 4 - стабільно зростаючі доходи і розвиток банку.

Варіант Б - це постійно діючий учасник банківського ринку і його політика :

- Стандартна ціна / висока якість*: 1 - акумуляція бази клієнтів; 2 - постійна конкурентна перевага; 3 - отримання понад доходів, формування "бази розвитку"; 4 - демпінг, рух до монополізації на ринку.
- Висока ціна / висока якість**: 1 - постійний приріст нових клієнтів; 2 - стабільність і зростання конкурентоспроможності; 4 - стабільна привабливість для клієнтів; 5 - оперативне зростання доходів, фінансових показників і стратегічний розвиток фінансової установи.
- Стандартна ціна / стандартна якість***: 1 - поточна лояльність клієнтів, поточний відтік клієнтів; 2 - статична конкурентоспроможність банку; 3 - середня привабливість для клієнтів; 4 – пасивне надходження доходів, яке забезпечується раніше створеним іміджем фінансової установи.
- Висока ціна /стандартна якість****: 1 - відтік наявних клієнтів; 2 - падіння конкурентоспроможності; 3 - падіння привабливості для клієнтів; 4 - оперативне короткострокове зростання доходів, з перспективним спадом; 5 - ознаки процесу стагнації в діяльності.

* - "Ідеальний банк" - цільовий стратегічний орієнтир в діяльності кожного банку

** - "Реальний банк" – активnodіючий банк з цілями, спрямованими на "Ідеальний банк". Виключення: "проблемний банк", що отримує останні прибутки.

*** - "Пасивний банк" - пасивно діючий банк, з оперативними цілями. Підтримка середнього рівня фінансової і конкурентної стійкості. Відносно стабільне і середньо стійке положення підприємства. Відсутність антикризових механізмів дій.

**** - "Банк", що в'яне, - варіанти: 1 - установа з адміністративним ресурсом (державні банки з індивідуальними програмами, обов'язковими клієнтами та ін.); 2 - банк, що "допрацьовує", або пливе за течією, вимагає додаткового втручання і регулювання.

Банк у рамках своєї політики, має право дотримуватися тієї або іншої стратегії при формуванні ціни. Різноманітність цінових пропозицій на ринку банківських послуг свідчить про різноманітність банківських установ і їх цілей, які у той або інший період діяльності, з урахуванням загальноекономічної і політичної ситуації в державі, стають для установ першорядними.

У цьому пункті роботи ми провели аналіз динаміки цінових пропозицій на банківські послуги, пропоновані банками України за період 2009-2018рр., результати якого приведені нижче. Мета цього аналізу полягає у розрахунку залежності між обсягами банківських послуг і цінами на них, у визначенні значущості цінового фактора.

У спектр нашого дослідження включені депозити фізичних осіб, беззаставні споживчі кредити фізичних осіб і розрахунково-касові обслуговування (РКО) суб'єктів малого бізнесу. Принцип вибору цих банківських послуг охарактеризований далі у дослідженні. Ми розглянули цінову політику банків у рамках, вибраних нами для аналізу послуг, за останні десять років, формуючи щороку 20 банків, що лідирують за

обсягами досліджуваних банківських продуктів у загальному банківському обсязі (на підставі офіційних даних НБУ). Далі нами були проведені статистичні розрахунки, вивчені тенденції і за підсумковими показниками зроблені результуючі висновки. Статистичні дані та результати проміжних розрахунків представлено у додатках А та Б.

На початку нашого аналізу і приведення розрахунків, для формування комплексності уявлення, пропонуємо тезово розглянути період 2009-2018 рр., його характеристику і оцінку особливостей у рамках банківської діяльності. Цей фінансово-історичний екскурс дозволить нам об'єктивніше представити картину банківського ринку і зрозуміти принциповість і об'єктивність вибору мети цього дослідження.

Конкуренція, основана на цінових важелях в після кризовому 2009 році стала для банків переважаючим джерелом ресурсів. А для клієнтів депозитний вклад став ледве чи не єдиним способом врятувати свої заощадження від інфляції. За перші п'ять місяців споживчі ціни виросли на 7,4%. У той же час для тих, хто оформив на початку року вклад, заробіток склав за ті ж п'ять місяців як мінімум 8,3% при річній ставці 20% річних у гривні, яку пропонують навіть провідні системні банки, не говорячи про 25 акційних відсотків. Цю тенденцію і кореляційний взаємозв'язок підтверджують і наші розрахунки. Споживачів, цікавив у своїй більшості, перспективний доход і безпека з гарантіями фінансово-кредитної установи.

Ситуація з споживчими кредитами, як і в цілому кредитування, перші два роки після кризи 2008 року були обмежені у рамках пропозицій, а враховуючи ризики, серед без заставних споживчих кредитів особливо. Величезні зусилля банків були направлені на роботу з проблемними кредитами, обсяг яких на 1 березня 2009 р. за даними НБУ склав 22,595 млрд. грн. (майже у п'ять разів більше порівняно з 2007 р.), при тому, що доходи банків склали 26,0 млрд. грн. [231]. На провідному місці для банків стояло питання фінансового виживання. Виходячи з цих обставин, банками формувалися стратегічні цілі і реалізовувалися оперативні завдання. Але

навіть при складній економічній ситуації в країні, багато банків намагалися не забувати про комплексне задоволення клієнта і створювати зручні умови для них. Наприклад, щоб не доводилося клієнтам щомісячно ходити у банк і переоформляти договір, був впроваджений універсальний депозит з правом поповнення і зняття коштів.

З 2010 роком період кризових потрясінь змінився відносною економічною стабільністю, що у свою чергу викликало більше довічне відношення громадян до банківської системи і як наслідок, помітно збільшився приплив вкладів і інтерес вкладників до тривалих депозитів на термін 12 і більше місяців. При цьому упродовж всього 2010 року щомісячно знижувалися ставки на депозитах фізичних осіб – за рік в середньому знизилися на річних гривневих вкладах з 22% до 14%, у валюті з 8-9% до 4-5 % річних. Приплив грошових коштів на банківські вклади зберігся і в 2011 році, депозити як і раніше залишалися найпростішим і привабливішим методом збереження своїх заощаджень для клієнтів. Тому, одним з важливих завдань на 2011 рік стало підвищення якості банківського обслуговування вцілому, формування лояльного відношення існуючих і потенційних клієнтів. 2010-2011 роки для багатьох банків йшли з девізом «Курс на якість обслуговування». В умовах зниження депозитних ставок, експерти зазначали, що ціновий чинник відійде на другий план у конкуренції між банками [234]. Споживче беззаставне кредитування у 2011 році пропонувала з кожним місяцем все більша кількість банків, середня ефективна ставка трохи коливалася, але зберігала стабільність, що активізувало клієнтів і дало приріст обсягів виданих кредитів [90].

Ситуація у 2012 році на фінансовому ринку знову була загостреною, проте, незважаючи на кризові настрої фінансового ринку і появу нових проблемних установ, українські вкладники у 2012 році, орієнтуючись на зростання ставок, продовжували нести гроші у банки. За даними НБУ, обсяг коштів фізичних осіб у банках за 11 місяців 2012 року виріс на 51,3 мільярда гривень. Слід зазначити, що окрім високої ставки, притягаючим чинником в

2012-2013 рр. була, на наш погляд, і доступність депозиту. Банки продовжили паралельно ціновим чинникам працювати у напрямі поліпшення нецінових чинників для залучення клієнтів: поліпшення якості сервісу, простота і оперативність оформлення вкладів - стабільно рухаючись у напрямі поліпшення якості банківських послуг, 2012-2013 рр. у споживчому кредитуванні також мали тенденцію зростання. Готівкові споживчі кредити у 2012 році мали найбільший розвиток з 2009 року. Кількість банків-кредиторів готівкою виросла майже на 80%, а число кредитних програм - у два рази. У цей же час середньоринкова вартість без заставних позик збільшилася, деякі з них подорожчали майже в півтора рази. Насиченість ринку без заставних споживчих кредитів з кожним роком дозволяє йому розвиватися, і конкуренція фінансових установ у боротьбі за клієнта ще більше стимулює цей розвиток. У 2013 році банківський сектор активно нарощував обсяги використання можливостей різних інтернет ресурсів для автоматизованого оформлення кредитів, банки пропонують програми із спрощеним пакетом документів, розробляють продукти простіші і швидші, які можна оформити і отримати всього за 1 годину. У другій половині 2013р. було помічено зниження процентних ставок на без заставні споживчі кредити. Так, нецінові чинники конкуренції стали виходити на провідні переважні позиції банківського ринку паралельно з ціновими пропозиціями [244].

У 2014 році, разом з економічною, енергетичною, виробничою і соціальною кризами Україну охопила і банківська. За даними голови Незалежної асоціації банків України Шпека Р.В., неплатоспроможними визнані 78 банків або 30% банківської системи. Показники банківського сектора за період з червня 2014 р. по травень 2016р. за кількістю виданих банками кредитів знизилася у гривні на 22%, а у валюті - на 38%. При цьому кількість проблемних кредитів за цей же період зросла з 14 до 27%. Кількість же депозитів фізичних осіб знизилася у гривні на 16%, а у валюті - в два рази. Міжнародне рейтингове агентство Moody's Investors Service у кінці травня

2015 р. змінило прогноз за станом банківської системи України із стабільного до негативного [99].

За даними НБУ, у 2017 році банківська система закінчила рік зі збитком 24,4 млрд. грн., не можна сказати, що криза минула, але, на думку авторитетних осіб, банківська система однозначно стала показувати ознаки відновлення. Якщо говорити про фінансову стійкість, то з 82 діючих банків 64 фінансових установ закінчили рік з прибутком. Найвищі темпи зростання у 2017 році показав сегмент споживчого кредитування – на 42% [168]. Проте, не можна не зазначити, що геополітична обстановка останніх років негативним чином вплинула на національну банківську систему в цілому: облікова ставка Нацбанку була збільшена, що, природно, привело до різкого підвищення процентних ставок за кредитами і погіршенням процентних ставок вкладів у банках. Тенденція зниження ставок на депозити привела до падіння у багатьох банках нижче 12% у гривні, хоча рік тому ще ці ж банки пропонували 20%. У зв'язку з цим багато споживачів змінили спосіб збереження грошей шляхом вкладень у нерухомість. Ситуація посилилася ще і тим, що доходи громадян почали скорочуватися, тому вони стали відмовлятися від нового оформлення колись популярних ресурсів. Банки, враховуючи, ситуацію, стали отримувати ресурси від НБУ через систему рефінансування, далі вкладаючи їх у державні папери, і так система сама себе змогла забезпечувати [168].

Проте, незважаючи на усі складнощі після кризового періоду, банки все ж продовжують кредитувати і залучати вклади населення. Споживче кредитування є самим високо доходним сегментом і має хорошу диверсифікацію ризиків, а довгострокові депозити по ефективних ставках – ідеальний ресурс для банку. Тому банки активно продовжують розвивати системи управління банківськими продуктами у рамках загальної системи управління банківською діяльністю, розробляючи і впроваджуючи знову і знову інноваційні елементи при формуванні і супроводі стратегії задоволення потреб споживачів.

Отже, перейдемо безпосередньо до розрахунків. У рамках загальної мети і за допомогою статистичного аналізу ми поставили завдання визначити взаємозалежність цінових характеристик кожної з вибраних послуг і питомої ваги банку у наданих послугах в загально банківському обсязі цього виду послуг. Для цього були розраховані аналітичні показники і коефіцієнти: середня розрахункова ставка, медіана, дисперсія, середнє квадратичне відхилення, коефіцієнт варіації, розмах варіації та коефіцієнт кореляції з масштабом банку.

Середня розрахункова ставка (СРС) – середнє арифметичне значення ціни на послуги з числа аналізованих банків. Медіана дозволила нам визначити реально середню ціну з числа присутніх на ринку (з досліджуваних банків). Порівнюючи медіану і середню ставку слід зазначити, що від розриву залежить і розкид за ціновими параметрами. Це означає, якщо розрив між показниками росте, то банки пропонують суттєво різні ціни на послуги, якщо ж різниця звужується, то цінові умови зближуються за значеннями. Далі ми вдалися до показників варіації, щоб показати мінливість досліджуваного явища. Її величина може вимірюватися за допомогою декількох показників. Два проміжних у дослідженні, але від цього не менш значимих, показника: дисперсія (показала величину відхилення даних від середнього значення ціни серед вибраних банків) і середнє квадратичне відхилення (СКВ) (характеризує величину розсіяння даних, але на відміну від дисперсії, коефіцієнт знаходиться в тих величинах, що його можна порівнювати з нашими початковими даними). Потім коефіцієнт варіації (Квар) - найбільш універсальний показник, що відображає величину розкиду значень незалежно від їх масштабу і одиниць виміру. Він дозволив нам зрозуміти наскільки розкид великий відносно самих цінових значень (тобто незалежно від їх масштабу). У статистиці прийнято, якщо значення коефіцієнта варіації менше 0,33, то сукупність вважається однорідною, якщо більше 0,33 – неоднорідною, тобто неточною, і вимагає додаткових досліджень. І в результаті показовий розмах варіації – це різниця

між максимумом і мінімумом цінових позицій. Цей коефіцієнт допоміг наочно нам оцінити діапазон можливих значень.

Окремо зазначимо коефіцієнт кореляції з масштабом банку (Ккор)-показник, що демонструє, наскільки пов'язані між собою коливання значень двох показників. У нашому дослідженні ці два показники: цінова позиція конкретного банку щодо досліджуваної послуги за кожний рік періоду 2009-2018 рр. і питома вага обсягу залучення цих послуг конкретним банком в загально банківських обсягах за цим видом послуг за аналогічні періоди.

Додатково в розрахунках приведені офіційні дані: "Середньозважена ставка за даними НБУ"(процентна ставка за новими кредитами/депозитами розраховується за кожним строком погашення, типом позичальника та валютою як середньозважена величина процентних ставок за обсягами за первинними кредитними/депозитними договорами, укладеними протягом звітного періоду, та за обсягами за додатковими договорами, за якими відбулася зміна або суми, або процентної ставки, або суми та процентної ставки у річному обчисленні) [183] і "Український індекс ставок за депозитами фізичних осіб "Thomson Reuters"(з 2011р.) - індикативна ставка, яка розраховується в 15.00 за київським часом кожного банківського дня в системі Thomson Reuters на основі номінальних ставок по термінових депозитах фізичних осіб в гривні на термін 12 місяців, з виплатою відсотків після закінчення терміну дії депозитного договору, що діють в 20 найбільших українських банках за розміром депозитного портфеля фізичних осіб [183].

Першим видом послуг пропонуємо розглянути депозити фізичних осіб. Середня розрахункова ставка(СРС) - це середньоарифметична величина серед представлених за кожен досліджуваний рік(2009-2018 рр.) процентних ставок банківських депозитів для фізичних осіб строком на один рік, без поповнення і з виплатою відсотків у кінці терміну [105, 139-142, 174, 183, 203, 211, 229]. Ця величина є базовою для подальших розрахунків, але і вона дає певні аналітичні уявлення про тенденції. Нижче на рисунках 2.1 і 2.2 приведено графічне відображення кривих СРС, середньозважена ставка за

даними НБУ та український індекс ставок за депозитами фізичних осіб "Thomson Reuters (дані з 2011 р.).

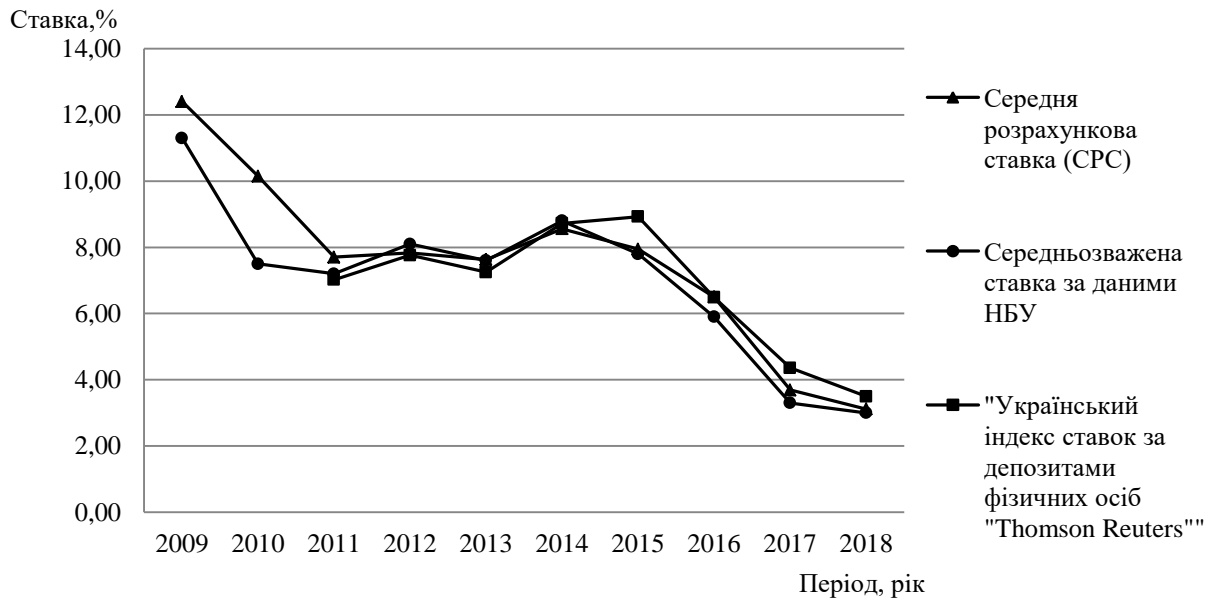


Рисунок 2.1 – Криві коливань середніх величин ставок депозитів у доларах США у банках України за період 2009-2018 рр., %

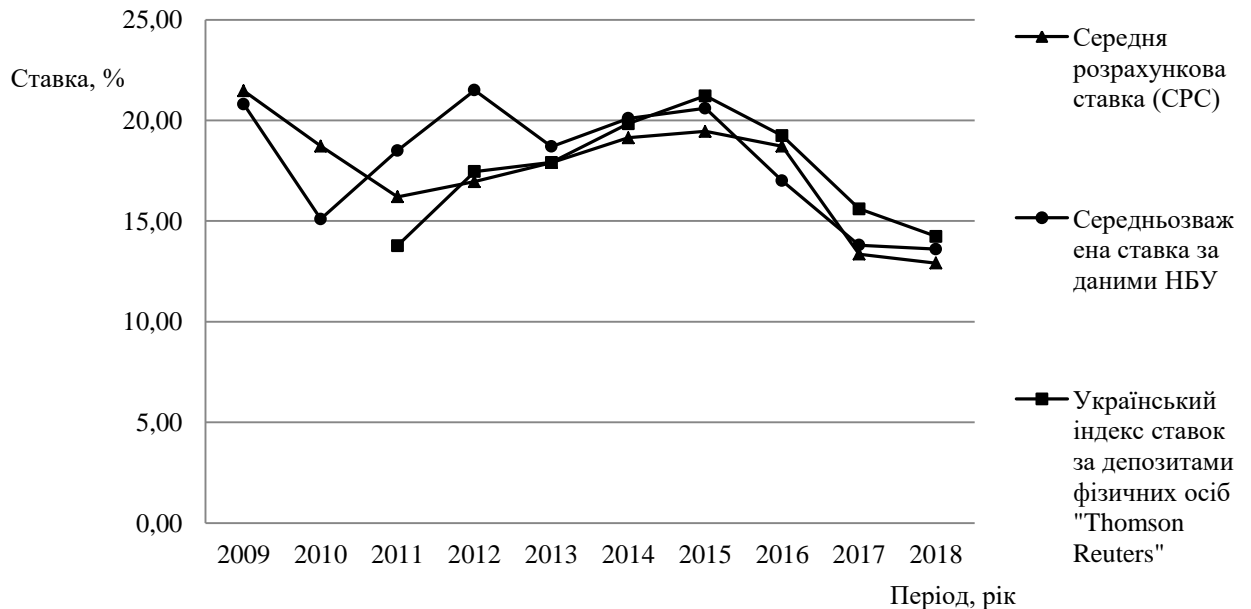


Рисунок 2.2 – Криві коливань середніх величин ставок депозитів у гривні у банках України за період 2009-2018 рр., %

Як ми бачимо, СРС часто знаходилася в інтервалі між середньозваженою ставкою НБУ і індексом ставок, а якщо і виходила за межі, то дуже незначно. Крім того СРС повторює загальну тенденцію змін двох інших показників. На цій підставі, думаємо, можливо говорити про об'єктивність початкових даних.

Далі ми розрахували серію статистичних показників та коефіцієнтів на базі даних нашого дослідження [123, 217, 220]. Вони представлені у таблицях 2.1 і 2.2.

Таблиця 2.1 – Статистичні показники за депозитами гривні в банках України за період 2009-2018 роки.

Період(рік) / Процентна ставка	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Середня розрахункова ставка (СРС)	21,47	18,73	16,21	16,96	17,9	19,14	19,46	18,72	13,36	12,91
Медіана	21,5	19	16,5	17,35	18	19,67	19,75	19	14	13,1
Середнє квадратичне відхилення(ВКВ)	3,08	3,23	1,94	2,7	3,06	3,45	4,26	3,69	2,8	2,35
Коефіцієнт варіації(Квар)	0,14	0,17	0,12	0,16	0,17	0,18	0,22	0,20	0,21	0,18
Розмах варіації	12,50	10,50	10,0	12,50	12,25	15,50	15,40	14,50	11,22	9,30
Коефіцієнт кореляції з масштабом банку (Ккор)	-0,12	-0,29	0,01	-0,06	0,11	0,07	0,29	0,34	0,12	-0,06

Порівнюючи медіану і СРС депозитіву нашому дослідженні бачимо, що упродовж усіх десяти років депозити в гривні і в доларових вкладах спостерігається мінімальне відхилення значень.

Таблиця 2.2 – Статистичні показники за депозитами доларах США у банках України за період 2009-2018 роки.

Період(рік) / Процентна ставка	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Середня розрахункова ставка(СРС)	12,4	10,15	7,7	7,83	7,63	8,56	7,94	6,5	3,69	2,96
Медіана	12,75	9,75	8	8,25	7,75	9	7,8	6,25	4,58	3,7
Середнє квадратичне відхилення(ВКВ)	1,98	2,5	1,01	1,95	2,23	2,52	2,11	1,61	1,84	1,54
Коефіцієнт варіації(Квар)	0,16	0,25	0,13	0,25	0,29	0,29	0,27	0,25	0,50	0,50
Розмах варіації	8,30	8,00	4,00	6,95	8,30	7,50	7,13	6,50	5,79	4,74
Коефіцієнт кореляції з масштабом банку (Ккор)	-0,06	-0,20	0,11	0,14	0,20	0,15	0,38	0,38	0,24	0,07

Лише, у 2017 році щодо депозитів у гривні і в 2017-2018 рр. щодо депозитів у доларах різниця між середніми величинами більше виражена. Обґрунтування пов'язане з присутністю декількох істотно відмінних, від більшості значень, ставок в ці роки (РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ - 0,05%; ОТП БАНК -0,25%; КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК - 0,01%, а також 5,28% (в гривні) -УКРСИББАНК - в 2017 рік; РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ - 0,15%; ОТП БАНК -0,25%; КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК - 0,01% в 2018 році) [185]. Оцінюючи результати середнього квадратичного відхилення, бачимо, що коефіцієнт зростав після 2008 року, і падіння ми спостерігаємо лише у 2011 році. Але з 2012 року знову зростання, яке ще помітніше у 2013-2014 рр., а по гривневих вкладах і в 2015 році. Планомірне падіння СКВ розпочалося з 2016 року і аж по 2018 рік. Коефіцієнт варіації в продовженні періоду досліджень коливався по гривні в інтервалі від 0,12 до 0,22, з падінням з 2015 року по 2018 рік; у доларі США - від 0,13 до 0,29, з падінням з 2015 року. На окрему увагу заслуговують 2017 і 2018 роки, коли Квар по доларових вкладах склав 0,50, тобто більше 0,33, а значить ряд не є однорідним, дані значно розкидані відносно середнього значення. Це можна пояснити наявністю принципово відмінних умов в декількох банках, що ми вже уточнили вище при аналізі медіани. Слід зазначити, що в початкові дані нами включені реальні ставки цих банків. При розгляді в розрахунку не аномально низьких, а більш високих ставок (які безумовно присутні) за інших рівних умов, Квар був би однорідним - менше 0,33. При цьому і показник "розмах варіації" був би менше, що ще більше відповідало б нашим цільовим завданням в дослідженні.

Наочно розмах варіації по депозитах в гривні і доларі США демонструє рис. 2.3.

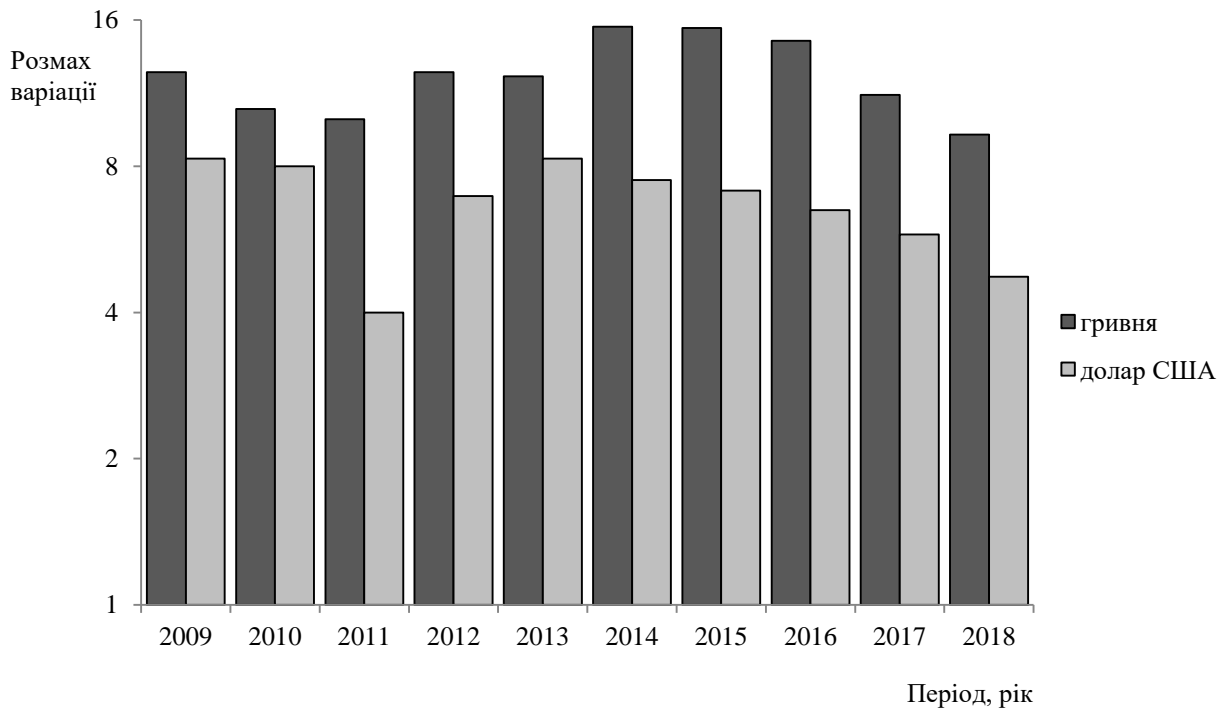


Рисунок 2.3 – Діаграма розмаху варіацій ставок за депозитами у банках України за період 2009-2018 роки

Рисунок показує, що перші після кризові роки показник був нестабільний, але починаючи з 2013 р. спостерігаємо планомірне зниження у доларових, а з 2014 р. і у гривневих депозитів аж до цього року. Як видно, діапазон банківських цінових пропозицій звужується від 15,50 до 9,30 в гривневих, від 8,30 до 4,74 в доларових.

Банки-лідери у сфері депозитних послуг пропонують різні умови і ставки, але розмах варіацій значень набагато менший, чим раніше. Це аргументовано тим, що банки у рамках своєї політики ціноутворення не можуть виходити за певні нормативні межі. Зрозуміло, що ця обставина ставить їх на шлях розробки і впровадження нових рішень по створенню альтернативних інноваційних конкурентоздатних умов. На наш погляд фактор якісного вдосконалення діяльності банку, у рамках нецінової конкуренції, виходить на почесне місце і дає можливість новаторського розвитку фінансово-кредитним установам.

Аналізуючи початкові дані нашого дослідження, не можна не зазначити, що посткризові з 2014 роки демонструють або мінімальний приріст, або зовсім падіння обсягів "депозитів домашніх господарств". Дані моніторингу USAID підтверджують, що величезний відсоток – 55% людей зовсім не тримають кошти у банках [124]. Чому? Ймовірно, оскільки не знаходять вдоволення в основних аспектах вкладення коштів. Клієнт не отримує або необхідне збереження (безпека), або достатній доход, або надання послуги, відповідне безпосередньо його потребам і цілям. Ми бачимо із зібраних даних, що більше половини, досліджуваного населення - це потенційно можливі клієнти банківського ринку. Таким чином розвиток цільової переваги, вибраної в нашому дослідженні припускає досить велику аудиторію споживачів(45%), яких можна і треба залучити, якісно вражаючи і задовольняючи.

Завершальним в нашому депозитному аналізі був коефіцієнт кореляції з масштабом банку ($K_{кор}$), діаграми на базі даних приведені нижче (рис. 2.4). Як видно графічно, коефіцієнт кореляції в усьому досліджуваному періоді, у рамках гривневих і доларових розрахунків $K_{кор}$ коливався в мінімальних позитивних і мінімальних негативних значеннях. Самими істотним позитивним показником був $K_{кор} = 0,38$, а негативним - $K_{кор} = - 0,29$, що не дозволяє робити висновки про позитивну або негативну кореляційну залежність величин.

Таким чином, величина процентної ставки по депозитах банку не знаходиться в кореляційному взаємозв'язку з питомою вагою обсягу його депозитів в загальному банківському обсязі депозитних вкладів. А значить немає стійкої залежності зростання обсягів депозитних вкладів до зростання відсотка доходу за ними. Слід зазначити, на наш погляд, що цей висновок не свідчить про те, що величини ніяк не взаємозв'язані, а наочно показує наявність ряду інших позицій, які роблять вплив. І ймовірно, варто окрім цінових, активно розглядати і нецінові фактори. Результати розрахунків, на нашу думку, вказують на нівеляцію, зменшення значення цінового фактора.

Він не стає однозначним і переважаючим у сучасних умовах функціонування банківських структур. Стають принциповими, як ми вже зазначали, і інші чинники при визначенні клієнтом банківської установи для співпраці.

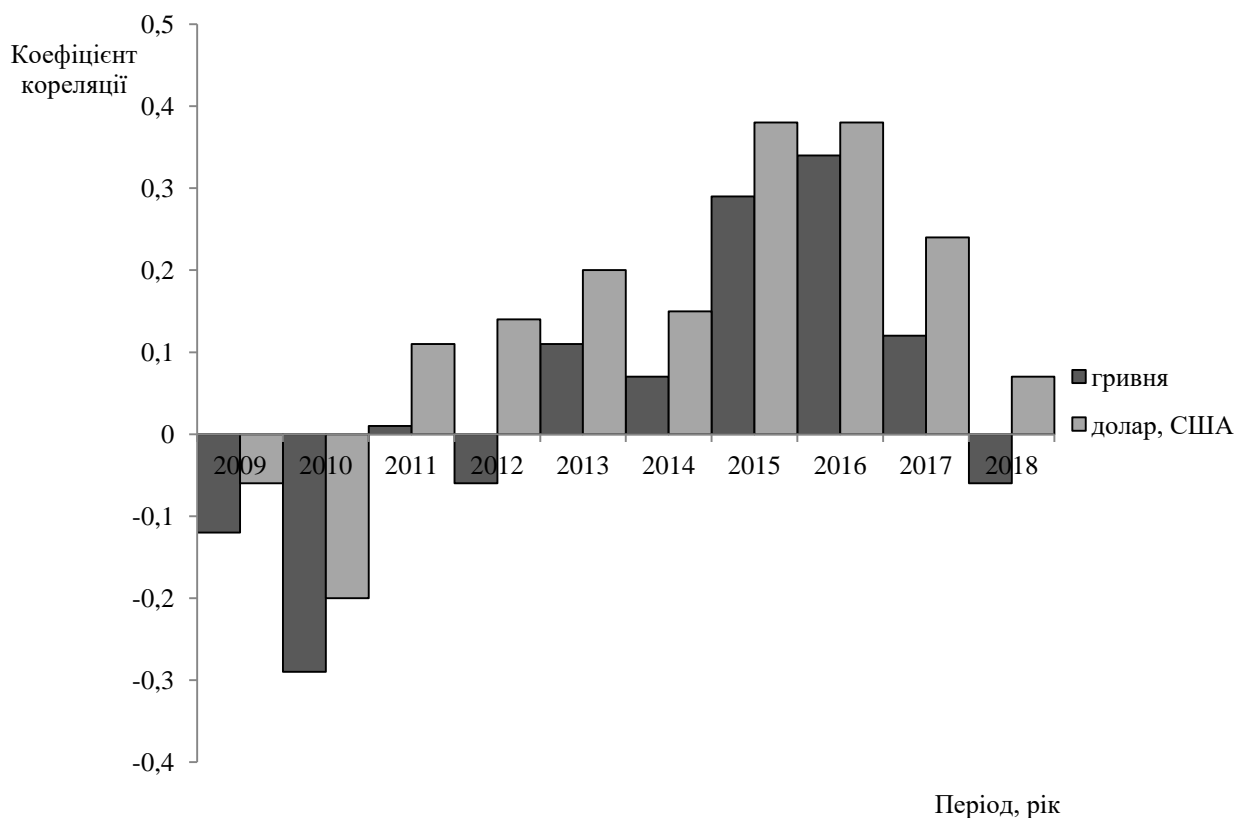


Рисунок 2.4 – Діаграма коливань коефіцієнта кореляції ставок за депозитами і частки банківських операцій у банках України за період 2009-2018 роки.

Як показують дослідження, критерії вибору банку для споживача не обмежуються пропонованою ціною, наявність гарантій – один з ключових критеріїв вибору банку для вкладу населення, учасники дослідження за даними USAID віддали їй більше перевагу ніж розміру ставки по депозиту 56% проти 53% [124]. Ще один аргумент в трійці критеріїв-лідерів – це відгуки рідних, друзів і знайомих. Як ми бачимо, два з трьох переважних критеріїв вибору банку для вкладу – нецінові фактори. І якщо чинник гарантій – це первинна прерогатива держави, у рамках його функцій, то відгуки – це багатогранна категорія, яка обов'язково включає формування

враження у клієнтів, за допомогою якісного задоволення їх потреб. 49% – це великий сегмент населення, який чекає технічно сучасних продуктів, шанобливого, проникливого, гнучкого спілкування, оперативного і безпомилкового надання послуги, того, що іменується, як якість банківської послуги, та того, що вони почують з думок і відгуків, вражень друзів і рідних (рис. 2.5).

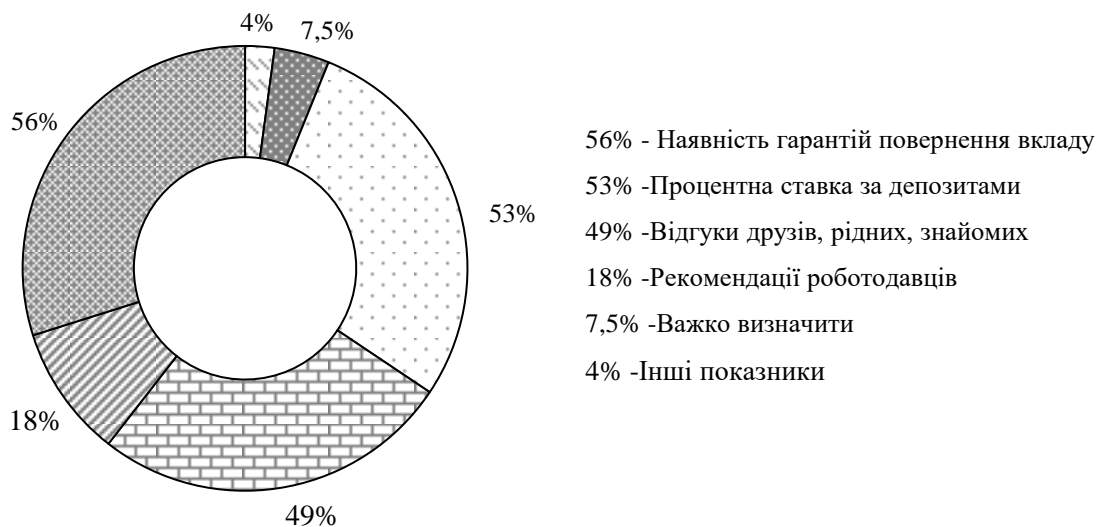


Рисунок 2.5 – Критерії вибору банку споживачами для депозиту [124]

Друга послуга банку у нашому дослідженні - це споживчі кредити фізичних осіб, яка вибрана нами для дослідження, як одна з основних і таких, що перспективнорозвиваються, видів послуг банку щодо активних операцій. Так, беручи в аналітичне дослідження дані по виданих кредитах банками, ми обмежили початкову інформацію гривневими беззаставними, споживчими кредитами населенню (без урахування кредитів на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості, автокредитів та інших). Споживачі у рамках кожної конкретної фізичної особи, створюють для нашого дослідження неоціниму складову, що створює об'єктивність і масштабність аналізу за рахунок думки і вибору кожного конкретного індивідуума. Обмеження тільки споживчими кредитами обґрунтовано на наш погляд підвищеним попитом на них серед населення. Про їх переважну долю

у структурі валових кредитів, наданих домашнім господарствам за досліджувані роки наочно свідчать і дані НБУ [210]. З огляду банківського сектора, обсяги споживчих кредитів на інші цілі тільки за період 2015-2017 рр. виросли більш ніж на 20%, з пропорційним зменшенням у загальній структурі відсотка інших форм споживчих кредитів. Валютні кредити не включені у цей аналіз, по ряду, на наш погляд, об'єктивних і взаємозв'язаних причин. У зв'язку із значним знеціненням гривні у четвертому кварталі 2008 року проблема валютного кредитування стала ще однією проблемою, з якою стикнулися позичальники. Ті позичальники, які не мали джерел валютних надходжень, упродовж лише трьох місяців опинилися перед фактом збільшення гривневої вартості своїх кредитів приблизно на 70 %. Так, станом на 01.01.2009 р. обсяги наданих споживчих кредитів у національній валюті були більші ніж у іноземній валюті майже у 2 рази. Стрімке зростання частки кредитів в іноземній валюті серед банківських кредитів фізичним особам (з 30,4% у 2001р. до 64,6% у 2007р.) обумовлювалось, насамперед, значним перевищенням процентних ставок за кредитами у національній валюті у порівнянні з кредитами в іноземній валюті при стабільності валютного курсу гривні. З цієї основи формується перша причина. Питома вага у загальному числі пропонованих банками споживчих валютних кредитів після фінансово-економічної кризи 2008 року дуже знизився, так і не повернувшись на передкризові широкі позиції, що не дасть нам об'єктивно-масштабних результатів дослідження. Так, за 2009 рік за даними НБУ банками були залучені споживчі кредити в сумі: 137113,31 млн. грн., з яких 52189,82 млн.грн., - в гривні і 84923,49 млн.грн. - у валюті. У 2012 році ситуація була наступна: 125011,12 млн.грн. - всього, де 85383,69 млн. .грн. - в гривні і 39627,43 млн.грн. - у валюті. А на 31. 03.2018 р. 130962,91 млн. грн. було залучено всього споживчих кредитів, з яких 101080,00 млн. грн., і 29882,91 млн. грн. відповідно гривневі і валютні кредити. За досліджуваний період, виходячи з наведених вище даних, структура мінялася на користь споживчих кредитів у національній валюті. Якщо в 2009 році співвідношення

гривна/валюта було на рівні 38,06% до 61,94%, то в 2012 році відсотки помінялися кардинально навпаки: 68,30%/31,70%, а по підсумку першого кварталу 2018 року співвідношення більш ніж три до одного: 77,18% - споживчі кредити в гривні і 22,82% – у валюті [210].

По-друге, необхідно зазначити, і це прямий взаємозв'язок з першим пунктом причин, вітчизняні споживачі останні 10 років роблять переважаючий акцент на користь національної валюти при виборі споживчого кредитування. Про це свідчать офіційні банківські дані за ці роки, які у багатьох ведучих за показниками банків менше в десятки разів, ніж обсяги виданих кредитів в національній валюті. Відсутність законодавчих гарантій, високі ризики і попередні події 2008 року сфокусували споживачів на безпечніші форми взаємовідносин з банками.

Третім пунктом причин зазначимо, і це впливає з попередніх вищеописаних причин, обмеженість інформаційного ресурсу з даними про валютні ставки. Відсутність безпечних з економічної точки зору умов для надання валютних кредитів спричиняє за собою обмеженість як пропозицій, так і стриманість попиту. А ці чинники не дають необхідної початкової інформаційної бази для широкого моніторингу, формування рейтингових і аналітичних досліджень фахівцями банківської галузі по цьому виду кредитів. Відсутність повних даних за досліджуваний період означає відносність, погрішність і необ'єктивність результатів аналізу, що не дасть закономірної можливості реалізації мети дослідження в цьому пункті роботи.

Характеризуючи дані по споживчих кредитах в гривні, зазначимо, що перші два роки після кризи 2008 року були обмежені у рамках пропозицій, а враховуючи ризики, серед беззаставних споживчих кредитів, особливо. Початкові дані часто не синхронізувалися щодопровідних банків в обсягах виданих кредитів цієї категорії і об'єктивними даними в процентних ставках в цьому ж виді кредитів. Часто ставки за кредитами представлені діапазонами у рамках перших найбільших банків або перших десяти банків другої або третьої груп. У зв'язку з цим, вважаємо необхідним зазначити

середність процентних ставок і індивідуальну (у розрізі банків) погрішність розрахунків. Проте, враховуючи цільовий напрям дослідження в цілому, ці неточності, на нашу думку, не зроблять істотних впливів на його результуючі висновки.

У частині аналізу споживчих кредитів в гривні, ми вчислили по аналогії з депозитами показники і коефіцієнти [101, 144, 166, 167, 191, 217, 232, 233], які приведені нижче в табл.2.3.

Таблиця 2.3 – Статистичні показники за споживчими кредитами у гривні у банках України за період 2009-2018 років

Період(рік) / Процентна ставка	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Середня розрахункова ставка(СРС)	40,96	49,81	50,72	51,83	49,92	50,75	54,60	63,84	61,59	62,65
Медіана	38,5	53,63	52,62	50,96	48,98	51,78	57,43	66,27	60,84	59,88
Середнє квадратичне відхилення(ВКВ)	12,52	9,20	14,84	11,12	15,28	14,42	11,60	10,62	9,05	10,47
Коефіцієнт варіацій(Квар)	0,31	0,18	0,29	0,21	0,31	0,28	0,21	0,17	0,15	0,17
Розмах варіації	38,25	24,99	44,02	38,19	53,82	38,56	36,66	36,06	29,12	25,65
Коефіцієнт кореляції з масштабом банку (Ккор)	0,31	0,18	0,29	0,21	0,31	0,28	0,21	0,17	0,15	0,17

Криві СРС по споживчих кредитах в гривні і середньозваженої ставки за даними НБУ наочно представлені на рисунку 2.6.

Як бачимо між офіційними і розрахунковими даними є різниця. СРС формувалася виходячи з ефективних ставок(з урахуванням разових, регулярних комісій і інших витрат з цього кредиту) за споживчими беззаставними кредитами, строком на 1 рік з двадцяти ведучих по видачі таких кредитів банків. Середньозважена ставу за даними НБУ - процентна

ставка за новими кредитами розраховується за кожним строком погашення, типом позичальника та валютою як середньозважена величина процентних ставок за обсягами за первинними кредитними договорами, укладеними протягом звітного періоду, та за обсягами за додатковими договорами, за якими відбулася зміна або суми, або процентної ставки, або суми та процентної ставки в річному обчисленні.

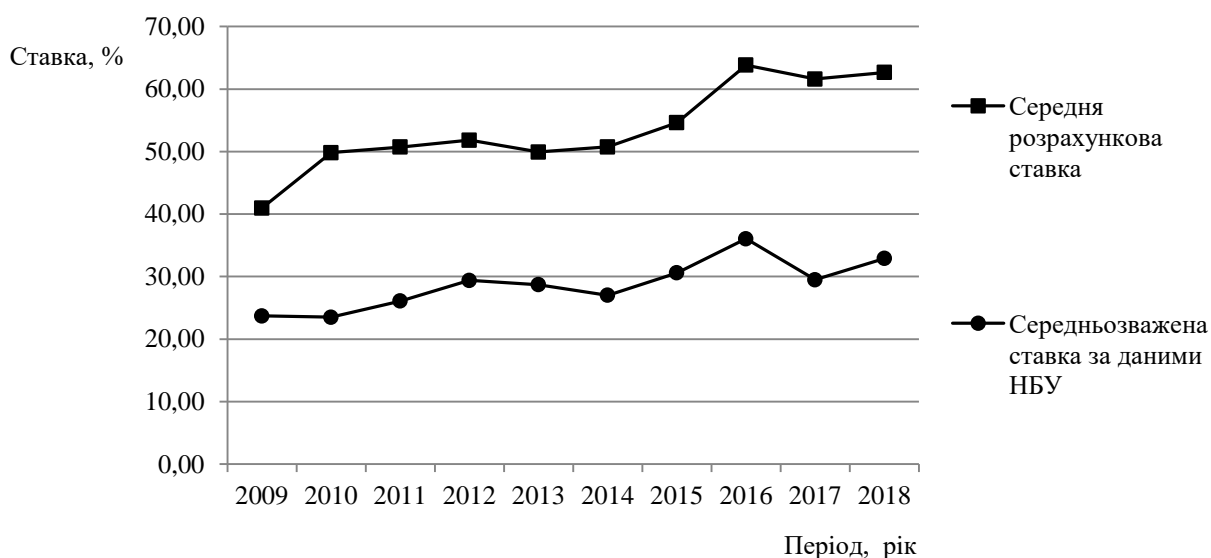


Рисунок 2.6 – Криві коливань середніх величин ставок за споживчими кредитами у банках України за період 2009-2018 років

Не дивлячись на різні підходи і початкові дані в розрахунках, можемо наочно спостерігати єдине синхронне коливання кривих середніх ставок (СРС і середньої ставки НБУ) за споживчими кредитами за період 2009-2018рр. З урахуванням цієї узгодженості тенденції в початкових ставках, можна говорити про об'єктивність динаміки абсолютних різниць їх крайніх величин, що є одним з предметів нашого дослідження.

СКВ показує в кредитних дослідженнях, що коефіцієнт досяг максимального значення у передкризовому 2013 році - 15,28, а потім став планомірно падати аж до 2018 року (слід розглядати 2018 рік з урахуванням даних лише за 1 квартал), що демонструє звуження розкиду досліджуваної

вибірки. Ще наочніше демонструє результати дослідження коефіцієнт варіації. Квар впродовж усього періоду 2009-2018рр. представлений значеннями до 0,33, а значить досліджувана сукупність однорідна. У після кризові роки(після 2014 р.) спостерігається стабільне падіння коефіцієнта до цього року, що показує скорочення розкиду ставок за споживчими кредитами в аналізованому якісному і тимчасовому діапазоні. Так, банки пропонують цінові умови, що все менш і менш відрізняються один від одного, що зменшує акцент на вибір у клієнтів, ґрунтований на цінових факторах переваг в чистому вигляді. Ця обставина розширює можливості клієнтських переваг при виборі банку-партнера і активізує фінансово-кредитні установи до розвитку нецінових факторів в діяльності.

Наочно показник "Розмах варіації" по споживчих кредитах демонструє графічна діаграма (рис. 2.7).

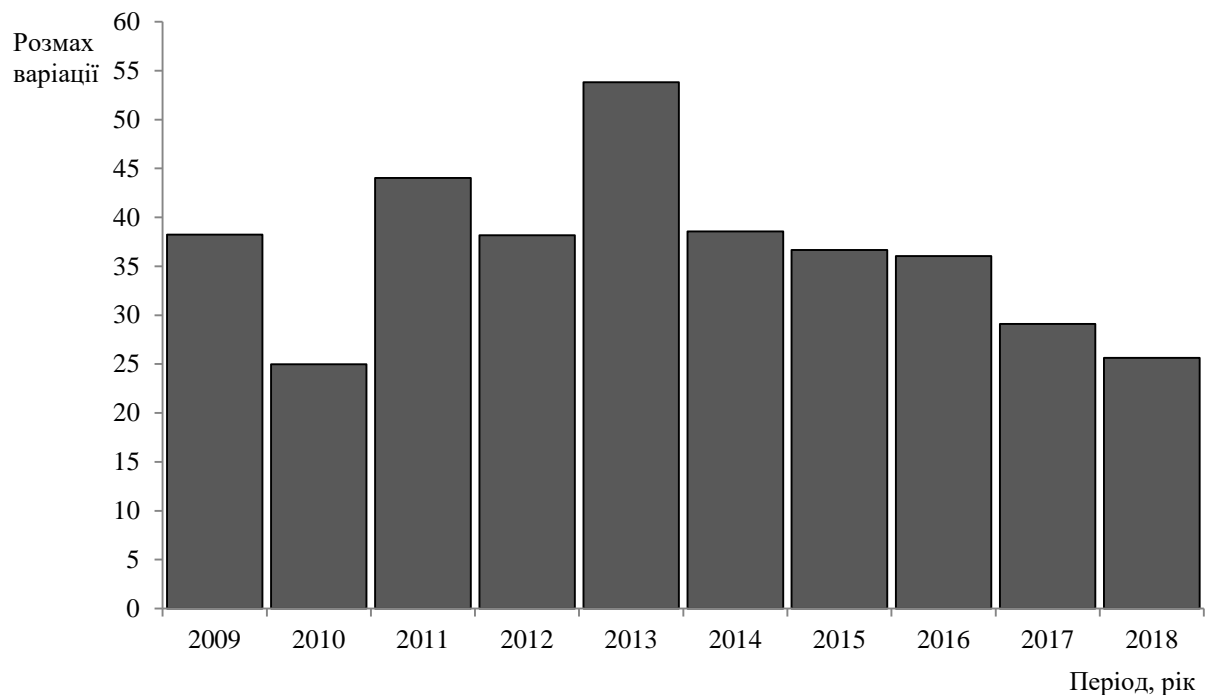


Рисунок 2.7 – Коливання розмаху варіацій ставок за споживчими кредитами в гривні у банках України за період 2009-2018 років

З діаграми видно, що показник розмаху варіацій з року в рік мінявся з тенденцією зростання від - 38,25 в 2009 р. до рівня - 53,82 в 2013р., але потім почалося щорічне планомірне падіння аж до 2018 року до рівня - 25,65. Як видно, різниця мінімальних і максимальних пропонованих процентних кредитних ставок банками останні роки скорочувалася і продовжується у 2018 році. При активізації споживчого беззаставного кредитування останніми роками зріс і попит на цей вид кредиту. При цьому конкуренція стає усе жорстокішою з урахуванням нових учасників споживчого кредитування, що з'являються, на банківському ринку з новими пропозиціями. Робити акцент на цінові споживчі переваги, як показує дослідження, за умови скорочення діапазону цін, ймовірно буде недостатнім.

Далі коефіцієнт кореляції споживчих кредитів наочно демонструє рис. 2.8.

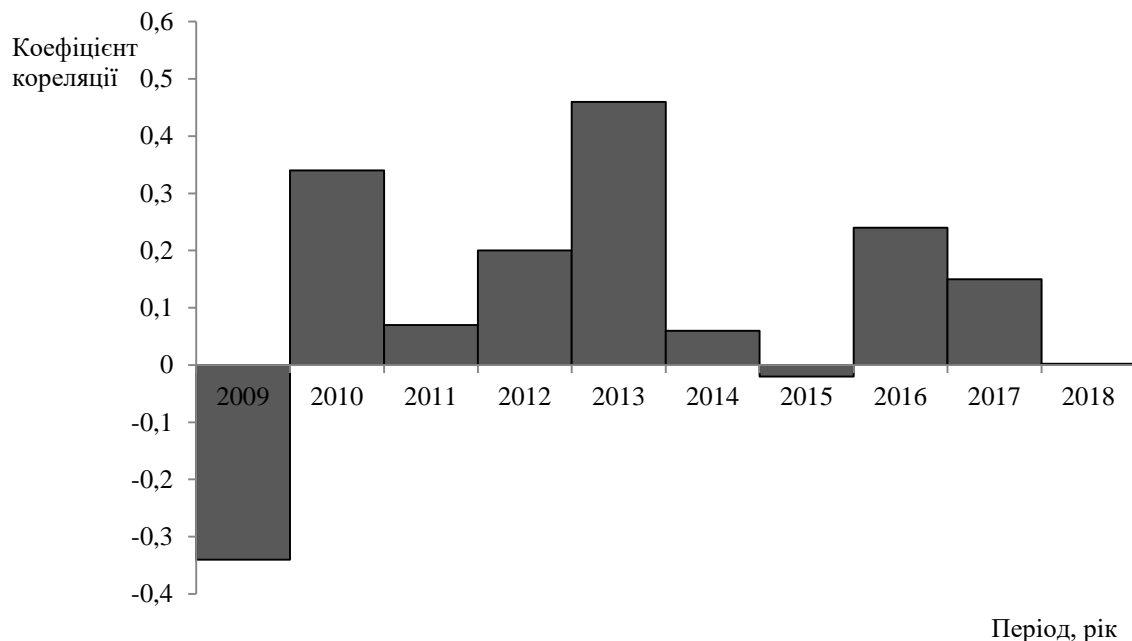


Рисунок 2.8 – Діаграма коливань коефіцієнта кореляції ставок споживчих кредитів і частки банківських операцій у банках України за період 2009-2018 років

Результати показують, що значення кореляції долі споживчих кредитів домашнім господарствам з процентною ставкою цих же банків за період 2009-20018р. жодного разу не наближався до значення навіть слабого кореляційного зв'язку(0,6-0,75) [89]. Коефіцієнт лише одного разу у 2013 році був вищий за інші періоди – 0,46, але навіть цього значення мало, щоб говорити хоч би про слабку позитивну кореляційну залежність величин. Виходячи з розрахункових даних, слід зробити висновок, що величина процентної ставки споживчим кредитам фізичних осіб не знаходиться в кореляційному зв'язку з питомою вагою обсягу цих кредитів у загально банківському їх обсязі. Як і щодо депозитних досліджень можна зазначити, що обсяги виданих споживчих кредитів не мають прямої залежності від цінових факторів банківської політики.

Банки розуміють, що необхідні сучасні, особливо новаторські рішення і варіанти альтернативної конкурентної переваги. Тому вони спрощують вимоги до позичальників, скорочують терміни розгляду кредитних заявок, вносять зміни в систему кредитування для створення зручніших умов і навіть розглядають гнучкі індивідуальні умови кредитування - працюють над максимальним задоволенням споживчих потреб клієнта, для формування його лояльності і розширення круга споживачів безціновими методами. Ці рішення впроваджуються в ключі якісного вдосконалення системи управління банківською діяльністю в розрізі споживчого кредитування. Банки, які розвиваються за такою схемою, безумовно матимуть конкурентні плюси порівняно з учасниками, працюючими в основному у рамках цінових пропозицій, тому цей розвиток дуже актуальний.

Третій вид банківських послуг, що досліджується нами у рамках вище поставлених цілей – це розрахунково-касове обслуговування(РКО) підприємств. Вибір послуги РКО так само не випадковий, а аргументований важливістю розвитку цього шару вітчизняного підприємництва, лояльний банківський супровід у якому, просто необхідний. РКО, з одного боку, - це "простий механічний ключик" банківського сприяння фінансовому обігу в

загальноекономічних стосунках. Це базова послуга банку, яка забезпечує оперативні господарські операції і без якої вони стають практично неможливими в сучасних ринкових умовах. А в умовах нестабільних з урахуванням економіко-політичних подій в країні, ще важливішим, вважаємо провести аналіз банківських програм РКО, що сприяє розвитку і що підтримує діяльність приватних підприємців для відновлення і зміцнення позицій вітчизняної економіки. З позиції банку, послуги РКО - це прямий комісійний прибуток, зростання якого однозначно впливає на досягнення основного банківського показника ефективної діяльності - прибутковості. У нашому аналізі цей вид послуг, враховуючи його безпосередню клієнтську необхідність (СПД вимушений користуватися цією послугою того або іншого банку), відносну обмеженість персональної банківської інформації за аналізований період і узагальненість початкових даних про РКО, бере лише додаткову участь. Ми обмежили наші дослідження в цьому спектрі послуг розрахунком і оцінкою розмаху варіації [89, 97, 111, 119, 159, 213-215, 235]. Результати представлені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4 – Діапазон коливань витрат з розрахунково-касового обслуговування у банках України за період 2009-2018 роки

Період, рік/ РКО, грн.*	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Мінімальне значення	0,0	0,0	50,0	2,0	0,0	100,0	110,0	50,0	70,0	30,0
Максимальне значення	350,0	399,0	350,0	270,0	330,0	350,0	299,0	230,0	250,0	131,0
Розмах варіації	350,0	399,0	300,0	268,0	330,0	250,0	189,0	180,0	180,0	101,0

* - сумарна вартість відкриття поточного рахунку та щомісячна плата за стандартним тарифним пакетом розрахунково-касового обслуговування для підприємців (у дослідженні аналізувалися цінові пропозиції 20-ти найбільших банків України).

Збираючи і аналізуючи дані розрахунково-касового обслуговування у банках, ми звертали увагу, що іноді витрати клієнтів на відкриття рахунку або щомісячну плату за обслуговування установи маскують в інших позиціях їх витрат (плати за певні операції, закриття рахунку, зміну тарифних пакетів та ін.), або спочатку пропонують мінімальні за витратою пакети послуг,

незручні для клієнтів, що б ті вибирали дорожчі безлімітні умови або ін. Періодично проводяться банківські акції, націлені на споживчий сегмент, орієнтований на ціновий фактор послуги. Ці потенційні клієнти не розбираючись, іноді, і не прораховувавши підсумкові свої витрати за операціями банку, вибирають більше витратні з фінансового боку варіанти, ніж ті, якими користувалися до. Робляться подібні заходи, з метою залучення клієнтів. При цьому питання задоволення клієнтів не стоїть на важливому місці. Тому споживачі, зрозумівши і зіставивши підсумкову вартість, послуги, що надається їм, звертаються за обслуговуванням в інші банки в надії знайти розуміння, комунікації і обґрунтовану плату за послуги. Враховуючи ці факти, ми простежили загальну тенденцію зміни витрат по РКО за досліджуваний період. Аналіз діапазону коливань максимальних і мінімальних значень показав звуження за досліджуваний період. Порівняно з максимальною різницею в 2010 році - 399,00, в 2018 році показник " розмах варіації "зменшився майже в чотири рази до 101,00.

Рис. 2.9 наочно демонструє, як за період з 2013 по 2018 рр., розрив діапазону "максимум-мінімум" цін на РКО щорічно скорочувався.

Проведений аналіз зібраних початкових даних показує, що тарифи на розрахунково-касові послуги банків за розглянутий період змінювалися: максимальні значення зростали в три рази, а мінімальні опускалися - майже в чотири. Аналітика у цьому сегменті послуг показала принципово різні погляди банків на питання ціноутворення. Фінансово-кредитні установи, не дивлячись на економічну обстановку, прихованими і розгорнутими тарифними схемами, періодичними ціновими акціями намагалися зберегти постійних і залучити нових клієнтів на обслуговування, забезпечуючи їм споживче задоволення з позиції економії або доходності з урахуванням фінансових чинників ризику і інфляційних очікувань.

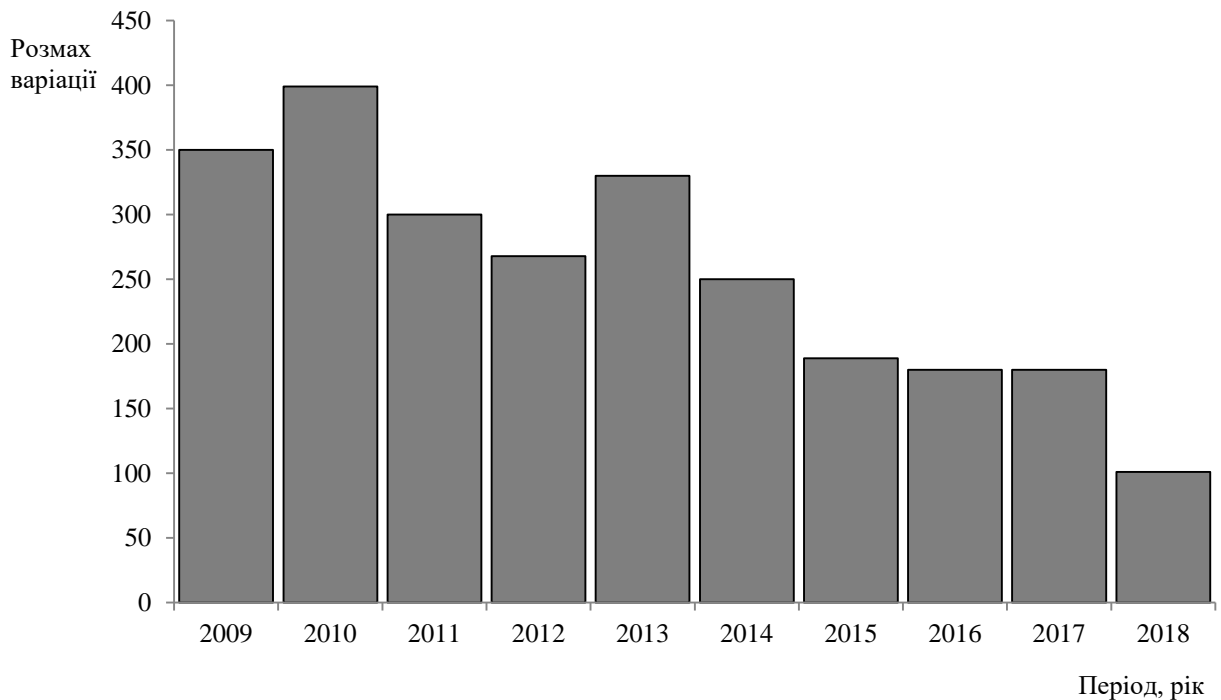


Рисунок 2.9 – Діаграма розмаху варіацій ставок(витрат) з розрахунково-касового обслуговування підприємців у банках України за період 2009-2018 роки

Маніпулювання цінами – один з найпростіших методів з позиції технічного отримання доходу. З точки зору банківського сектора – це маніпулювання процентними ставками на депозити, комісійними на РКО і кредити, та іншими тарифами. Поступово, з 2009 року(з моменту початку нашого аналізу) показник "розмах варіації" йшов на спад, що підтверджують цифри в таблицях і наочні наші графічні відображення, приведені вище.

Закінчуючи дослідження слід виділити, що в ході його ми оцінили значення цінового фактора банківської політики на прикладі трьох банківських послуг(депозити, кредити і РКО). За період з 2009-2018 рр. діапазон цінових пропозицій звужувався, як показали наші розрахунки. У рамках моніторингу USAID цінові переваги виявилися на другому місці, після банківських гарантій і перед відгуками, думками споживачів. Як показують офіційні дані, критерії вибору банку для споживача не

обмежуються пропонованою ціною, наявність гарантій - один з ключових критеріїв вибору банку для вкладу населення. Учасники дослідження за даними USAID віддали їй більше перевагу ніж розміру ставки за депозитом 56% проти 53%, а думка і відгуки рідних і друзів набрали 49%. З урахуванням криз 2008, 2014 років, безумовно гарантії з боку банку є прерогативною умовою для великої кількості клієнтів. Банківські гарантії варто розглядати не лише, як виконання своїх зобов'язань банком перед клієнтами (Фонд Гарантування Вкладів та ін.), але і як формування довірчих стосунків "клієнт-банк". Слід зазначити, що гарантії і відгуки – це нецінові пріоритети вибору. Відгуки і думки – це більше враження, задоволеність отримані споживачами від взаємодії з банком, бажання клієнта оцінити позитивно банківський рівень для суспільства і вірогідність його звернення в той же банк при наступній необхідності. 49% – це великий сегмент населення, який чекає технічно сучасних продуктів, шанобливого, проникливого, гнучкого спілкування, оперативного і безпомилкового надання послуги, того, що іменується, як якість банківської послуги, того, що вони почують з думок і відгуків, вражених друзів і рідних. Рівень довіри і задоволеність потреб клієнта формують його лояльність по відношенню до фінансово-кредитної установи, а значить і формування довгострокових перспективних взаємовигідних стосунків з клієнтами. З позиції управління якістю банківських послуг, лояльність клієнта - це найважливіша складова банківської діяльності, для досягнення банком стратегічних фінансових цілей і виконання підсумкових економічних показників.

Отже, за фактом наших розрахунків за 2009-2018 рр. залежність обсягу послуг банку від цін на ці послуги не виявлена, коефіцієнт кореляції не показав навіть стабільної слабкої залежності цих показників. Учасники ринку банківських послуг України розуміють, що він представлений великим числом фінансово-кредитних установ, навіть після скорочення їх чисельності за останні роки. Конкуренція серед банків зберігається, лінійки банківських послуг дуже схожі, а діапазон цін, як підтверджує у тому числі і наше

дослідження, скорочується, що свідчить, як ми бачимо, що цінова конкуренція не має безмежних меж. Це пов'язано ще і з тим, що цінова конкуренція має визначені державою межі, які звужують її можливості. До них в першу чергу відносяться різні форми правового регулювання, передусім у вигляді заходів грошово-кредитної політики, ставок рефінансування та ін. Підвищення цін, наприклад, на депозитні послуги не завжди гарантують збільшення споживчого попиту. У ряді випадків це може відлякати клієнтів, викликати у них недовіру, що, як ми розуміємо, неприпустимо для банку. Крім того, існує межа відсотка, після якого банк вже не отримуватиме прибуток. Саме тому, європейські банки вже досить давно прагнуть не конкурувати в області цін на банківські послуги. Їх діапазон "максимум-мінімум" дуже малий. Вони лише домагаються збереження стабільних процентних ставок і тарифів, і основний акцент роблять на неціновій конкуренції, в першу чергу на якості банківських послуг. Безумовно, нецінові методи конкурентної боротьби вимагають великих фінансових і організаційних витрат: аспекти високих технологій, сфери сервісу, формування довіри і лояльності клієнтів складніше зробити, ніж змінити тарифи. Проте нецінові заходи є ефективнішими, оскільки інші учасники ринку не можуть швидко визначити і здійснити аналогічні кроки. У цій ситуації стає дуже актуальним і довгостроково перспективним розвиток якості послуг: чим якісніше надання і сама послуга, тим більше кількості клієнтів звертається у банк, росте його рентабельність і відповідно ростуть підсумкові показники діяльності установи. На наш погляд саме такий акцент у банківській діяльності сьогодні на досить насиченому банківському ринку зможе дати підстави для успіху у банківській конкурентній боротьбі. Ці обставини ставлять банки на шлях розробки і впровадження нових рішень по створенню альтернативних інноваційних конкурентоздатних умов, де фактор якісного вдосконалення діяльності банку, у рамках нецінової конкуренції, виходить на почесне місце і дає можливість новаторського розвитку фінансово-кредитним установам.

У контексті даного питання слід зазначити, що акцент на розвиток і впровадження заходів нецінової конкуренції ніяк не зможе погіршити позиції банку, навіть при ситуативному переважанні факторів цінової конкуренції на ринку, а лише поліпшить позиції на ринку того або іншого його учасника. Тому банки, що розвивають системи управління якістю банківських послуг, безумовно матимуть додаткові бали для конкурентної переваги своєї фінансової установи.

Таким чином, нам слід говорити про високу актуальність і перспективність дослідження питання якості банківської послуги і піднімати його, як один з необхідних і значимих для клієнтів, розвивати систему управління якістю банків в цілях максимального задоволення споживчих бажань, для перспективних завдань закріплення і розширення клієнтської бази, виконання фінансових планів і стратегічних цілей для досягнення конкурентних переваг на ринку банківського бізнесу. Для чого необхідно професійно формувати і постійно удосконалювати систему управління якістю банківських послуг для реалізації оперативних і стратегічних цілей банку. Ці аспекти питання ми розглядатимемо далі в роботі.

2.2 Методичні засади оцінювання якості банківських послуг з позиції клієнтів банку

Активний розвиток банківського сектору супроводжується нарощенням масштабів банківської діяльності, розширенням спектру банківських послуг та, відповідно, посиленням конкуренції між банками в умовах насиченого ринку, що обумовлює конвергенцію цінових параметрів банківських послуг та актуалізує питання підвищення їх якості з метою утримання та розширення клієнтської бази. Одним з популярних на сьогодні елементів системи управління якістю банківських послуг є проведення

оцінювання їх якості з точки зору клієнтського сприйняття, що базується на результатах опитування у розрізі ряду критеріїв. Аналіз наукової літератури засвідчив наявність значної кількості підходів до оцінювання якості банківських послуг, в основу яких покладено анкетування клієнтів, які відрізняються як за напрямками та кількістю критеріїв так і за шкалою оцінювання та методом інтерпретації результатів, що обумовлює необхідність визначення найбільш універсального варіанту, здатного максимальною мірою відображати думку клієнтів з урахуванням пріоритетності їх інтересів та придатного для використання під час прийняття управлінських рішень щодо підвищення якості банківських послуг.

Однією з найбільш популярних на сьогодні методик, що використовуються при оцінюванні якості банківських послуг є підхід SERVQUAL, розроблений А. Парасураман, В. Зейтамль, Л. Беррі [58], який передбачає врахування 22 показників, згрупованих у розрізі п'яти параметрів:

- матеріальність (Tangibility) – зовнішній вигляд персоналу, обладнання, матеріалів та інших об'єктів, пов'язаних з наданням послуги;
- надійність (Reliability) – здатність надавати послуги точно та відповідно зазначеним стандартам;
- реактивність (Responsiveness) – готовність допомогти клієнтам та забезпечити швидке обслуговування;
- впевненість (Assurance) – знання та ввічливість співробітників та їх здатність забезпечити довіру та переконаність;
- співчуття (Empathy) – турбота компанії та індивідуальна увага до клієнтів.

З метою оцінювання якості послуг використовуються результати двох етапів опитування клієнтів – очікування та сприйняття за кожним показником, при цьому різницю між сприйняттям та очікуванням автори розглядають як рівень якості послуг. Зазначений підхід було розроблено як

універсальний для сфери послуг, однак у подальшому його було інтерпретовано для банківського сектору [26, 36, 64].

Існуюча значна кількість варіацій підходів до оцінювання якості банківських послуг та зміна уподобань клієнтів з плином часу обумовлюють необхідність аналізу ступеня репрезентативності зазначених параметрів якості послуг, що знайшло своє відображення у наукових дослідженнях, присвячених визначенню зв'язку окремих характеристик якості банківських послуг з рівнем задоволення клієнтів, основні результати яких представлено у табл. 2.5.

Аналізуючи представлені результати, відмітимо, що дослідження впливу якості банківських послуг на задоволення клієнтів на прикладі малазійських банків, проведене Т. Л. Гонг, М. Маримуту [33] з використанням регресійних рівнянь для вимірювання впливу кожної з компонент методики SERVQUAL на рівень різниці між очікуваннями та сприйняттям клієнтами якості банківських послуг, засвідчило, що всі компоненти характеризуються статистично значимим позитивним зв'язком з залежною ознакою, сукупно визначаючи 60,1% варіації залежної ознаки.

У той же час, максимальний вплив має компонента матеріальність, тоді як на другому місці за ступенем впливу є параметри надійності, тобто надання послуг банком з дотриманням пропонованих умов та строків, які відповідають інтересам клієнта. Середнім у кількісному вимірі впливом, порівняно з іншими компонентами, характеризуються показники співчуття та впевненості, що пояснюється бажанням клієнта отримувати персоналізовані послуги, а також відчувати атмосферу довіри в банку. Найбільш низьким, але при цьому статистично значимим є вплив компоненти реактивність, що свідчить про позитивну роль готовності банківських співробітників виконувати індивідуальні запити клієнтів у досягненні бажаного рівня задоволення отримувачів банківських послуг.

Таблиця 2.5 – Результати оцінювання впливу якості банківських послуг на задоволення клієнтів у розрізі компонентів методики SERVQUAL

Автор, джерело	Інструментарій дослідження	Компоненти якості банківських послуг				
		Матеріальність (Tangibility)	Надійність (Reliability)	Реактивність (Responsiveness)	Впевненість (Assurance)	Співчуття (Empathy)
Т. Л. Гонг, М. Маримуту [33]	Коефіцієнти множинної регресії	0,466 (0,000)	0,307 (0,000)	0,130 (0,037)	0,227 (0,001)	0,247 (0,000)
Д. Мунусами, С. Чілія, Х. Мун [53]	Коефіцієнти множинної регресії	0,863 (0,000)	-0,206 (0,240)	0,179 (0,415)	0,109 (0,577)	0,140 (0,484)
Ф. Б. Гердевіше та ін. [25]	Коефіцієнти кореляції Пірсона	0,757	0,763	0,868	0,838	0,732
Г. Санджук [6464]	Коефіцієнти множинної регресії	0,798 (0,000)	-0,198 (0,233)	0,188 (0,421)	0,119 (0,538)	0,138 (0,491)
М. Мелаку [50]	Коефіцієнти кореляції Пірсона	0,501	0,512	0,585	0,606	0,487
	Коефіцієнти множинної регресії	0,225 (0,000)	0,019 (0,812)	0,227 (0,005)	0,363 (0,000)	0,122 (0,095)
К. Р. Бхатта, Б. П. Дургапал [9]	Коефіцієнти множинної регресії	0,261 (0,000)	0,299 (0,000)	0,150 (0,000)	0,070 (0,132)	0,233 (0,000)
Р. Фелікс [21]	Коефіцієнти парної регресії	-0,018 (0,685)	0,124 (0,006)	0,095 (0,033)	0,147 (0,001)	-0,014 (0,759)
Е. Шала, Б. Піра [68]	Частка важливості для клієнтів банку	17,06	21,55	25,34	18,96	17,06
Ф. Г. Гоуст та Е. Гнанадхас [26]	Коефіцієнти множинної регресії	0,134 (0,000)	0,249 (0,000)	0,189 (0,000)	0,104 (0,000)	0,210 (0,000)
В. Джейн, С. Гупта, С. Джейн [36]	Рівень сприйняття клієнтами банку	3,79	4,25	4,26	3,86	3,73
Т. Афрін [3]	Коефіцієнти множинної регресії	0,058 (0,389)	0,384 (0,001)	0,179 (0,156)	-0,074 (0,488)	0,253 (0,000)

Примітка: в дужках представлено параметр значимості коефіцієнта (прийнятний рівень $p < 0,05$)

При цьому результати аналогічного дослідження, проведеного Д. Мунусами, С. Чілія, Х. У. Мун [53], суттєво відрізняються від попередньо описаних. Зокрема, визначено, що статистично значимим позитивним впливом на рівень задоволення користувачів банківських послуг, характеризується лише компонента матеріальність, у той час як для решти змінних не було зафіксовано зв'язку з достатнім рівнем значимості. Також слід відмітити, що для такого параметра як надійність, було виявлено

від'ємний коефіцієнт зв'язку, що автори пов'язують з розвитком інтернет-банкінгу та дистанційного обслуговування, які забезпечують задоволення потреб клієнтів у цілодобовому режимі, та, відповідно, зниження вимог до якості роботи персоналу в підрозділах банку.

Варіацію зв'язку параметрів якості банківських послуг з рівнем задоволення клієнтів було виявлено також у дослідженні Ф. Б. Гердевіше та ін. [25], проведеному для відділень іранського банку Садерат, на основі розрахунків коефіцієнтів кореляції Пірсона. Так, максимальний рівень кореляції було зафіксовано для таких компонент як реактивність та впевненість (коефіцієнт кореляції перевищує 0,8), у той час як для інших параметрів зв'язок є також досить високим, але суттєво нижчим, ніж для попередніх показників (коливається від 0,732 до 0,763).

Г. Санджук за результатами дослідження, проведеного для банківського сектору Саудівської Аравії [64], робить висновок, що статистично значимий позитивний вплив на задоволення клієнтів демонструє лише група показників матеріальність. При цьому позитивний але незначимий зв'язок характерний для параметрів співчуття, впевненість та реактивність, тоді як оцінки, отримані для компоненти надійність, засвідчили обернену залежність з показником задоволення клієнтів, при цьому з недостатнім рівнем статистичної значимості, що не дає змогу зробити обґрунтованого висновку.

За результатами аналізу параметрів якості банківських послуг на прикладі опитування споживачів одного банку М. Мелаку [50] приходиться до висновку, що у розрізі вибірки високий рівень кореляції з рівнем задоволення клієнтів демонструють такі параметри як впевненість, реактивність та надійність, у той час як компоненти матеріальність та співчуття характеризуються середнім рівнем кореляції з цільовим індикатором. При цьому результати регресійного аналізу підтверджують незначну роль фактору співчуття у формуванні лояльності клієнтів (рівень значимості не відповідає прийнятній межі 5%), а також свідчать про відсутність впливу

рівня надійності у наданні банківських послуг на результативну ознаку, незважаючи на виявлену раніше кореляцію між змінними, тоді як параметр матеріальність виявляється значимою детермінантою формування бажаного рівня задоволення клієнтів. У той же час, для параметрів впевненість та реактивність підтверджено їх визначальну роль у забезпеченні якості банківських послуг, що відповідає потребам клієнтів.

Досліджуючи вплив різних складових якості банківських послуг на рівень задоволення клієнтів на прикладі непальських банків, К. Р. Бхатта, Б. П. Дургапал [9] приходять до висновку, що всі компоненти, крім впевненості, демонструють позитивний зв'язок, який є статистично значимим.

У даному контексті привертають увагу результати аналізу зв'язку якості банківських послуг та лояльності клієнтів, отримані Р. Фелікс [21], відповідно до яких статистично значимий позитивний зв'язок з індикатором задоволення клієнтів демонструють параметри надійності, реактивності та впевненість, у той час як компоненти матеріальність та співчуття характеризуються статистично незначимим оберненим зв'язком.

Дослідження релевантності окремих компонент якості банківських послуг, проведене на основі оцінювання їх сприйняття клієнтами групою авторів для сектору приватних банків Індії [36], засвідчило, що найбільш значиму роль відіграють такі компоненти як надійність та реактивність, у той час як співчуття та матеріальність виявилися найменш значимими.

Т. Афрін, аналізуючи якість послуг у банківському секторі Бангладеша [3], приходять до висновку, що статистично значимий вплив на рівень задоволення клієнтів демонструють лише компоненти надійність та співчуття.

Ф. Г. Гоуст та Е. Гнанадхас [26] аналізують вплив окремих компонентів якості банківських послуг на задоволення клієнтів у розрізі різних груп банків (державних, приватних та новостворених). Приведені в табл. 3.1 результати для приватних банків засвідчили, що всі параметри мають

статистично значимий позитивний вплив, який у кількісному вираженні є максимальним для таких компонент як надійність та співчуття, а мінімальним – для компоненти впевненості. При цьому для новостворених банків спостерігається максимальна роль параметрів співчуття і надійності, а також матеріальності та мінімальному впливі компоненти реактивності при достатньому рівні статистичної значимості всіх індикаторів. У той же час, для сектору державних банків статистично значимим виявився вплив виключно таких параметрів як надійність та співчуття. Привертають увагу також результати розрахунків, проведених для різних груп споживачів банківських послуг у розрізі критеріїв віку, статі, місця проживання, сектору зайнятості, рівня освіти та рівня доходу. Так, дослідниками було виявлено, що для клієнтів банків молодшої вікової групи статистично значимими параметрами якості банківських послуг, які впливають на рівень їх задоволення, виступають надійність та впевненість, для клієнтів середнього віку – реактивність, впевненість та співчуття, для клієнтів старшого віку – всі фактори, крім впевненості. У той же час, для чоловіків статистично значимими індикаторами є надійність та реактивність, у той час як для жінок – реактивність, впевненість, матеріальність, співчуття. Рівень задоволення клієнтів банків, які проживають у міській місцевості, більшою мірою визначають параметри надійності, реактивності та співчуття, тоді як для клієнтів, що проживають у сільській місцевості, не було виокремлено статистично значимих компонент. Рівень впливу різних характеристик якості банківських послуг на задоволення клієнтів було визначено у розрізі трьох секторів їх зайнятості – сектор сільського господарства (статистично значимими стали параметри надійність та співчуття), наймані працівники (надійність, реактивність та впевненість) та особи, зайняті у власному бізнесі (надійність, реактивність та співчуття). Компонентами, що визначають задоволення клієнтів банку з базовою освітою, стали реактивність та впевненість, для клієнтів з середньою освітою – надійність, реактивність та співчуття, для клієнтів з вищою освітою – всі параметри, крім матеріальності.

Для клієнтів з низьким рівнем доходу статистично значимими факторами впливу на рівень їх задоволення стали надійність та співчуття; середнім рівнем – надійність, співчуття та реактивність; високим рівнем – всі параметри.

Слід відмітити оригінальний метод дослідження ролі окремих компонент в оцінюванні якості банківських послуг, який використали Е. Шала, Б. Піра [68] – у процесі опитування клієнтам банку було запропоновано розподілити 100 балів між п'ятьма напрямками параметрів якості банківських послуг відповідно до суб'єктивного рівня важливості кожної з компонент. Відповідно до отриманих результатів, найбільш важливим параметром на думку респондентів виступає реактивність. На другому місці знаходиться компонента надійність, у той час як параметри впевненості мають середній рівень важливості з точки зору оцінювання якості банківських послуг. Найменш важливими компонентами клієнти банку вважають матеріальність та співчуття, що суттєво відрізняється від результатів економетричного моделювання, отриманих іншими авторами, які було зазначено вище.

Схожий підхід було використано в дослідженні, проведеному Б. Джугурнат, Дж. Новбуцінг, М. Рамен [39], одним з етапів якого виступило опитування користувачів банківських послуг щодо важливості окремих індикаторів методики SERVQUAL, за підсумками якого було визначено п'ять найбільш важливих та п'ять найменш важливих факторів. Відповідно до отриманих авторами результатів, найбільш важливим показником якості банківських послуг виступив такий індикатор надійності як зацікавленість у вирішенні проблем клієнта. Окрім того, важливими факторами стали надання якісних послуг з першого разу як індикатор надійності, індивідуальна увага до клієнта як параметр співчуття, безпечність транзакцій як фактор впевненості, а також бажання допомогти як параметр реактивності. У свою чергу, найменш важливим фактором у забезпеченні якості банківських послуг більшість респондентів визначили такий параметр співчуття як

зручність робочого часу. Також було відмічено незначну роль такого фактора надійності як надання послуг у визначений час та майже всіх індикаторів групи матеріальність, а саме сучасного вигляду обладнання, візуальної привабливості об'єктів, та візуальної привабливості матеріалів, пов'язаних з наданням послуги.

Також варто відмітити результати, отримані авторами при проведенні дослідження впливу суб'єктивних характеристик користувачів банківських послуг на оцінювання ними їх якості. Так, було визначено, що стать респондентів не має значимого ефекту при оцінюванні таких параметрів як матеріальність, впевненість та співчуття, у той час як оцінки якості банківських послуг з точки зору надійності та реактивності є чутливими до фактору статі. Крім того, оцінки за всіма параметрами виявилися чутливими до таких факторів як місце проживання респондентів (міська чи сільська місцевість), вік та рівень доходу. Поруч з цим, такі фактори як рівень освіти та рід зайнятості споживачів банківських послуг обумовлюють різне сприйняття їх якості за всіма параметрами крім матеріальності.

Аналізу впливу профілю користувачів банківських послуг на оцінювання їх якості приділено також увагу у дослідженні якості послуг банків Індії, проведеному групою авторів на чолі з М. Нагабушанам [1], за результатами якого було виявлено, що вікові групи користувачів банківських послуг у віці до 25 років, 35-44 роки, 55-64 роки схильні оцінювати якість банківських послуг в середньому суттєво нижче, ніж групи у віці 25-34 роки, 45-54 роки та старше 65 років. У той же час, жінки оцінюють якість банківських послуг вище ніж чоловіки, тоді як розподіл оцінок з урахуванням сфери зайнятості респондентів варіюється наступним чином: максимальні оцінки надали особи, зайняті у власному бізнесі, на другому місці – пенсіонери, приблизно однаковий рівень отримано за оцінками найманих працівників та осіб, що займаються незалежною професійною діяльністю, а найнижче якість банківських послуг схильні оцінювати студенти та особи, що займаються домашнім господарством. Розподіл оцінок

відносно рівня доходу респондентів в загальному характеризується тенденцією зростання сприйнятого рівня якості зі зростанням доходу. При цьому досить цікавою є залежність оцінок від терміну користування рахунками банку окремого респондента – мінімальну середню оцінку надали особи, які використовують банківський рахунок протягом 4-8 років, середні оцінки схильні надавати клієнти банку, які користуються рахунками до 3 років або у проміжку 9-15 років, а максимально якість банківських послуг оцінюють особи, які є власниками рахунків більше ніж 15 років. Поруч з цим, автори, базуючись на застосуванні інструментарію ANOVA для ідентифікації статистично значимих характеристик профілю респондентів при оцінюванні якості банківських послуг, визначили, що суттєвими є такі фактори, як сфера зайнятості та рівень доходу, у той час як вік, стать та тривалість користування банківським рахунком є параметрами, якими можна знехтувати при проведенні аналізу результатів опитування.

У контексті вибору системи оцінювання якості банківських послуг, здатної максимально об'єктивно врахувати інтереси та пріоритети клієнтів банку, слід звернути увагу на дослідження, проведене М. Масукюджаман та А. Актер [49]. На основі аналізу результатів опитування автори виокремлюють найбільш та найменш важливі фактори, які, на думку клієнтів банку, визначають якість банківських послуг у розрізі трьох напрямків – загальні банківські послуги, кредитні та валютні послуги. Отже, за напрямком загальних банківських послуг було розглянуто 7 факторів, які було проранжовано наступним чином: найбільш важливим параметром стала відсутність помилок при знятті коштів, на другому місці – швидке обслуговування клієнтів, наступними за значимістю стали легке відкриття рахунку та задовільний відсоток за депозитами, менш важливим фактором було визнано доступність всіх типів комісій та зборів, а найнижче було оцінено роль таких параметрів як ефективна система електронного банкінгу та широка доступність послуг банкоматів.

Якість кредитних послуг клієнтам було запропоновано оцінити за допомогою набору 6 параметрів, ступінь важливості яких було визначено в наступному порядку: найвищий рівень пріоритету отримав показник видачі банком кредитів з забезпеченням, наступна роль відведена часу на видачу кредиту, на третьому місці – простота процедури сплати кредиту, на четвертому – гнучкість банку щодо відстрочення терміну сплати, тоді як найменш важливими визначено параметри вартості комісійних платежів, пов'язаних з кредитом, та видача кредиту за задовільною процентною ставкою.

При оцінці якості валютних послуг було розглянуто 4 фактори, серед яких найбільш важливим клієнти визнали швидкий сервіс при переказі коштів, на другому місці виступив параметр простоти операцій, наступним за значимістю фактором став розмір платежів при перерахуванні коштів, а найменш важливим фактором виступила комісія банку. Таким чином, зазначені результати засвідчили, що серед нецінових факторів, які банк має в першу чергу контролювати з метою забезпечення підвищення якості банківських послуг, знаходяться швидкість обслуговування та простота банківських операцій.

Аналізуючи представлені результати з точки зору можливості ранжування окремих компонент якості банківських послуг за ступенем їх репрезентативної значимості та придатності для врахування пріоритетів клієнтів під час оцінювання можна зробити наступні висновки:

– матеріальність є статистично значимим параметром впливу на рівень задоволення клієнтів у шести з восьми досліджень, проведених з використанням регресійного аналізу, однак, при цьому рівень кореляції з рівнем задоволення клієнтів є не дуже високим порівняно з іншими компонентами, а відповідно до рівня важливості на думку клієнтів даний параметр займає останню та передостанню позицію. При цьому три з чотирьох критеріїв оцінювання для клієнтів банку не мають важливого значення при оцінюванні якості банківських послуг;

– компонента надійність є досить важливою для клієнтів (друге місце в загальному рейтингу), а також має значний вплив на рівень їх задоволення, що підтверджено результатами більшості проведених досліджень. Відповідно до розподілу критеріїв за ступенем пріоритетності для клієнтів з п'яти параметрів два потрапили в групу найбільш важливих, а один – до найменш значимих;

– пріоритетним параметром якості банківських послуг клієнти вважають реактивність, яка, до того ж, характеризується високим ступенем зв'язку з рівнем задоволення споживачів банківських послуг та підтвердженим розрахунками статистично значимим впливом на його динаміку. Найбільш важливим критерієм даної групи респонденти відмітили бажання допомогти;

– незважаючи на той факт, що впевненість має високий ступінь кореляції з рівнем задоволення клієнтів порівняно з іншими показниками, значимість її впливу на даний показник підтверджує лише половина проведених досліджень, а ступінь важливості клієнти оцінюють як середній, вважаючи найбільш суттєвим її параметром безпечність транзакцій;

– компонента співчуття демонструє в цілому незначиму позицію у системі параметрів якості банківських послуг – її вплив на рівень задоволення клієнтів підтверджено лише в 50% випадків, кореляційний зв'язок є найбільш низьким порівняно з іншими компонентами, а також, на думку клієнтів, даний параметр займає останню позицію в рейтингу важливості. При цьому важливе значення у розрізі даної компоненти має індивідуальна увага до клієнта, а неістотним критерієм визначено зручність робочого часу.

У той же час, аналізуючи методику оцінювання якості послуг на основі підходу SERVQUAL, відмітимо, що її реалізація передбачає визначення оцінок з боку клієнтів у два етапи на основі п'ятибальної шкали – оцінювання очікувань від банківських послуг, яке відбувається до моменту банківського обслуговування, а також оцінювання на основі сприйняття

банківських послуг, що проводиться за результатами наданої банком послуги. При цьому якість банківських послуг розраховується як різниця між сприйняттям та очікуванням. Даний розрахунковий показник може бути використаний також з точки ілюстрування рівня задоволення клієнтів, причому позитивне значення відображає ситуацію, коли клієнт задоволений якістю банківської послуги/послуг, а від'ємне значення – ситуацію, коли клієнт незадоволений існуючим рівнем якості. Слід відзначити, що подібна методика має певні недоліки – по-перше, процедура її реалізації є складною та тривалою як з точки зору зусиль, спрямованих на забезпечення організації процедури оцінювання з боку банку, так і з точки зору кількості часу, витраченого клієнтом на заповнення двох оціночних форм; по-друге, бальна шкала для оцінювання характеризується значним рівнем суб'єктивності клієнтів при визначенні балу для певного критерію.

Враховуючи все вищезазначене пропонуємо модифікувати традиційний підхід SERVQUAL з урахуванням сучасних потреб та пріоритетів клієнтів при оцінюванні якості банківських послуг шляхом зміни розподілу кількості показників між компонентами, а також виключення найменш важливих з точки зору клієнтів критеріїв та доповнення їх складу актуальними параметрами. Окрім того, з метою спрощення процедури сприйняття критеріїв для оцінювання та, відповідно, адекватності отриманих результатів, вважаємо за доцільне удосконалити також шкалу оцінювання на основі використання методу семантичного диференціалу Ч. Осгуда [55]. Даний метод передбачає використання антонімічних пар характеристик для оцінювання кожного з критеріїв, при цьому клієнт обирає оцінку в діапазоні $[-3;3]$, де -3 характеризує цілковиту згоду з негативною характеристикою критерію, 3 – цілковиту згоду з позитивною характеристикою, 0 – якщо клієнту складно визначитися з характеристикою критерію. Таким чином, нова інтерпретація підходу SERVQUAL для оцінювання якості банківських послуг представлена на рис. 2.10.

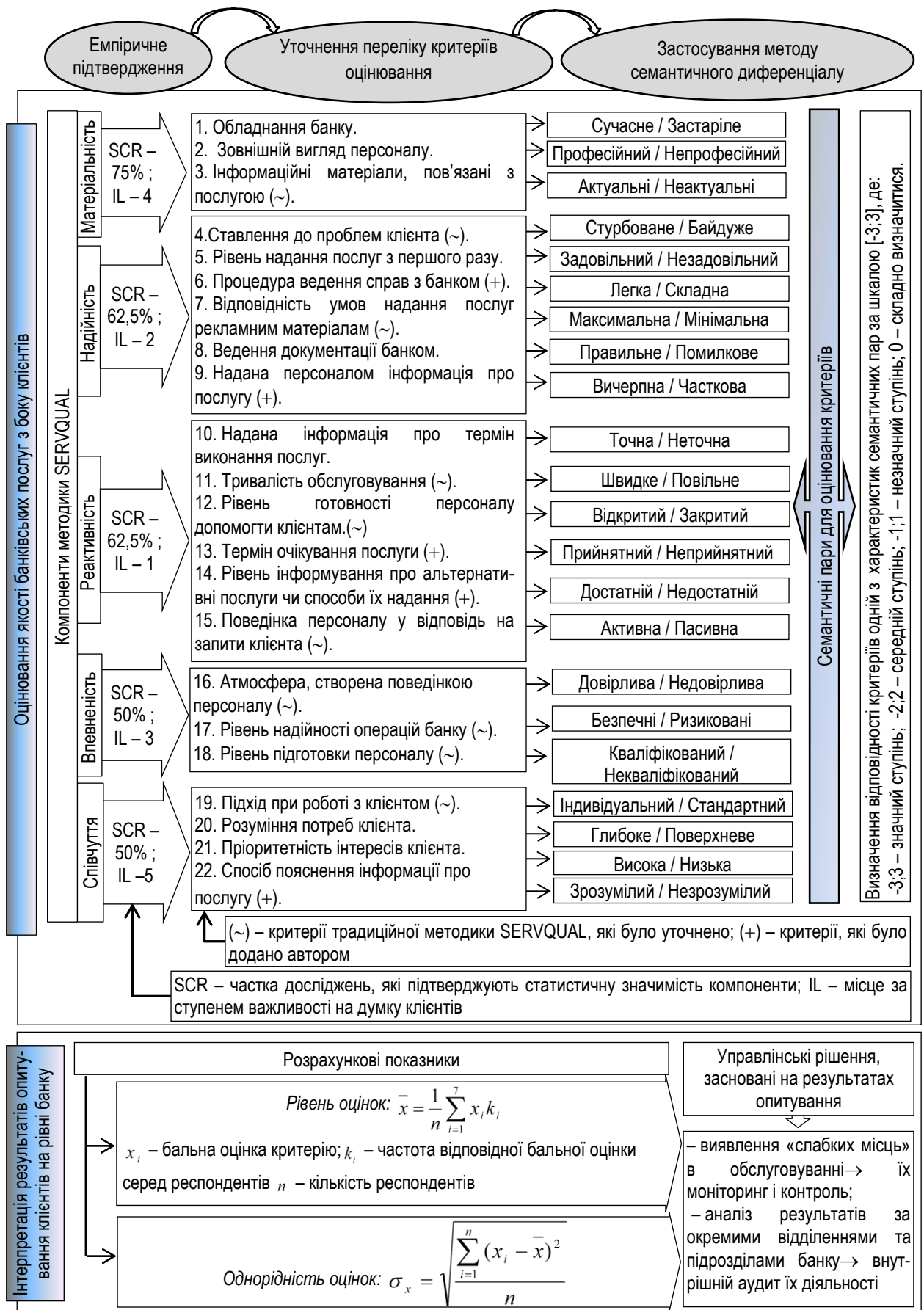


Рисунок 2.10 – Методичні засади оцінювання якості банківських послуг

Відмітимо, що в цілому компонента матеріальність не була оцінена як пріоритетна при визначенні важливих параметрів якості банківських послуг з боку клієнтів, саме тому було запропоновано звужити чисельність її критеріїв з урахуванням інтересів споживачів банківських послуг. Так, серед традиційних критеріїв даної групи найбільш важливим клієнти вважають зовнішній вигляд персоналу, що набуло продовження також і у пропонованому підході. При цьому, активний розвиток інформаційних технологій потребує також використання модернізованого обладнання, здатного забезпечити додаткові опції, важливі для клієнтів (e-banking, SMS-інформування, захист персональних даних), тому доцільним є модифікація критерію «обладнання банку має сучасний вигляд» у форму, при якій клієнту пропонується оцінити сучасність обладнання банку, та, відповідно, ступінь технологічності банківських операцій. У той же час, важливим аспектом якості банківських послуг вважаємо релевантність інформації, представленої у матеріалах, що надаються клієнту, що було відображено у вигляді останнього критерію даної групи

У контексті оцінювання компоненти «надійність» пропонуємо залишити чотири з п'яти існуючих критеріїв, які мають важливе значення на думку клієнтів (при цьому недоброчесна маркетингова політика банків часто передбачає наявність у рекламних матеріалах інформації, яка лише частково відображає умови надання послуг, що обумовило модифікацію формулювання відповідного критерію). У той же час, недостатній рівень обізнаності клієнтів банку вимагає максимального їх інформування про специфіку банківських послуг з боку співробітників, що обумовило доповнення складу критеріїв відповідним параметром. А також слід відмітити, що за результатами опитування параметр відповідності терміну надання послуги заявленому часу є недостатньо важливим з точки зору клієнтів банку, тому його було виключено з переліку, тоді як простота процедури ведення справ з банком була відмічена клієнтами як важливий

аспект якості банківських послуг, що обумовило необхідність доповнення складу критеріїв відповідним індикатором.

Представлені на рисунку пропозиції по удосконаленню підходу до оцінювання компоненти реактивність передбачає доповнення чотирьох існуючих критеріїв, які мають важливе значення для клієнтів, ще двома параметрами, одним з яких є рівень інформування про асортимент послуг банку, який може забезпечити максимальне задоволення потреб клієнта при виборі оптимальної послуги та прийнятних умов її надання, а інший ілюструє тривалість очікування в банку, що в окремих випадках обумовлює вибір банку для обслуговування, а також формує сукупний рівень задоволення клієнтів ще на етапі початку співпраці з банком, тобто, є важливим для нових клієнтів у роздрібному обслуговуванні.

Серед традиційних критеріїв, представлених у складі компоненти впевненість, клієнтами не було визначено суттєвого рівня значущості для показника ввічливості персоналу, у той час як решта критеріїв представляють істотний вплив на задоволення клієнтів, тому дану компоненту вважаємо за доцільне представити у вигляді набору 3 критеріїв. При цьому пропонуємо використовувати формулювання «атмосфера, створена поведінкою персоналу» для відображення впливу поведінки персоналу на стан впевненості в якості та довіри клієнта до банку.

Найменш значущою компонентою оцінювання якості банківських послуг клієнти визначили співчуття, тому склад її критеріїв потребує звуження з п'яти до чотирьох критеріїв.

Отже, важливими з точки зору клієнтів, є такі існуючі критерії для оцінювання якості банківських послуг як індивідуальна увага співробітників, пріоритетність інтересів, а також розуміння специфічних потреб, що знайшло своє відображення як у традиційній концепції SERVQUAL, так і у пропонованому підході. При цьому зручність операційного часу більшість клієнтів вважає неістотним параметром якості, що обумовило виключення його зі складу критеріїв, що є доцільним також з точки зору обмежень

робочого часу співробітників вимогами трудового законодавства. Окрім того, такий показник як турбота при роботі з клієнтами частково проявляється при оцінюванні інших параметрів, а також характеризується високим рівнем суб'єктивності, тому його також було виключено. У той же час, склад компоненти було доповнено таким параметром як спосіб пояснення інформації про послугу, що відображає надання інформації простою для клієнта мовою з мінімальним використанням специфічної банківської лексики.

При цьому слід відмітити, що аналіз наданих клієнтами банків оцінок у розрізі представлених антонімічних пар з метою визначення якості банківських послуг доцільно проводити на основі двох показників – середнього значення та середнього квадратичного відхилення. Середнє значення, розраховане за формулою (2.1), відображає сукупний рівень оцінок, який було визначено вибіркою клієнтів для окремого критерію.

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^7 x_i k_i \quad (2.1)$$

де x_i – бальна оцінка відповідності критерію одній з характеристик семантичної пари;

k_i – частота відповідної бальної оцінки серед сукупності респондентів

n – кількість респондентів.

Середнє квадратичне відхилення, розраховане за формулою (2.2), відображає ступінь розсіювання оцінок відносно середнього рівня, що ілюструє однозначність позиції клієнтів щодо певного рівня якості банківських послуг.

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}} \quad (2.2)$$

Відмітимо, що дані індикатори можуть бути розраховані як відносно окремого критерію, так і узагальнені у розрізі певної компоненти чи в цілому якості банківських послуг на основі середнього арифметичного значення.

У той же час, імплементація розробленого підходу в практику має бути пов'язана також з урахуванням у процесі аналізу індивідуальних характеристик профілю респондента, у розрізі яких доцільно проводити аналіз з метою отримання максимально об'єктивних та однорідних результатів. Зокрема, враховуючи результати проведених раніше досліджень, пропонуємо при оцінюванні зазначати також такі параметри профілю респондента як стать, рівень освіти, сфера зайнятості та рівень доходу. Отже, зразок форми для оцінювання якості банківських послуг, яка може бути використана в банківській практиці наведено в додатку В.

Отримані наукові результати відображають методикку реалізації важливого етапу концепції управління якістю банківських послуг – визначення рівня якості з боку клієнтів банку, що створює підґрунття для виокремлення факторів, на регулюванні яких мають бути розставлені акценти при побудові системи управління якістю банківських послуг у практиці конкретного банку.

2.3 Методичні засади оцінювання ролі розвитку кадрового забезпечення у підвищенні якості банківських послуг

Важливою складовою ефективності функціонування установ у сфері послуг є їх кадрове забезпечення. Саме кадрова політика банків визначає якість процесу обслуговування клієнтів, рівень компетентності та мотивації персоналу, його внесок у прийняття управлінських рішень. При цьому, незважаючи на наявність чіткої ієрархічної та функціональної організаційної структури банку, важливе значення має формування єдиної корпоративної

культури, чітке розуміння місії та стратегії конкретного банку працівниками всіх без винятку його структурних підрозділів. У зв'язку з цим, необхідною компонентою управління якістю банківських послуг є забезпечення постійного розвитку та навчання персоналу, застосування фінансових та нефінансових інструментів мотивації його ефективної та добросовісної роботи.

Проблемам кадрової політики банківського сектору України присвячено ряд наукових досліджень. Так, Н. В. Ізюмцева та В. О. Пономаренко зазначають, що банкам України притаманно вирішення конфлікту фінансових інтересів акціонерів банку та вимог забезпечення ефективності його функціонування за рахунок скорочення витрат на персонал [154], що призводить до скорочення чисельності персоналу, зростання його плинності та відтоку кваліфікованих працівників. Іншою проблемою є відсутність комплексної стратегії розвитку персоналу в українських банках, підміна заходів мотивації персоналу системою штрафів та покарань, недостатнє спрямування зусиль на формування корпоративної культури та організації командної роботи персоналу банку [114].

Заходи щодо розвитку кадрового забезпечення банку мають бути комплексними та поєднувати різні напрямки стимулювання ефективності виконання професійних обов'язків працівниками банку. Так, О. С. Бадзим та С. М. Береснев класифікують форми мотивації працівників банку на матеріальні та нематеріальні. Матеріальні засоби стимулювання включають систему надбавок, бонусів та винагород, які можуть встановлюватися за персональні чи колективні досягнення та за підсумками різних звітних періодів. Нематеріальні форми мотивації умовно розподіляються на корпоративно-системні – навчання та кар'єрне зростання, формування та підтримка корпоративної культури, іміджу банку тощо; соціально-психологічні – публічне визнання, покращення умов праці, реалізація корпоративних проектів та ініціатив та ін.; соціально-побутові – пільгові

умови користування банківськими послугами, медичне та пенсійне страхування, пакет соціальних послуг тощо [93].

Зарубіжні дослідження щодо розвитку кадрового забезпечення банків зосереджені переважно на особливостях імплементації та ефективності функціонування концепції TQM. Так, за результатами дослідження, проведеного на прикладі банків Йорданії, було виявлено, що впровадження принципів TQM має істотний вплив на ефективність управління персоналом банку. Зокрема, значний вплив зафіксовано за напрямками підготовки та розвитку персоналу, ефективності його роботи, планування персоналу. У той же час, за напрямком компенсації було визначено обмежений рівень впливу [46].

Висновки з комплексного дослідження щодо управління персоналом на прикладі банків Індії засвідчили, що основними заходами, спрямованими на зростання ефективності банківських працівників є:

- зустрічі з персоналом – формування команди, спільне обговорення цілей та завдань, участь співробітників у розвитку банку;
- колективні обговорення (мозковий штурм) – залучення співробітників до генерування ідей та пропозицій щодо розвитку банку та альтернатив щодо вирішення проблем у його функціонуванні;
- постійне навчання – саморозвиток співробітників через організацію внутрішніх та зовнішніх навчальних заходів;
- постійне зростання якості – формування корпоративної культури, прихильності і залучення працівників до управління якістю [37].

Польські дослідники Р. Стасяк-Бетлеєвська та Д. Росак-Широцка підкреслюють взаємозв'язок персоналу, власників банку та клієнтів в управлінні якістю банківських послуг (рис. 2.11).

Аналіз сучасних особливостей реалізації кадрової політики українськими банками на основі даних опублікованих ними річних звітів засвідчив відсутність єдиного вектору реалізації заходів з розвитку кадрового забезпечення.

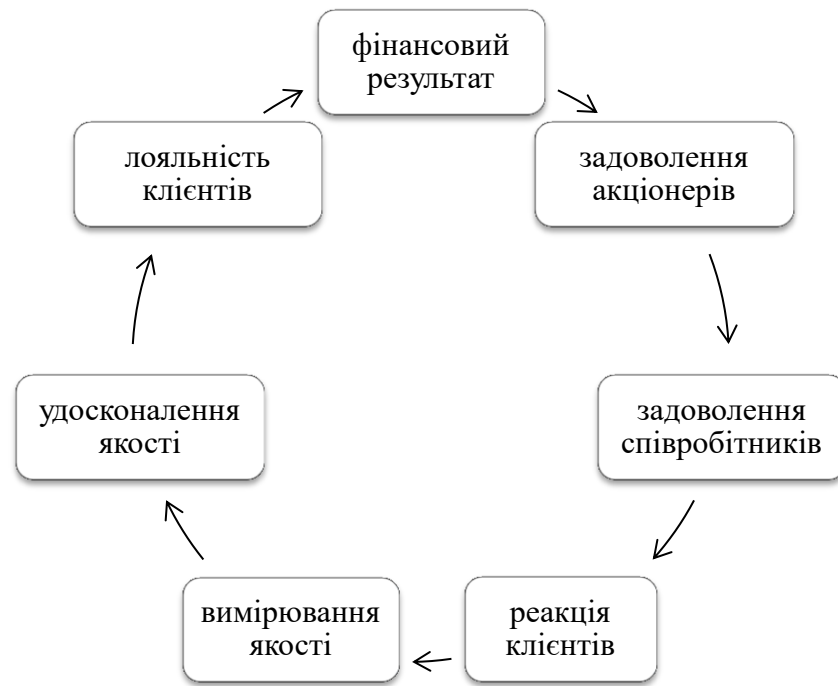


Рисунок 2.11 – Цикл удосконалення якості банківських послуг [73]

Агрегування та узагальнення наявних фрагментарних даних щодо здійснення заходів з управління персоналом дозволив визначити наявність трьох основних напрямків – фінансове забезпечення персоналу банку (за рахунок заробітної плати та інших витрат на персонал), рівень та розвиток освіти працівників банку (залученість персоналу банку до участі у зовнішніх та внутрішніх навчальних заходах), організація навчальних заходів у банку (зусилля банку, спрямовані на забезпечення постійного навчання персоналу). З метою оцінювання ефективності політики розвитку кадрового забезпечення банку доцільно провести оцінювання впливу основних показників розвитку персоналу банку на параметри, що ілюструють зростання якості банківських послуг. Для проведення оцінювання було агреговано дані та розраховано 13 кількісних показників розвитку кадрового забезпечення у розрізі трьох зазначених раніше груп.

Показниками фінансового забезпечення розвитку персоналу банку визначені:

– Sal – рівень середньої заробітної плати, розрахований як відношення фонду оплати праці до середньоспискової чисельності штатних працівників, грн.;

– Sal_G – зростання заробітної плати, розраховане як відношення середньої заробітної плати звітного року до рівня показника попереднього року, %

– OE – середній рівень інших витрат, пов'язаних з розвитком персоналу, розрахований як відношення інших витрат на персонал (витрати на навчання, відрядження тощо) до середньоспискової чисельності штатних працівників, грн.;

– NPF – наявність відрахувань на користь працівників до недержавного пенсійного фонду, оцінена як фіктивна змінна зі значенням 1 при наявності таких відрахувань та 0 при їх відсутності.

Показники рівня та розвитку освіти працівників банку:

– Ed – рівень вищої освіти персоналу, розрахований як частка працівників, що мають вищу освіту, у середньосписковій чисельності штатних працівників, %

– SP_L – рівень навчання працівників, розрахований як частка працівників, що пройшли навчання протягом року, у середньосписковій чисельності штатних працівників, %

– SP_G – зростання навчання працівників, розраховане як відношення кількості працівників, що пройшли навчання протягом звітного року, до показника попереднього року, %;

– ELP_L – рівень дистанційного навчання працівників, розрахований як частка працівників, що пройшли дистанційне навчання протягом року, у середньосписковій чисельності штатних працівників, %

– ELP_G – зростання дистанційного навчання, розраховане як відношення кількості працівників, що пройшли дистанційне навчання протягом звітного року, до показника попереднього року, %.

Організація навчальних заходів у банку представлена наступними показниками:

- IT – кількість внутрішніх навчальних заходів у банку, од.;
- IT_G – зростання внутрішніх навчальних заходів, розраховане як кількість заходів у звітному році до показника попереднього року, %;
- ELN – кількість програм дистанційного навчання у банку, од.;
- ELN_G – зростання кількості програм дистанційного навчання розраховане як кількість програм у звітному році до показника попереднього року, %.

Статистичні дані щодо розвитку кадрового забезпечення було сформовано на основі даних річних звітів, опублікованих на офіційних сайтах 10 українських банків [192-200, 204] за період 2006-2017 років.

Результативні показники зростання якості банківських послуг у результаті розвитку кадрового забезпечення банку було сформовано у розрізі двох груп – зовнішні характеристики та внутрішні параметри банківської ефективності.

Зовнішніми показниками оцінювання якості банківських послуг було обрано складові рейтингу стійкості банків порталу «Мінфін»:

- стресостійкість банку – здатність банку протистояти внутрішнім і зовнішнім ризикам, вимірюється у бальних оцінках за шкалою від 1 до 5;
- лояльність вкладників – прихильність клієнтів банку до його депозитних продуктів і успішність діяльності банку на роздрібному сегменті депозитного ринку, вимірюється у бальних оцінках за шкалою від 1 до 5 [220].

Внутрішніми параметрами зростання якості банківських послуг було обрано фінансові показники банківської діяльності:

- рентабельність активів банку – як основний результативний індикатор ефективності банківської діяльності, зростання якого свідчить про підвищення ефективності організації банківських процесів у цілому,

вимірюється як відношення прибутку до оподаткування до сукупних активів банку, %;

– зростання депозитів – як характеристика прихильності вкладників та зростання рівня довіри до банку, вимірюється як темп росту вкладників банку, %;

– частка проблемних кредитів – як індикатор якості активів банку, зниження якого свідчить про підвищення ефективності роботи з позичальниками, вимірюється як частка кредитів IV та V категорії якості у кредитному портфелі банку, %.

Враховуючи теоретичні залежності між розвитком кадрового забезпечення банку та результатами його функціонування було висунуто ряд гіпотез щодо впливу напрямків розвитку кадрового забезпечення банку на фінансові та нефінансові показники зростання якості банківських послуг, які демонструє табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Гіпотези щодо напрямків впливу розвитку кадрового забезпечення на показники зростання якості банківських послуг

Показники зростання якості банківських послуг	Фінансове забезпечення персоналу банку	Рівень та розвиток освіти працівників банку	Організація навчальних заходів в банку
Лояльність вкладників банку, [1;5]	стимулюючий	стимулюючий	стимулюючий
Стресостійкість банку, [1;5]	стимулюючий	стимулюючий	стимулюючий
Рентабельність активів банку, %	стримуючий	стимулюючий	стимулюючий
Частка проблемних кредитів банку, %	стримуючий	стримуючий	стримуючий
Зростання депозитів банку, %	стимулюючий	стимулюючий	стимулюючий

Оцінювання проведено за допомогою багаторівневої моделі зі змішаними ефектами, яка дозволяє врахувати як фіксовані, так і випадкові моменти. Перевагою зазначеної моделі є можливість її використання для

часових рядів з пропущеними значеннями, що є особливістю статистичної вибірки даних для даного дослідження.

Результати оцінювання впливу розвитку кадрового забезпечення банків на лояльність вкладників представлені у табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Результати оцінювання впливу кадрового забезпечення банку на лояльність вкладників банку

Факторна ознака	Коефіцієнт впливу	Станд. похибка	z	P> z	Нижні 95%	Верхні 95%	Параметри адекватності моделі	
							Wald chi2	Prob > chi2
Sal	9,18E-06	1,42E-05	0,65	0,522	-1,94E-05	3,77E-05	0,42	0,5217
Sal _G	0,0030	0,0032	0,94	0,354	-0,0034	0,0093	0,88	0,3538
OE	5,73E-06	6,20E-06	0,92	0,362	-6,87E-06	1,83E-05	0,85	0,3621
NPF	0,3024	0,1065	2,84	0,066	-0,0367	0,6414	8,06	0,0657
Ed	0,0394	0,0144	2,74	0,006	0,0112	0,0676	7,49	0,0062
SP _L	-0,0112	0,0089	-1,25	0,227	-0,0299	0,0076	1,56	0,2273
SP _G	-0,0015	0,0013	-1,15	0,266	-0,0044	0,0013	1,32	0,2657
ELP _L	-0,0006	0,0092	-0,07	0,945	-0,0187	0,0174	0,00	0,9454
ELP _G	0,0058	0,0052	1,12	0,265	-0,0044	0,0159	1,24	0,2645
IT	-0,0013	0,0008	-1,61	0,137	-0,0030	0,0005	2,58	0,1366
IT _G	0,0006	0,0009	0,68	0,496	-0,0011	0,0023	0,46	0,4957
EL _N	0,0075	0,0023	3,21	0,008	0,0024	0,0125	10,28	0,0075
ELN _G	-0,0011	0,0032	-0,36	0,720	-0,0073	0,0051	0,13	0,7200

Аналізуючи результати оцінювання впливу фінансового забезпечення розвитку персоналу банку на лояльність вкладників, відмітимо, що за показниками середнього рівня та зростання заробітної плати не було зафіксовано статистично значимого впливу на лояльність вкладників банку, аналогічно як і за іншими витратами на персонал. У той же час, наявність у банку додаткового пенсійного забезпечення працівників шляхом відрахувань до недержавного пенсійного фонду має стійкий позитивний вплив на зростання лояльності вкладників банку. Серед складових рівня та розвитку освіти персоналу банку статистично значимий позитивний вплив було зафіксовано лише за показником частки персоналу з вищою освітою, у той час як параметри участі працівників у навчальних заходах та програмах

дистанційного навчання не характеризуються наявністю стійких залежностей з рейтингом лояльності вкладників банку. Варто відмітити, що у складі показників, що характеризують організацію навчальних заходів у банку, позитивний вплив на зростання лояльності вкладників демонструє показник загальної кількості програм дистанційного навчання, тоді як інші показники виявилися статистично незначимими.

Підсумовуючи результати даного блоку оцінювання, відмітимо, що в цілому лояльність вкладників характеризується наявністю часткових залежностей за всіма компонентами розвитку кадрового забезпечення, що дозволяє підтвердити висунуті гіпотези щодо напрямків впливу. З іншого боку, відзначимо також той факт, що за більшістю індикаторів розвитку кадрового забезпечення не було отримано статистично значимих результатів, що не дозволяє сформулювати остаточних висновків щодо комплексного підтвердження висунутих гіпотез, але й не дозволяє спростувати їх, що може бути вирішено шляхом розширення статистичної бази дослідження за умови зростання кількості банків, що відображають необхідну інформацію у їх річних звітах.

Наступним показником, залежність динаміки якого від розвитку кадрового забезпечення було досліджено, є стресостійкість банку. Результати оцінювання демонструє табл. 2.8.

З даних таблиці можемо зробити висновок, що фінансове забезпечення розвитку персоналу банку має статистично значимий вплив на стресостійкість банку лише за компонентою наявності відрахувань до недержавних пенсійних фондів. У той же час, обернений напрямок впливу обумовлений відволіканням коштів від основної банківської діяльності, яке позначається на фінансових показниках банку більшою мірою, ніж зростання його ефективності за рахунок підвищення мотивації персоналу, що не дозволило підтвердити висунуту гіпотезу про стимулюючий напрямок впливу.

У розрізі напрямку рівня та розвитку освіти персоналу банку було виявлено статистично значимий вплив на стресостійкість банку за показником частки працівників, що пройшли дистанційне навчання протягом року, напрямком якого підтверджує попередньо виявлену тенденцію щодо оберненого впливу фінансування розвитку кадрового забезпечення на стресостійкість банку, який не компенсується зростанням ефективності за рахунок підвищення компетентності персоналу та не дозволяє підтвердити висунуту гіпотезу щодо стимулюючого напрямку впливу.

Таблиця 2.8 – Результати оцінювання впливу кадрового забезпечення банку на стресостійкість банку

Факторна ознака	Коефіцієнт впливу	Станд. похибка	z	P> z	Нижні 95%	Верхні 95%	Параметри адекватності моделі	
							Wald chi2	Prob > chi2
Sal	-1,03E-05	1,18E-05	-0,87	0,387	-3,40E-05	1,34E-05	0,76	0,3874
Sal _G	0,0032	0,0025	1,26	0,208	-0,0018	0,0082	1,58	0,2082
OE	1,86E-06	5,32E-06	0,35	0,729	-8,95E-06	1,27E-05	0,12	0,7288
NPF	-0,4757	0,1703	-2,79	0,005	-0,8095	-0,1419	7,80	0,0052
Ed	-0,0635	0,1120	-0,57	0,601	-0,3745	0,2476	0,32	0,6013
SP _L	0,0048	0,0058	0,82	0,412	-0,0066	0,0161	0,67	0,4123
SP _G	-0,0003	0,0014	-0,19	0,849	-0,0032	0,0027	0,04	0,8491
ELP _L	-0,0146	0,0074	-1,96	0,050	-0,0292	6,70E-07	3,84	0,0500
ELP _G	0,0062	0,0051	1,22	0,223	-0,0038	0,0161	1,49	0,2228
IT	-0,0016	0,0008	-2,01	0,070	-0,0033	0,0001	4,04	0,0695
IT _G	-0,0041	0,0006	-7,49	0,085	-0,0112	0,0029	56,05	0,0845
EL _N	0,0029	0,0007	3,97	0,000	0,0015	0,0044	15,78	0,0001
ELN _G	0,0017	0,0023	0,71	0,477	-0,0029	0,0062	0,51	0,4767

Найбільшу кількість статистично значимих залежностей стресостійкості банку від розвитку його кадрового забезпечення було зафіксовано за напрямком організації навчальних заходів у банку. Так, зростання кількості внутрішніх навчальних заходів банку на одиницю призводить до скорочення рівня його стресостійкості на 0,0016 пункта в середньому, а приріст внутрішніх навчальних заходів на 1% – до скорочення на 0,0041 пункта відповідно. З іншого боку, зростання кількості програм

дистанційного навчання в банку на одиницю забезпечує підвищення рівня стресостійкості банку на 0,0029 пункта.

Підводячи підсумки за даним блоком оцінювання, відмітимо, що серед висунутих трьох гіпотез щодо впливу розвитку кадрового забезпечення на стресостійкість банку було частково підтверджено лише гіпотезу про стимулюючий характер організації внутрішніх навчальних заходів у банку, що дозволяє зробити висновок про незначну роль розвитку кадрового забезпечення у сприянні підвищенню стресостійкості банку.

Наступним напрямком оцінювання стало тестування залежностей внутрішніх індикаторів фінансового стану банку від розвитку кадрового забезпечення. Результати оцінювання взаємозв'язку розвитку персоналу та рентабельності активів банку демонструє табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Результати оцінювання впливу кадрового забезпечення банку на рентабельність активів

Факторна ознака	Коефіцієнт впливу	Станд. похибка	z	P> z	Нижні 95%	Верхні 95%	Параметри адекватності моделі	
							Wald chi2	Prob > chi2
Sal	-0,0002	0,0002	-1,38	0,167	-0,0006	9,53E-05	1,91	0,1666
Sal _G	-0,0778	0,0690	-1,13	0,286	-0,2315	0,0759	1,27	0,2855
OE	6,27E-05	8,18E-05	0,77	0,443	-9,76E-05	0,0002	0,59	0,4433
NPF	-7,5204	2,6251	-2,86	0,004	-12,6654	-2,3753	8,21	0,0042
Ed	0,2673	0,2923	0,91	0,360	-0,3056	0,8402	0,84	0,3604
SP _L	0,0589	0,0836	0,70	0,481	-0,1049	0,2228	0,49	0,4845
SP _G	0,2262	0,1577	1,44	0,247	-0,2755	0,7280	2,06	0,2468
ELP _L	-0,2001	0,1011	-1,98	0,048	-0,3983	-0,0020	3,92	0,0477
ELP _G	0,5145	0,4496	1,14	0,457	-5,1986	6,2276	1,31	0,4572
IT	0,0055	0,0075	0,73	0,462	-0,0092	0,0203	0,54	0,4624
IT _G	-0,0261	0,0079	-3,31	0,187	-0,1262	0,0741	10,93	0,1870
EL _N	0,0391	0,0156	2,51	0,012	0,0086	0,0696	6,31	0,0120
ELN _G	0,0414	0,0673	0,62	0,538	-0,0905	0,1733	0,38	0,5385

Аналізуючи отримані результати відмітимо, що зростання прямих витрат на персонал у вигляді заробітної плати та інших витрат (на навчання та відрядження) не має статистично значимого впливу на рентабельність

активів. При цьому за показником наявності відрахувань на користь працівників до недержавного пенсійного фонду було зафіксовано обернений вплив – рівень рентабельності у банках, що здійснюють відрахування у середньому на 7,52% нижчий, ніж у банках, що не надають додаткове пенсійне забезпечення для персоналу. За напрямком рівня та розвитку освіти персоналу статистично значимий вплив на рентабельність активів банку спостерігається лише у розрізі індикатора частки працівників, що пройшли дистанційне навчання протягом року. У той же час, обернений напрямок впливу не дозволяє підтвердити висунуту гіпотезу про зростання ефективності діяльності банку за рахунок підвищення компетентності персоналу. З іншого боку, зростання кількості програм дистанційного навчання як показника організації навчальних заходів у банку, забезпечує приріст рентабельності активів банку у середньому на 0,0371%.

Таким чином, за даним блоком дослідження було підтверджено дві з трьох висунутих гіпотез за окремими показниками – щодо стримуючого впливу фінансового забезпечення розвитку персоналу та щодо стимулюючого впливу організації навчальних заходів у банку, що свідчить про наявність помірних, але різнонаправлених залежностей рентабельності активів банків від окремих напрямків розвитку кадрового забезпечення.

У табл. 2.10 представлено результати розрахунків залежності зростання депозитів від розвитку кадрового забезпечення. З даних табл. 2.10 можемо відмітити, що фінансове забезпечення розвитку персоналу має статистично значимий вплив на зростання депозитів за показником інших витрат на персонал – у середньому 1 грн. додаткових витрат на персонал забезпечує приріст вкладів у банку на 0,0004%, що підтверджує висунуту гіпотезу про стимулюючий характер впливу.

Позитивний вплив на зростання депозитів демонструє також напрямок рівня та розвитку освіти персоналу – за показником зростання кількості працівників, що пройшли дистанційне навчання. У той же час, за напрямком організації навчальних закладів у банку було отримано протилежні

результати. Зокрема, за показником кількості внутрішніх навчальних заходів у банку зафіксовано обернений зв'язок з параметром зростання депозитів, тоді як інші показники даного напрямку не демонструють статистично значимих залежностей.

Таблиця 2.10 – Результати оцінювання впливу кадрового забезпечення банку на зростання депозитів

Факторна ознака	Коефіцієнт впливу	Станд. похибка	z	P> z	Нижні 95%	Верхні 95%	Параметри адекватності моделі	
							Wald chi2	Prob > chi2
Sal	-0,0008	0,0012	-0,65	0,537	-0,0034	0,0019	0,42	0,5366
Sal _G	-0,1896	0,1734	-1,09	0,306	-0,5895	0,2105	1,19	0,3062
OE	0,0004	0,0002	1,88	0,061	-1,6E-05	0,0007	3,52	0,0607
NPF	-7,9249	10,0438	-0,79	0,430	-27,6105	11,7607	0,62	0,4301
Ed	-1,4045	1,0078	-1,39	0,163	-3,3798	0,5708	1,94	0,1634
SP _L	0,2122	0,2458	0,86	0,451	-0,5700	0,9944	0,75	0,4515
SP _G	0,0520	0,0434	1,20	0,231	-0,0330	0,1370	1,44	0,2306
ELP _L	0,3573	0,2877	1,24	0,233	-0,2558	0,9704	1,54	0,2333
ELP _G	0,3395	0,1566	2,17	0,030	0,0326	0,6463	4,70	0,0301
IT	-0,0501	0,0271	-1,85	0,087	-0,1086	0,0084	3,43	0,0869
IT _G	0,1716	0,1319	1,30	0,417	-1,5046	1,8479	1,69	0,4172
EL _N	0,0196	0,0354	0,55	0,581	-0,0499	0,0890	0,30	0,5810
ELN _G	-0,1029	0,1268	-0,81	0,417	-0,3514	0,1456	0,66	0,4170

Підсумовуючи результати оцінювання за даним блоком, відмітимо, що розрахунки дозволили підтвердити дві з трьох висунутих гіпотез – щодо стимулюючого впливу фінансового забезпечення розвитку персоналу та рівня і розвитку освіти персоналу на зростання депозитів за окремими показниками, у той час як гіпотезу щодо стимулюючого впливу організації внутрішніх навчальних заходів у банку на результуючий показник було спростовано, що в цілому засвідчує помірний позитивний вплив розвитку кадрового забезпечення зростання депозитів.

Наступним важливим індикатором фінансового стану банків є частка проблемних кредитів у кредитному портфелі банку. Результати оцінювання

розвитку кадрового забезпечення на динаміку даного показника представлено у табл. 2.11.

Таблиця 2.11 – Результати оцінювання впливу кадрового забезпечення банку на частку проблемних кредитів

Факторна ознака	Коефіцієнт впливу	Станд. похибка	z	P> z	Нижні 95%	Верхні 95%	Параметри адекватності моделі	
							Wald chi2	Prob > chi2
Sal	0,0010	0,0010	1,04	0,324	-0,0012	0,0032	1,08	0,3239
Sal _G	0,0572	0,0698	0,82	0,412	-0,0796	0,1940	0,67	0,4124
OE	-0,0004	0,0002	-2,53	0,011	-0,0008	-9,97E-05	6,39	0,0115
NPF	19,1181	4,2419	4,51	0,000	10,8042	27,4320	20,31	0,0000
Ed	-1,2535	0,8491	-1,48	0,140	-2,9177	0,4108	2,18	0,1399
SP _L	-0,2917	0,1622	-1,80	0,072	-0,6097	0,0262	3,23	0,0721
SP _G	0,0209	0,0169	1,24	0,216	-0,0122	0,0540	1,48	0,2235
ELP _L	0,3995	0,1535	2,60	0,009	0,0987	0,7002	6,01	0,0142
ELP _G	-0,0782	0,0982	-0,80	0,426	-0,2706	0,1142	0,63	0,4256
IT	0,0112	0,0143	0,78	0,435	-0,0168	0,0392	0,61	0,4348
IT _G	-0,0215	0,0096	-2,24	0,025	-0,0403	-0,0027	5,01	0,0252
EL _N	-0,0462	0,0215	-2,15	0,032	-0,0884	-0,0041	3,98	0,0462
ELN _G	0,2057	0,0807	2,55	0,011	0,0475	0,3639	6,49	0,0108

Аналізуючи отримані результати, відмітимо, що за напрямком фінансове забезпечення розвитку персоналу банку було отримано статистично значимий вплив на динаміку частки проблемних кредитів за двома показниками. Так, зростання інших витрат на персонал на 1 грн. у середньому забезпечує скорочення частки проблемних кредитів у кредитному портфелі банків на 0,0004%. У той час, протилежний вплив отримано за показником наявності відрахувань на користь працівників до недержавного пенсійного фонду – у середньому в банках, що здійснюють відрахування на користь персоналу, рівень проблемних кредитів на 19,1181% вищий, ніж у банках, що не здійснюють таких відрахувань. Таким чином, висунуту гіпотезу було підтверджено лише частково. За напрямком рівня та розвитку освіти працівників банку статистично значимі результати оцінювання впливу на зростання депозитів було зафіксовано за показником

частки працівників, що пройшли навчання протягом року – її зростання на 1% забезпечує скорочення частки проблемних кредитів на 0,2917%, а також за показником частки працівників, що пройшли дистанційне навчання протягом року – її зростання на 1% пов'язано з ростом частки проблемних кредитів на 0,3995%. Різноманітний вплив за показниками свідчить про лише часткове підтвердження висунутої гіпотези.

Досить цікаві результати було отримано також за напрямком організації навчальних заходів у банку. Так, зростання внутрішніх навчальних заходів на 1% пов'язано зі скороченням частки проблемних кредитів у середньому на 0,0215%, а зростання кількості програм дистанційного навчання на одиницю – зі скороченням на 0,0462% відповідно. У той же час, за показником відносного зростання кількості програм дистанційного навчання отримано протилежні результати – зростання їх кількості на 1% пов'язано зі зростанням частки проблемних кредитів на 0,2057%. У цілому за даним блоком оцінювання можна зробити висновок про часткове підтвердження висунутих гіпотез щодо стримуючого впливу на динаміку частки проблемних кредитів за всіма напрямками розвитку кадрового забезпечення.

Узагальнення основних результатів проведеного дослідження демонструє табл. 2.12. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, можемо зробити наступні висновки щодо розвитку кадрового забезпечення банків на фінансові та нефінансові показники якості банківських послуг:

- середній рівень та зростання заробітної плати працівників банку не мають статистично значимого впливу на показники зростання якості банківських послуг;
- зростання показника інших витрат на персонал банку на 1 грн. забезпечує зростання депозитів на 0,0004% та скорочення частки проблемних кредитів на 0,0004% відповідно;
- зростання частки працівників банку, що мають вищу освіту, на 1% у середньому забезпечує приріст лояльності вкладників банку на 0,0394;

Таблиця 2.12 – Результати перевірки гіпотез щодо впливу розвитку кадрового забезпечення банку на якість банківських послуг

Показники зростання якості банківських послуг		Фінансове забезпечення персоналу банку	Рівень та розвиток освіти працівників банку	Організація навчальних заходів в банку
Лояльність вкладників банку, [1;5]	Г	стимулюючий	стимулюючий	стимулюючий
	ПГ	$y=0,3024 \cdot NPF+3,8307^*$	$y=0,0394 \cdot Ed+0,9308^{***}$	$y=0,0075 \cdot EL_N+2,8073^{***}$
	РПГ	підтверджена	підтверджена	підтверджена
Стресостійкість банку, [1;5]	Г	стимулюючий	стимулюючий	стимулюючий
	ПГ	$y=-0,4757 \cdot NPF+3,7857^{***}$	$y=-0,0146 \cdot ELP_L+4,5728^{**}$	$y=-0,0016 \cdot IT_G+4,0479^*$ $y=-0,0041 \cdot IT_G+4,3168^*$ $y=0,0029 \cdot EL_N+3,0330^{***}$
	РПГ	не підтверджена	не підтверджена	підтверджена частково
Рентабельність активів банку, %	Г	стримуючий	стимулюючий	стимулюючий
	ПГ	$y=-7,5204 \cdot NPF+1,2928^{***}$	$y=-0,2001 \cdot ELP_L+10,3316^{**}$	$y=0,0391 \cdot EL_N-11,2080^{**}$
	РПГ	підтверджена	не підтверджена	підтверджена
Частка проблемних кредитів у кредитному портфелі банку, %	Г	стримуючий	стримуючий	стримуючий
	ПГ	$y=-0,0004 \cdot OE+31,0172^{**}$ $y=19,1181 \cdot NPF+14,5574^{***}$	$y=-0,2917 \cdot SP_L+46,1527^*$ $y=0,3995 \cdot ELP_L+16,3416^{**}$	$y=-0,0215 \cdot IT_G+42,3697^{**}$ $y=-0,0462 \cdot EL_N+59,9515^{**}$ $y=0,2057 \cdot EL_NG+21,6297^{**}$
	РПГ	підтверджена частково	підтверджена частково	підтверджена частково
Зростання депозитів банку, %	Г	стимулюючий	стимулюючий	стимулюючий
	ПГ	$y=0,0004 \cdot OE+120,9969^*$	$y=0,3395 \cdot ELP_G+73,1244^{**}$	$y=-0,0501 \cdot IT+119,6984^*$
	РПГ	підтверджена	підтверджена	підтверджена

Умовні позначення. *** – статистична значимість на рівні 99%; ** – статистична значимість на рівні 95%; * – статистична значимість на рівні 90%; Г – гіпотеза щодо напряму впливу; ПГ – перевірка гіпотези; РПГ – результат перевірки гіпотези.

– банки, що здійснюють відрахування на користь працівників до недержавного пенсійного фонду демонструють в середньому вищий рівень лояльності вкладників банку на 0,3024 пункта, нижчий рівень стресостійкості банку на 0,4757 пункта, нижчий рівень рентабельності активів на 7,5204%, та вищий рівень частки проблемних кредитів на 19,1181% порівняно з банками, що не здійснюють таких відрахувань;

– зростання частки працівників банку, що пройшли навчання протягом року, на 1% у середньому призводить до скорочення частки проблемних кредитів банку на 0,2917%;

– показник зростання кількості працівників банку, що пройшли навчання протягом року, не має статистично значимого впливу на показники зростання якості банківських послуг;

– зростання частки працівників банку, що пройшли дистанційне навчання протягом року, у середньому призводить до скорочення рівня

стресостійкості банку на 0,0146 пункта, зниження рентабельності активів банку на 0,2001% та підвищення частки проблемних кредитів банку на 0,3995%;

– відносне зростання кількості працівників банку, що пройшли дистанційне навчання, на 1% у середньому забезпечує зростання депозитів банку на 0,3395%;

– зростання кількості внутрішніх навчальних заходів у банку на одиницю пов'язано зі скороченням рівня стресостійкості банку на 0,0016 пункта та скороченням депозитів на 0,0501%;

– відносне зростання кількості внутрішніх навчальних заходів у банку на 1% обумовлює скорочення рівня стресостійкості банку на 0,0041 пункта та зниження частки проблемних кредитів банку на 0,0215%;

– зростання кількості програм дистанційного навчання в банку на одиницю призводить у середньому до зростання лояльності вкладників банку на 0,0075 пункта, підвищення стресостійкості банку на 0,0029 пункта, зростання рентабельності активів банку на 0,0391%, зниження частки проблемних кредитів банку на 0,0462%;

– відносне зростання кількості програм дистанційного навчання у банку на 1% обумовлює зростання частки проблемних кредитів у банку в середньому на 0,2057%.

Висновки до розділу 2

1. Протягом 2009-2018 рр. в банківській системі України відбувається перехід від цінової конкуренції до нецінової. З метою дослідження трансформації підходів до встановлення цін банківських послуг в роботі проведено аналіз цінових параметрів основних банківських послуг, який засвідчив зниження рівня їх варіативності.

2. У секторі депозитних банківських послуг – зниження показників середнього квадратичного відхилення ставок за депозитами (у гривні – з 3,08 у 2009 р. до 2,35 у 2018 р., у доларах США – з 1,98 до 1,54 відповідно); зменшення розмаху варіації вибірки ставок за депозитами (у гривні – з 12,50% у 2009 р. до 9,30% у 2018 р., у доларах США – з 8,30% до 4,74% відповідно); кредитних банківських послуг – зниження середнього квадратичного відхилення ставок за споживчими кредитами (з 12,52 у 2009 р. до 10,47 у 2018 р.); коефіцієнта варіації (з 0,31 у 2009 р. до 0,17 у 2018 р.); розмаху варіації (з 38,25% у 2009 р. до 25,65% у 2018 р.); банківських послуг розрахунково-касового обслуговування – зниження розмаху варіації вартості відкриття поточного рахунку (з 250 грн. у 2009 р. до 101 грн. у 2018 р.). Результати проведеного аналізу свідчать про наявність конвергенції підходів до встановлення цін банківських послуг та підтверджують зростання ролі нецінових параметрів, зокрема, якості банківських послуг.

3. Важливе значення у забезпеченні якості банківських послуг має розуміння очікувань клієнтів та наявність зворотного зв'язку між банком та клієнтом. Серед існуючих у зарубіжній та вітчизняній практиці підходів до оцінювання якості банківських послуг найбільшого поширення набула методика SERVQUAL, яка передбачає двоетапне анкетування клієнтів банку до обслуговування в банку (очікуваний рівень якості) та після отримання банківських послуг (отриманий рівень якості). В той же час, цей підхід має ряд недоліків, основними з яких є складність та тривалість оцінювання (необхідність подвійного анкетування), відсутність чітких параметрів для оцінювання критеріїв якості банківських послуг (проста п'ятибальна шкала оцінювання).

4. З метою нівелювання цих недоліків та з урахуванням трансформації пріоритетних для клієнта критеріїв якості банківських послуг, в роботі запропоновано удосконалити підхід SERVQUAL. Зокрема, розширено кількість критеріїв за компонентами «надійність» (з 5 до 6) і «реактивність» (з 4 до 6), натомість зменшено кількість критеріїв за компонентами

«матеріальність» (з 4 до 3), «впевненість» (з 4 до 3) і «співчуття» (з 5 до 4), що відповідає результатам ранжування компонент якості банківських послуг клієнтами банку. З метою оцінювання визначених критеріїв сформовано семантичні пари за методом семантичного диференціалу, що усуває недоліки суб'єктивного сприйняття критеріїв та спрощує процес вибору бальних оцінок. На основі удосконаленого підходу розроблено шаблон анкети для оцінювання якості банківських послуг та запропоновано показники для інтерпретації результатів опитування для банку.

5. Оцінювання якості банківських послуг на основі підходу SERVQUAL свідчить, що домінуючу роль для клієнтів банку відіграють саме критерії, пов'язані з персоналом, саме тому кадрова політика банку є ключовим компонентом управління якістю банківських послуг. У роботі висунуто гіпотези щодо впливу показників розвитку кадрового забезпечення в банку на показники якості банківських послуг. Індикаторами рівня фінансового забезпечення персоналу банку обрано: рівень середньої заробітної плати, зростання заробітної плати, середній рівень інших витрат, пов'язаних з розвитком персоналу, наявність відрахувань на користь працівників до недержавного пенсійного фонду. Індикаторами рівня та розвитку освіти працівників обрано: частку персоналу з вищою освітою, частку працівників, що пройшли навчання протягом року, зростання кількості працівників, що пройшли навчання, частку працівників, що пройшли дистанційне навчання протягом року, зростання кількості працівників, що пройшли дистанційне навчання. Індикаторами активності банку щодо організації навчальних заходів обрано кількість внутрішніх навчальних заходів, зростання внутрішніх навчальних заходів, кількість програм дистанційного навчання, зростання кількості програм дистанційного навчання. Зовнішніми показниками якості банківських послуг обрано стресостійкість банку та лояльність вкладників, а внутрішніми – рентабельність активів, частка проблемних кредитів та зростання депозитів банку. Статистичну базу дослідження сформували дані річних звітів 10

українських банків за період 2006-2017 рр. Тестування висунутих гіпотез проведено шляхом побудови багаторівневих панельних регресійних моделей зі змішаними ефектами.

6. З 15 висунутих гіпотез 8 підтвердилися повністю, 4 – частково, 3 – не підтвердилися, що дозволяє стверджувати про значну роль кадрової політики банку в процесі управління якістю банківських послуг. Розрахунки засвідчили, що серед показників фінансового забезпечення персоналу банку найбільшими каталізаторами зростання якості банківських послуг є інші витрати, пов'язані з розвитком персоналу; серед показників рівня та розвитку освіти працівників банку – частка персоналу з вищою освітою, частка працівників, що пройшли навчання протягом року, та зростання кількості працівників, що пройшли дистанційне навчання; серед показників організації навчальних заходів у банку – зростання кількості програм дистанційного навчання.

Основні положення даного розділу дисертаційної роботи опубліковано автором в роботах [131, 132, 134, 136, 137].

РОЗДІЛ 3

РОЗВИТОК НАУКОВО-МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1 Методичні засади оцінювання фінансового ефекту від впровадження міжнародних стандартів менеджменту якості банківських послуг

Управління якістю банківських послуг, орієнтоване на забезпечення відповідності пропозиції банків очікуванням клієнтів, передбачає формування стратегії та тактики управління якістю, а також розробку та впровадження конкретних заходів щодо її підвищення. У той же час, управління якістю має узгоджуватись з загальною стратегією розвитку банку та відповідати ринковим тенденціям розвитку банківського бізнесу, що передбачає необхідність формування комплексу принципів, покладених в основу менеджерських дій. На міжнародному рівні основні принципи та вимоги щодо системи управління якістю викладені у вигляді стандарту ISO 9001, який на сучасному етапі активно впроваджується банками різних країн світу. Міжнародна організація зі стандартизації відзначає, що саме впровадження стандартів групи ISO 9001 характерно для систем управління якістю, орієнтованих на формування здатності організації задовольняти потреби та очікування клієнтів [66].

Дана група стандартів реалізується впровадженням заходів у наступні сфери діяльності організації:

- загальні вимоги щодо системи управління якістю та документації;
- управління відповідальністю, політика, планування та цілі;
- управління ресурсами;
- реалізація продукту та процесний менеджмент;

- вимірювання, моніторинг, аналіз та удосконалення.

При цьому вимоги клієнтів виступають вхідним фактором розвитку системи управління якістю, а задоволення клієнтів розглядається як результативний показник функціонування даної системи.

Н. Греньюк інтерпретує застосування стандартів ISO 9001:2008 на рівні банку через наступні параметри, на яких має бути сфокусована система менеджменту:

- удосконалення механізмів підтримки та стійкості в умовах глобальної кризи у відповідності до державної політики та національної стратегії;
- орієнтація на поточні тренди і майбутні потреби та очікування клієнтів;
- просування іміджу банку;
- розвиток структури банку у відповідності до сучасних вимог динаміки функціонування банківських та фінансових інституцій;
- розвиток кадрових ресурсів банку у відповідності до вимог інноваційних змін у банківській діяльності;
- перманентне удосконалення системи управління якістю на рівні банку [34].

Відповідно до дослідження групи італійських науковців, активне поширення стандартів групи ISO 9001 у світі спостерігається з перших років прийняття стандартів ISO 9001:2000. Так, якщо у 2001 році з переліку 161 країни, які адаптували стандарти ISO 9001, 98 країн впровадили також ISO 9001:2000, частка яких у загальній кількості організацій, що пройшли сертифікацію, становила 8,7%, то протягом 2002 року стандарт ISO 9001:2000 було впроваджено організаціями 134 країн, а загальна частка таких стандартів становила 29,8%. Незважаючи на той факт, що сфера фінансового посередництва за досліджений період не характеризується випереджаючими показниками порівняно з різними секторами промисловості та інфраструктури, станом на 2002 рік частка впроваджених стандартів

ISO9001:2000 становила 32,2% відносно загальної кількості сертифікованих організацій даного сектору [22].

Результати наукових досліджень свідчать, що ефект від проходження та дотримання вимог стандартів якості для компанії проявляються як на рівні внутрішніх бізнес-процесів, так і у відносинах з клієнтами, що призводить до покращення результатів діяльності сертифікованих організацій. Так, у табл. 1 представлено результати опитування 40 менеджерів алжирських компаній, яким було запропоновано оцінити фактори, на які вплинуло отримання сертифікату відповідності стандарту ISO 9001, за шкалою Лайкерта від 1 до 5, де 1 – дуже низький вплив та 5 – дуже високий вплив.

Таблиця 3.1 – Результати ранжування вигід компанії від проходження ISO 9001 сертифікації [83]

Вигоди компанії від отримання сертифікату ISO 9001	Середнє значення	Відхилення
Зростання продажів	3,85	0,80
Зростання частки на ринку	3,75	0,78
Приріст прибутковості	3,62	0,98
Зростання продуктивності	3,57	0,78
Покращення іміджу компанії на ринку	3,57	0,93
Покращення задоволення клієнтів	3,40	0,81
Покращення якості продуктів/послуг	3,40	0,87
Скорочення скарг на компанію	3,25	0,84
Модернізація внутрішніх організаційних процесів компанії	3,20	0,65
Зростання конкурентних переваг	2,87	0,91
Скорочення невідповідностей	2,82	0,87
Покращення навичок персоналу	2,60	0,87
Удосконалення внутрішньої комунікації	2,47	0,90
Покращення відносин між менеджментом та працівниками	2,27	0,85

Як можна відмітити, три основні наслідки отримання сертифікату якості характеризують операційний та фінансовий результат діяльності компанії. Дещо нижчим рівнем характеризуються параметри, що відображають відносини з клієнтами та імідж компанії на ринку. При цьому показники внутрішніх відносин у компанії, на думку менеджерів, не зазнають настільки суттєвих змін під впливом сертифікації як попередні групи індикаторів.

Огляд емпіричних досліджень щодо виявлення впливу ISO сертифікації на фінансові показники діяльності компаній реального сектору засвідчує наявність певних залежностей, що позитивно характеризує результат проходження сертифікації для функціонування організації. Так, на прикладі 146 великих компаній Сінгапуру було доведено, що сертифікація позитивно впливає на загальні показники їх фінансового стану [13]. У свою чергу А. Терлаак і А. Кінг [75] виявили, що обсяги виробництва та продажів американських компаній зростають більш швидкими темпами після отримання сертифікату. У той же час, Д. Шарма за результатами дослідження діяльності 70 компаній протягом 6 років приходить до висновку, що сертифікація більшою мірою призводить до позитивних результатів ефективності операційної діяльності (маржинального прибутку), ніж до зростання обсягів продаж та рентабельності капіталу, що пов'язано з удосконаленням внутрішніх бізнес-процесів [69].

Наявність позитивного впливу ISO 9001сертифікації на результати діяльності організації підтверджують результати дослідження, проведено групою грецьких науковців на прикладі 600 компаній, що належать до сфери послуг. Для розрахунків було обрано такі змінні як ISO 9001 ефективність – незалежна змінна розрахована як сумоване значення цілей стандарту ISO 9001, операційна результативність, фінансова результативність та якість продуктів/послуг– залежні змінні, агреговані за методом головних компонент на основі ключових індикаторів діяльності компанії. У результаті побудови множинних регресійних рівнянь авторами було виявлено, що ISO 9001 ефективність має статистично значимий позитивний вплив на якість продуктів/послуг та операційну результативність. У свою чергу, на другому етапі розрахунків підтверджено позитивний вплив операційної результативності на фінансову результативність, що, на думку авторів, є свідченням опосередкованого зв'язку стандартизації та зростання фінансової результативності компанії [60].

У той же час, результати дослідження Б. Мандерса підтверджують наявність прямого позитивного впливу ISO 9001 сертифікації на фінансову результативність підприємств. Так, для 40% компаній спостерігається зростання фінансових результатів у період після отримання сертифікату, у той час як частка компаній, що демонструють скорочення витрат та/або зростання доходів після сертифікації становить 60% загальної вибірки [48].

Однак, незважаючи на активне впровадження стандартів ISO 9001 банками та іншими фінансовими установами, на сучасному етапі спостерігається брак наукових досліджень, спрямованих на виявлення результатів, у тому числі фінансових вигід, від отримання таких сертифікатів якості.

В Україні впровадження стандартів ISO 9001 банківськими установами бере початок з отримання ПАТ «КРЕДИТПРОМБАНК» сертифікату відповідності системи менеджменту якості банку вимогам стандарту ISO 9001:2000 у 2005 році. Сертифікація поширювалась на сферу надання банківських послуг, охоплюючи управлінські процеси, обслуговування клієнтів, технології та нормативні документи. У 2008 році банк отримав другий випуск сертифікату дійсний до 2011 року [226].

У 2009 році сертифікати відповідності системи менеджменту стандарту якості ISO 9001:2008 отримали два українських банки. ПАТ «Укрексімбанк» в подальшому п'ять разів поспіль успішно проходив наглядовий аудит на підтвердження відповідності системи менеджменту якості вимогам стандарту до 2013 року включно [196]. АТ «ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК» перші кроки щодо початку процесу сертифікації бізнес-процесів за програмою оцінки якості ISO 9001:2000 здійснив у 2008 році, однак лише у 2009 році банком було отримано сертифікат якості ISO 9001:2008, відповідність системи менеджменту якості вимогам якого було підтверджено результатами наглядового аудиту у 2010-2011 роках. У 2012 році АТ «ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК» отримав сертифікат ISO 9001:2008 на

наступні три роки його функціонування за результатами ресертифікаційного аудиту системи менеджменту якості [155].

ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК» приєднався до переліку банків, система менеджменту яких відповідає міжнародним вимогам, у 2011 році, отримавши сертифікат відповідності стандарту ISO 9001: 2008 за напрямком автомобільне кредитування. У період до 2017 року банк підтверджував відповідність системи менеджменту якості вимогам стандарту за результатами річного аудиту, а за підсумками ре-сертифікаційного аудиту, проведеному у липні 2017 року банком було отримано підтвердження відповідності системи менеджменту якості версії стандарту ISO 9001:2015 та отримано відповідний сертифікат [204].

У 2018 році ПАТ «БАНК АВАНГАРД» успішно пройшов перевірку системи менеджменту якості на відповідність міжнародним вимогам та отримав сертифікат ISO 9001:2015 за напрямком діяльності «Послуги в сфері транзакційного бізнесу, грошового ринку, валютного ринку, ринку боргових цінних паперів, цифрового банкінгу»[95]. Таким чином, можна відмітити, що в банківській системі України спостерігається поступовий перехід банків до побудови систем менеджменту якості відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Варто позитивно відзначити наявність диференціації напрямків банківської діяльності, за якими було отримано міжнародні сертифікати якості банками України. З іншого боку, неоднозначним є той факт, що з п'яти банків, якими у різний період було отримано сертифікати відповідності стандартам якості ISO 9001, на поточний момент лише два мають чинні підтвердження продовження дії сертифікатів. Все це актуалізує необхідність дослідження ролі наявності сертифікату якості для результатів функціонування банку, що дозволить зрозуміти причини, які обумовлюють тенденції сертифікації банківських установ.

Саме тому, враховуючи результати зарубіжних досліджень щодо формування додаткової ефективності компаній реального сектору, отриманої

у результаті наявності сертифікату відповідності міжнародним стандартам якості ISO 9001, можемо висунути гіпотезу про наявність позитивного впливу сертифікації системи менеджменту якості банку на його ефективність.

Для проведення дослідження було сформовано вибірку з 10 українських банків, чотири з яких мали підтверджений сертифікат відповідності стандарту якості ISO 9001, а шість банків було обрано з різних груп, які є маркетмейкерами на ринку банківських послуг. Період дослідження охоплює 2008-2017 роки, що дозволяє охопити роки наявності стандарту якості як мінімум в одному з обраних банків.

Результативною змінною дослідження було обрано ефективність функціонування банку. Для розрахунку даного показника використаємо підхід до визначення ефективності банківського бізнесу, який було запропоновано та успішно апробовано у дослідженні А. В. Буряк [110]. Відповідно до даного підходу, ефективність банківського бізнесу можна оцінити на основі наступного переліку вхідних факторів:

- параметри, що характеризують витрати банку – величина загальноадміністративних витрат на одиницю згенерованих доходів, величина витрат на персонал на одиницю згенерованих доходів;
- параметри, що характеризують доходи банку – чиста процентна маржа, чиста непроцентна маржа;
- додаткові параметри – чистий спред, частка негативно класифікованих кредитів у структурі кредитного портфелю банку, частка активів банку в банківській системі.

Аналіз наявних статистичних даних за окремими параметрами, що характеризують складові ефективності банківської діяльності засвідчив, що в середньому спостерігаються відмінності показників для банків, які здійснювали заходи щодо сертифікації систем менеджменту якості, та для інших банків у вибірці. Так, рис. 3.1 демонструє різницю параметрів витрат для двох типів банку. Відмітимо, що за показником

загальноадміністративних витрат не спостерігається чіткої тенденції показника як у часі, так і у розрізі різних груп.

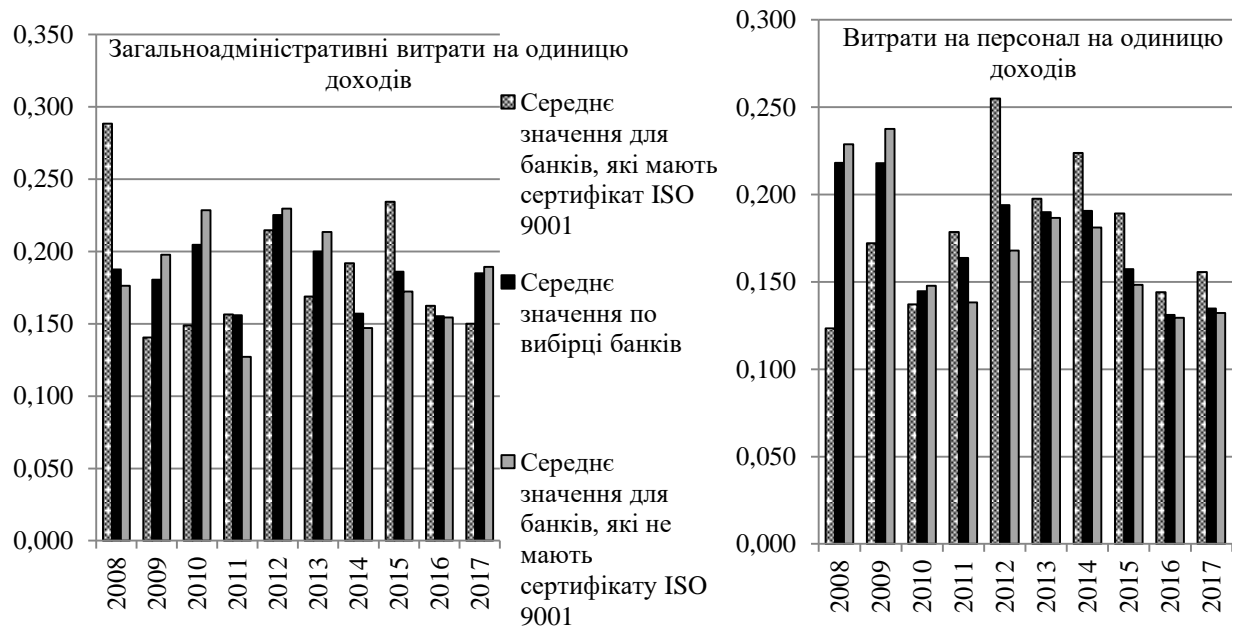


Рисунок 3.1 – Статистичний опис параметрів, що характеризують витрати банків різних типів за період 2008-2017 років, коп. на 1 грн. доходів (побудовано за даними [202])

З іншого боку, за показником відносних витрат на персонал у більшості періодів спостерігається перевищення середнього значення для банків, що мали чинні сертифікати систем менеджменту якості порівняно з іншими банками, враховуючи той факт, що заходи з удосконалення такої системи мають обов'язково передбачати підвищення кваліфікації персоналу. При цьому слід звернути увагу на той факт, що за показниками витрат не спостерігається довгострокових тенденцій зміни їх середніх значень, що свідчить про існування певного оптимального з точки зору керівництва банку рівня, достатнього для забезпечення його ефективного функціонування.

Аналізуючи індикатори, що характеризують доходи банків (рис. 3.2), відмітимо, що за показником чистої процентної маржі у переважній

більшості періодів спостерігається перевищення значення показника для банків, які не проходили процедуру сертифікації систем менеджменту якості, порівняно з сертифікованими банками, однак протягом 2016-2017 років є характерною протилежна тенденція зі значним розривом усереднених значень.

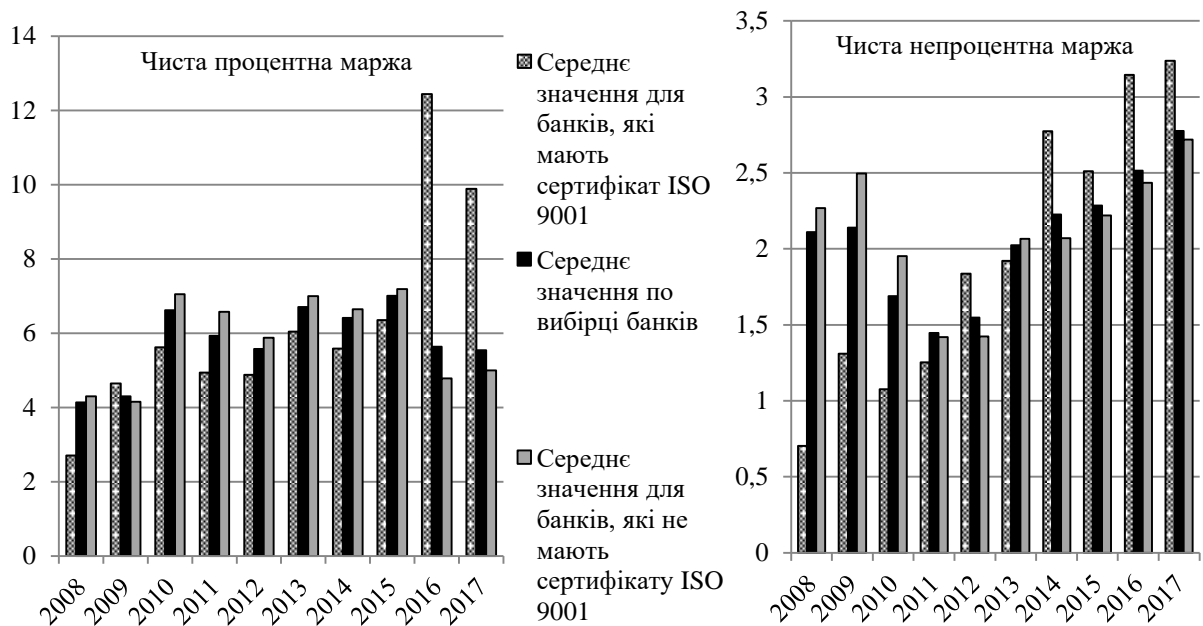


Рисунок 3.2 – Статистичний опис параметрів, що характеризують доходи банків різних типів за період 2008-2017 років, % (побудовано за даними [202])

У свою чергу, за параметром чистої непроцентної маржі характерним є перевищення значень, отриманих для сертифікованих банків, над іншими банками вибірки починаючи з 2012 року з поступовим нарощенням розривів у наступні періоди. Таким чином, аналіз усереднених статистичних даних щодо параметрів доходів та витрат засвідчив неоднозначність виявлених тенденцій, які дозволили б охарактеризувати ефективність функціонування банків, що успішно пройшли процедуру сертифікації систем менеджменту якості.

Привертає увагу також той факт, що серед додаткових параметрів ефективності банку для сертифікованих банків характерним є отримання нижчих середніх значень чистого спреду порівняно з іншими банками (рис. 3.3), у той час як середній рівень частки негативно класифікованих кредитів для банків, система менеджменту якості яких відповідає міжнародним стандартам, є суттєво нижчим за показник, розрахований для інших банків у вибірці, що позитивно характеризує вплив управлінських заходів щодо стандартизації на фінансову стійкість банків.

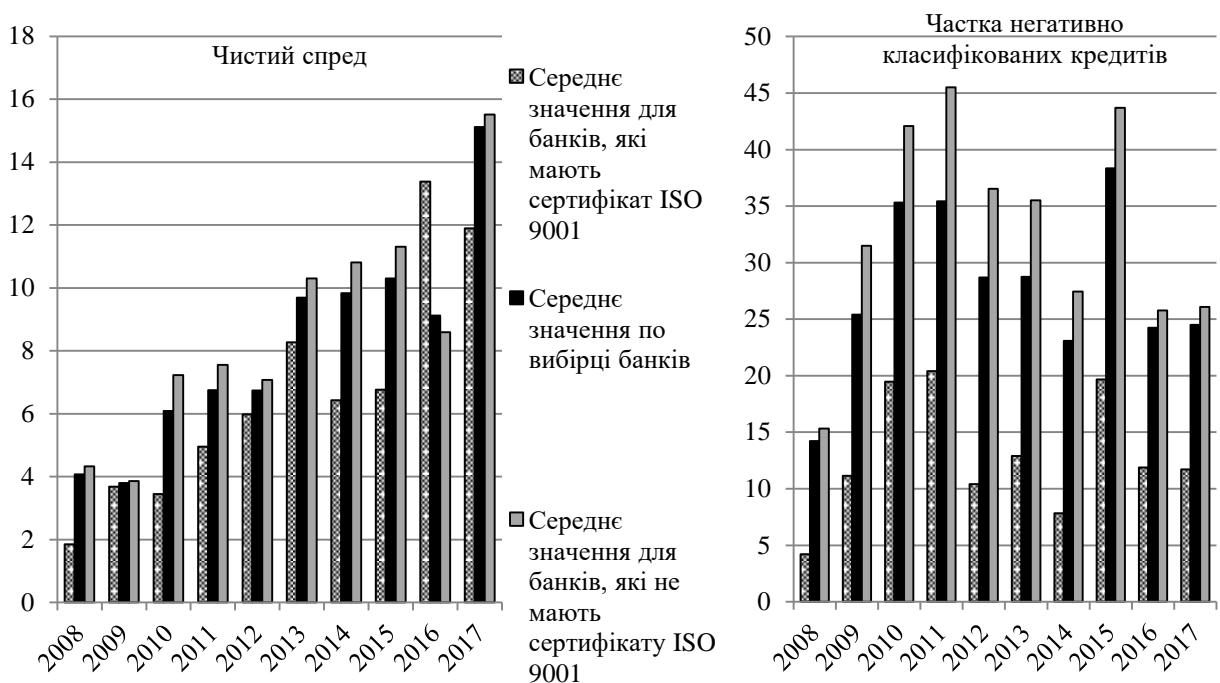


Рисунок 3.3 – Статистичний опис додаткових параметрів ефективності банків різних типів за період 2008-2017 років, % (побудовано за даними [202])

Слід звернути увагу, що за показником масштабу діяльності банку, в основу розрахунку якого покладено розмір активів, сертифіковані банки характеризуються суттєво нижчими показниками обсягів їх діяльності порівняно з іншими банками вибірки (рис. 3.4), що вказує на той факт, що тенденції щодо впровадження міжнародних стандартів характерні не лише для банків-лідерів за масштабами діяльності, а й можуть бути результатом

обрання банком вектору стратегії управління якістю та орієнтації на довгострокову ефективність.

Для оцінювання ефективності банків використовується метод стохастичного фронтірного аналізу, який передбачає визначення також вихідної змінної, на яку впливають вхідні параметри.

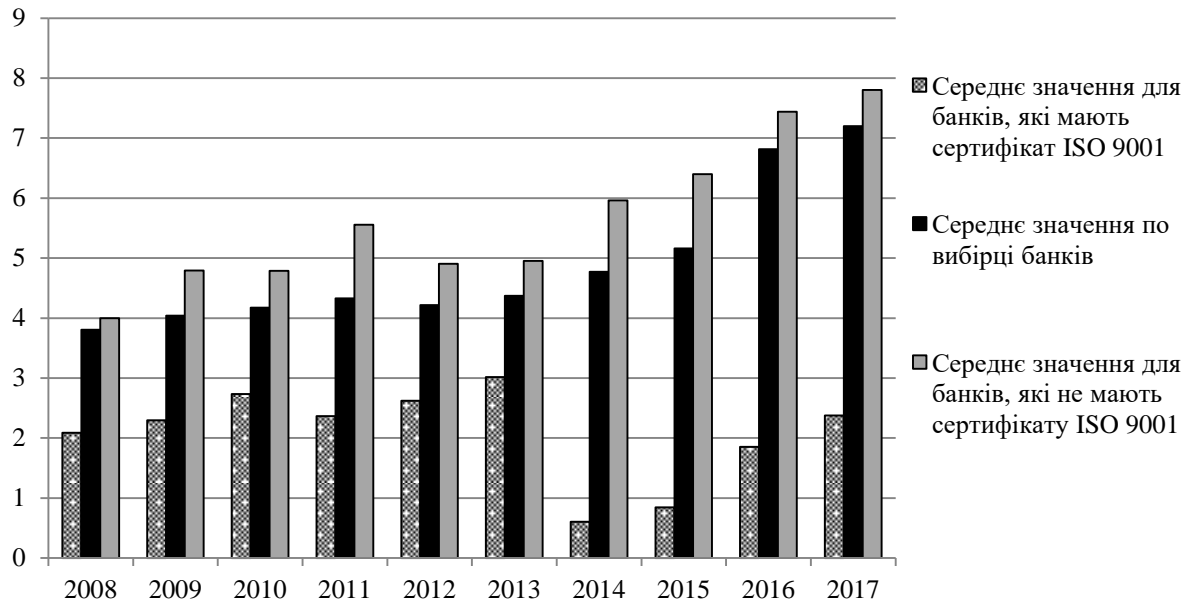


Рисунок 3.4 – Статистичні дані, що описують частку активів вибраних банків різних типів у банківській системі України за період 2008-2017 років, % (побудовано за даними [202])

Результативною змінною, що використовується для визначення ефективності банків, є рентабельність активів банків, розрахована як відношення прибутку до оподаткування до сукупних активів банку, визначене у відсотках. Як бачимо з рис. 3.5 середня прибутковість активів сертифікованих банків була суттєво вищою, ніж показник інших банків вибірки протягом всіх досліджених періодів (у збиткові для всіх банків роки, рівень збитків банків, що мали підтвердження відповідності систем менеджменту якості вимогам стандарту, був нижчим порівняно з іншими банками).

Таким чином, попередній аналіз засвідчив, що в цілому зусилля банків, спрямовані на забезпечення відповідності систем менеджменту якості вимогам міжнародних стандартів, не дають значного ефекту у забезпеченні додаткових доходів, однак відіграють значну роль у підтриманні фінансової стійкості та прибутковості їх діяльності.

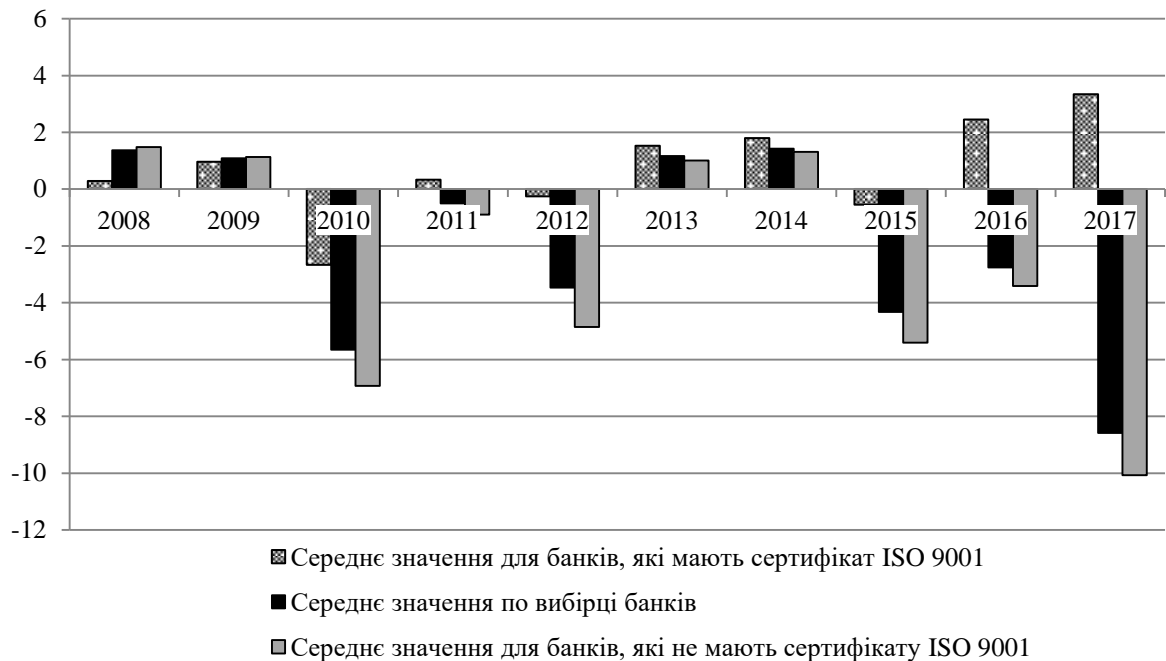


Рисунок 3.5 – Статистичні дані, що описують рентабельність активів вибірки банків різних типів за період 2008-2017 років, %(побудовано за даними [202])

Обраний метод економетричного аналізу передбачає логарифмування даних. Враховуючи той факт, що розрахункові показники рентабельності активів банків у вибірці приймали також від’ємні значення, перед проведенням логарифмування змінних моделі було здійснено нормалізацію рентабельності активів шляхом додавання абсолютного рівня найменшого від’ємного значення індикатора до всіх спостережень індикатора у вибірці.

У той же час, остаточні висновки щодо підтвердження чи спростування висунутої гіпотези можна сформулювати лише за результатами економетричного моделювання. Отже, на першому етапі оцінимо

ефективність сформованої вибірки банків на основі проведення стохастичного фронтірного аналізу засобами програмного забезпечення Stata 12 SE. Відмітимо, що даний інструментарій передбачає чотири специфікації моделі фронтірного стохастичного аналізу. Для вибору специфікації порівнюємо параметри адекватності побудованих моделей (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Критерії адекватності різних специфікацій моделі оцінювання ефективності комерційних банків

Функція моделі Фактор часу	Виробнича функція (Production function)	Функція витрат (Cost function)
Незмінна у часі (Time-invariant model)	Wald chi2(7) = 50,03 Prob > chi2 = 0,0000 Log likelihood = -128,81166	Wald chi2(7) = 50,03 Prob > chi2 = 0,0000 Log likelihood = -128,81166
Модель зі зміною часу (Time-varying decay model)	Wald chi2(7) = 20,01 Prob > chi2 = 0,0055 Log likelihood = 74,083698	Wald chi2(7) = 124,24 Prob > chi2 = 0,0000 Log likelihood = -116,0735

Приймаючи до уваги критерії адекватності доцільно обрати для оцінювання модель зі зміною часу, засновану на функції витрат. Особливістю даної специфікації є, з одного боку, припущення про наявність інваріантних незмінних факторів, які не включені до вибірки, але впливають на результат, та, з іншого боку, врахування необмеженої кількості вхідних факторів [6]. З урахуванням переліку вхідних та вихідних параметрів побудована економетрична модель для оцінювання панельних даних має наступний вигляд:

$$\ln ROA_{it} = \beta_0 + \sum_{j=1}^7 \beta_j \ln x_{jit} + v_{it} + u_{it} \quad (3.1)$$

де ROA_{it} – рентабельність активів i -го банку в періоді t ;

x_{jit} – j -та факторна змінна для i -го банку в періоді t ;

v_{it} – похибка вимірювання та специфікації;

u_{it} – значення неефективності i -го банку в періоді t .

Результати оцінювання факторів, що визначають ефективність українських комерційних банків представлено в табл. 3.3. Аналізуючи результати проведених розрахунків, відмітимо, що з семи факторних ознак статистично значимі коефіцієнти впливу було отримано для п'яти параметрів.

Таблиця 3.3 – Результати оцінювання ефективності банків та впливу факторів, що її визначають

Факторна ознака	Коефіцієнт	Стандартна похибка	z	P> z	Нижні 95%	Верхні 95%
Загально-адміністративні витрати	-0,070	0,195	-0,36	0,719	-0,452	0,312
Витрати на персонал	1,396	0,297	4,70	0,000	0,814	1,979
Чиста процентна маржа	2,609	0,290	8,99	0,000	2,040	3,178
Чиста непроцентна маржа	-0,381	-0,209	1,82	0,068	-0,792	0,028
Чистий спред	-1,676	0,216	-7,76	0,000	-2,099	-1,252
Негативно класифіковані кредити	-0,114	0,113	-1,01	0,312	-0,337	0,107
Частка активів банку	0,303	0,113	2,67	0,008	0,080	0,526
Константа	5,091	0,679	7,49	0,000	3,759	6,423
Параметри моделі						
mu	-188,286	2809,628	-0,07	0,947	-5695,055	5318,483
eta	-0,324	0,076	-4,22	0,000	-0,474	-0,173
lnsigma ²	5,778	14,637	0,39	0,693	-22,911	34,468
ilgtgamma	6,449	14,663	0,44	0,660	-22,291	35,190
sigma ²	323,362	4733,36			1,12e-10	9,32e+14
gamma	0,998	0,023			2,08e-10	1
sigma_u ²	322,852	4733,361			-8954,365	9600,069
sigma_v ²	0,510	0,078			0,356	0,664

Так, факторами-стимуляторами ефективності функціонування банку можна вважати такі показники як витрати на персонал, чиста процентна маржа та частка активів банку, що цілком закономірно, враховуючи інвестиційний характер людського капіталу як статті витрат організації, наявність безпосереднього зв'язку між формуванням процентних доходів та прибутку банку, а також значну роль ефекту масштабу в забезпеченні

прибутковості банківської діяльності. З іншого боку, неочікуваними виявилися результати, щодо наявності оберненого зв'язку між такими параметрами як чиста непроцентна маржа та чистий спред на ефективність банку, що може бути результатом недостатньої доходності окремих груп активів та пасивів банку та, в результаті, формуванням низьких значень отриманих показників зі зворотними відносно інших параметрів тенденціями їх динаміки. У той же час відмітимо, що параметри загальноадміністративних витрат та негативно класифікованих кредитів мають від'ємний знак при розрахованих коефіцієнтах, що, попри статистичну незначимість, свідчить про наявний потенціал дестимулюючого впливу даних факторів у формуванні банківської ефективності.

Оцінені значення ефективності діяльності для досліджуваної вибірки банків представлено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4 – Результати оцінювання ефективності банків України за період 2008-2017 років

Назва банку	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
АТ «Укресімбанк»	1,27	1,39	1,58	1,88	2,40	3,37	5,40	10,41	26,02	93,85
АТ «ОЩАДБАНК»	1,15	1,21	1,31	1,45	1,68	2,05	2,71	4,02	6,96	15,16
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	1,01	1,02	1,02	1,03	1,04	1,06	1,09	1,13	1,18	1,27
ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	1,03	1,04	1,06	1,08	1,11	1,16	1,22	1,33	1,50	1,78
АТ «ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК»	1,12	1,17	1,24	1,35	1,52	1,78	2,23	3,07	4,80	9,04
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	1,03	1,04	1,06	1,08	1,12	1,17	1,24	1,36	1,54	1,86
АБ «УКРГАЗБАНК»	1,29	1,42	1,63	1,96	2,54	3,64	6,00	12,02	31,73	123,4
АТ «УкрСиббанк»	1,02	1,03	1,05	1,07	1,09	1,13	1,19	1,28	1,42	1,66
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	1,06	1,09	1,12	1,17	1,25	1,37	1,55	1,84	2,37	3,40
ПАТ «КРЕДИТПРОМБАНК»	1,04	1,06	1,09	1,12	1,18	1,26	-	-	-	-

З даних таблиці можна відмітити тенденцію щодо перманентного зростання ефективності протягом дослідженого періоду для всієї вибірки банків. У той же час, метою дослідження є перевірка наявності впливу

сертифікації банків на ефективність їх діяльності. Для оцінювання було обрано модель «різниці різниць» (Difference-in-Differencesmodel), яка базується на формуванні вибірки з двох груп об'єктів дослідження. Перша група (дослідна) протягом періоду дослідження підпадає під дію певних факторів (у нашому випадку проходить процедуру сертифікації). Друга група (контрольна) не підпадає під вплив даного фактору протягом періоду дослідження. Порівняння оцінок середньої зміни результативної ознаки у період дії фактору та до його виникнення для двох груп факторів дозволяє оцінити вплив даного фактору на результативну ознаку [82]. Таким чином, модель дозволяє усунути вплив постійних відмінностей у параметрах об'єктів, що належать до різних досліджуваних груп, а також нівелювати вплив фактору часу на зміну результативної ознаки. Економетрична модель має наступний вигляд:

$$Eff = \beta_0 + \beta_1 dB + \delta_0 d2 + \delta_1 d2 \cdot dB + u \quad (3.2)$$

де Eff – результативна змінна, що позначає ефективність банківської діяльності;

$d2$ – фіктивна змінна, що позначає період наявності впливу факторної ознаки – сертифікації менеджменту якості банківських послуг;

δ_0 – коефіцієнт, що враховує вплив параметрів, які спричинили б зміну результативної ознаки при відсутності фактору впливу сертифікації;

dB – фіктивна змінна, що позначає дослідну групу – банки, які отримали сертифікати відповідності стандартам якості;

β_1 – коефіцієнт, що враховує відмінності між дослідною та контрольною групами до початку процедур сертифікації;

$d2 \cdot dB$ – фіктивна змінна взаємодії дослідної групи та періоду впливу фактору;

δ_1 – коефіцієнт впливу сертифікації систем менеджменту якості на ефективність банківської діяльності;

u – похибка вимірювання та специфікації.

Результати розрахунків щодо ідентифікації ролі наявності сертифікату про відповідність системи менеджменту якості банків вимогам міжнародних стандартів групи ISO 9001 у забезпеченні ефективності банківської діяльності демонструє табл. 3.5.

Таблиця 3.5 – Результати оцінювання впливу сертифікації банківських послуг на ефективність діяльності банку

Параметр	Значення ефективності	Стандартна похибка	$ t $	$P > t $
До проходження процедури сертифікації				
Контрольна група	1,095			
Дослідна група	1,102			
β_1	0,008	0,005	1,58	0,099
Після проходження процедури сертифікації				
Контрольна група	4,970			
Дослідна група	6,079			
δ_0	1,110	0,352	1,87	0,076
δ_1	1,102	0,171	2,61	0,009

Аналізуючи результати оцінювання відмітимо, що відмінності у значеннях ефективності банківської діяльності для дослідної та контрольної груп банків спостерігались на всіх етапах дослідження. У той же час розрив значень суттєво зростає при аналізі параметрів ефективності сертифікованих банків у період після проходження ними процедури підтвердження системи менеджменту якості вимогам міжнародних стандартів. Таким чином, можна зробити висновок про підтвердження раніше висунутої гіпотези про наявність позитивного впливу сертифікації банківського бізнесу на фінансові параметри його діяльності.

З іншого боку, у контексті дослідження викликає також інтерес оцінювання впливу сертифікації менеджменту якості банківських послуг безпосередньо на прибутковість активів банку, результати якого демонструє табл. 3.6.

Відмітимо, що в даному випадку на першому етапі дослідження контрольна група демонструвала кращі усереднені показники, ніж дослідна група.

Таблиця 3.6 – Результати оцінювання впливу сертифікації банківських послуг на прибутковість активів банку

Параметр	Значення ефективності	Стандартна похибка	t	P> t
До проходження процедури сертифікації				
Контрольна група	4,343			
Дослідна група	4,324			
Різниця	-0,019	0,008	-1,99	0,064
Після проходження процедури сертифікації				
Контрольна група	4,085			
Дослідна група	4,316			
Різниця	0,232	0,052	2,07	0,036
δ_1	0,251	0,071	2,15	0,011

При цьому у періоді після проходження сертифікації даний розрив було не лише усунуто, а й сформовано додатковий запас прибутковості активів банками, що імплементували стандарти ISO 9001 у свою діяльність.

Результати дослідження можна узагальнити у вигляді науково-методичного підходу, який представлено на рис. 3.6.

Відмітимо, що апробацію розробленого підходу слід проводити у розрізі трьох послідовних етапів. На першому етапі здійснюється формування інформаційної бази дослідження – вибірки банків, що впроваджували стандарти якості менеджменту послуг, а також контрольної групи банків. У межах даного етапу доцільно також проводити попередній статистичний аналіз параметрів ефективності банків. На другому етапі розраховується комплексний показник ефективності банків (у даному підході – засобами стохастичного фронтірного аналізу). На третьому етапі здійснюється дослідження зміни рівня ефективності банків під впливом імплементатії ними стандартів якості менеджменту банківських послуг.

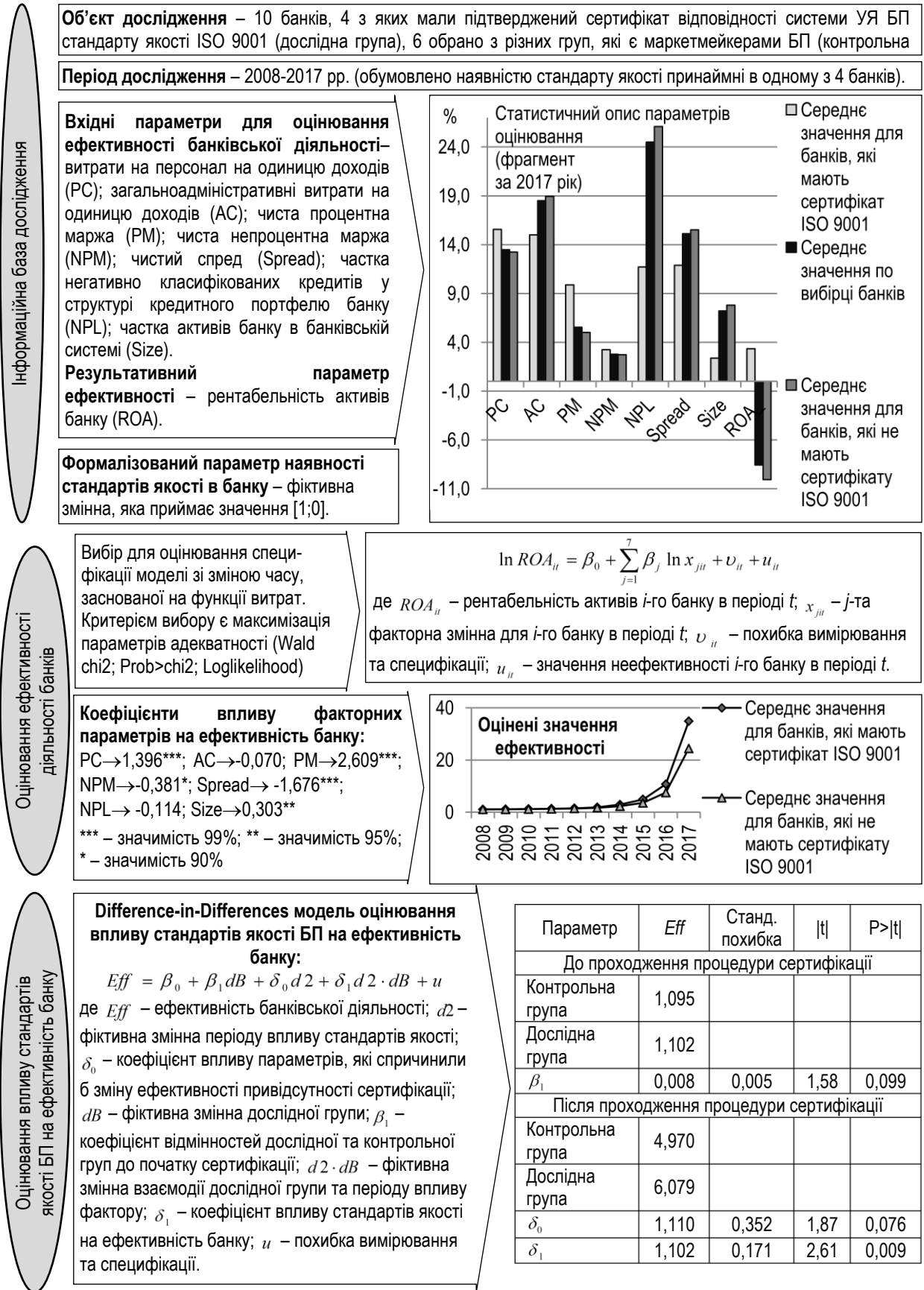


Рисунок 3.6 – Науково-методичний підхід до оцінювання впливу сертифікації систем менеджменту якості банківських послуг на ефективність банку

3.2 Науково-методичний підхід до визначення впливу інновацій на показники результативності функціонування банків

Динамічний розвиток ринкової економіки обумовлює необхідність постійної зміни форм та способів ведення бізнесу, що проявляється у впровадженні інноваційних продуктів та шляхів їх надання у всіх галузях функціонування економіки. Особливого характеру роль інновацій у забезпеченні ефективності функціонування компаній набуває у сфері послуг, зокрема при веденні банківського бізнесу, результати провадження якого залежать як від спектру та якості пропонованих банківських продуктів та послуг, так і від рівня обслуговування клієнтів. У зв'язку з цим реалізація концепції управління якістю банківських продуктів передбачає наявність інноваційної компоненти їх надання. Варто відмітити, що дослідженню ролі інновацій у веденні банківського бізнесу та розвитку банківської системи присвячено ряд зарубіжних та вітчизняних наукових праць, спрямованих на систематизацію видів інновацій та визначення результатів від їх запровадження. У той же час, залишаються недослідженими питання ідентифікації кількісного впливу від запровадження банківських інновацій на результативні параметри їх функціонування. Саме тому наукової актуальності та практичної значимості набуває аспект емпіричного дослідження кількісного ефекту від запровадження різного роду інновацій на показники діяльності комерційних банків.

Для проведення дослідження було проаналізовано найбільш значимі інновації, запроваджені комерційними банками України протягом 2012-2016 років. Огляд інформації, опублікованої в наукових працях, інформаційних матеріалах засобів масової інформації та на офіційних сайтах банків, засвідчив, що на практиці інновації можна розділити на три групи. Першою з них є інноваційні банківські продукти та послуги, запропоновані для ринку комерційними банками, узагальнення яких представлено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7 – Характеристика інноваційних банківських продуктів та послуг, запроваджених банками України у 2002-2016 рр. (складено на основі [156, 192, 194, 197-200])

Назва банку	Рік	Опис інновацій
АТ «ОЩАДБАНК»	2011	– емісія електронних грошей платіжної системи «ГлобалМані»
	2012	– картка з технологією безконтактних платежів PayPass
	2013	– миттєві перекази на картку будь-якого українського банку MoneySend
	2015	– програма «Ощадний дім»; – кредити на купівлю електроавтомобілів
	2016	– Електронне пенсійне посвідчення (для забезпечення соціальних виплат); – «Моя картка» – перша миттєва та безкоштовна картка Ощадбанку; – картка містянина
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	2003	– P2P-перекази міжкартками
	2007	– сек'юритизація активів через єврооблігації, забезпечені іпотечними кредитами
	2012	– сервіс накопичень «Скарбничка»; – програма підтримки підприємництва «Кредит на бізнес»
	2013	– можливість відправки SWIFT переказів в інших валютах крім доларів США та євро
	2015	– нова послуга «Стандарт безподатковий»; – преміум-магазин Wargaming в Приват24
	2016	– програма підтримки підприємництва – «Країна Успішного Бізнесу»; – платіжна картка Visa, оснащена технологією безконтактних платежів payWave
АБ «УКРГАЗБАНК»	2003	– платіжна картка МПС VisaInternational
	2007	– сек'юритизація активів через випуск звичайних іпотечних облігацій
	2008	– операції на ринку Forex для клієнтів-фізичних осіб
	2013	– мультивалютна система грошових переказів Welsend; – спеціальний продукт для школярів – платіжна картка Френдлі Кард; – програма кредитування об'єднань співвласників багатоквартирних будинків
	2014	– універсальна кредитно-депозитна картка «Домовичок»
ПАТ «УКРСОЦБАНК»	2002	– послуги з операцій на світовому валютному ринку через програму електронної торгівлі «Дилінговий центр АКБ «Укрсоцбанк»
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2002	– процентний опціон, що є зобов'язанням продавця надати міжбанківський кредит
	2003	– смарт-картка MasterCard
	2010	– послуга «Індивідуальні інвестиційні рішення»
	2013	– картки з технологіями безконтактних розрахунків Visa PayWave та MasterCard PayPass
АТ «УкрСиббанк»	2012	– картка MasterCard Debit
ПАТ «АЛЬФА- БАНК»	2002	– повний спектр послуг для розміщення внутрішніх випусків облігацій українських компаній
	2003	– картки системи Visa International
	2005	– споживче фінансування
	2006	– автокредитування; – іпотечне кредитування
АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК»	2004	– послуги мікрокредитування
	2005	– «Корпоративна картка Visa» із можливістю встановлення овердрафту; – міжнародні грошові перекази по системі «Анелік» для фізичних осіб.
	2006	– міжнародні грошові перекази ProPay з і до ПроКредитбанків у Центральній та Східній Європі
	2008	– кредит «ПроРемонт Еко»
АТ «Дельта Банк»	2006	– сек'юритизація через портфель облігацій; – споживчі експрес-кредити у поштових відділеннях
	2007	– cash-кредитування «Швидкі гроші»
	2010	– кредитування під заставу ПДВ-облігацій
	2011	– депозити, які можна розмістити через Інтернет «Спробуй ON-LINE» і «Найкращий ON-LINE»; – оренда індивідуальних банківських сейфів
	2012	– платіжна картка Visa Gold «Золотий депозит в кармані»; – ко-бренд картка «Delta-Portmone.com»; – безконтактні картки MasterCard PayPass; – автокредитування
	2013	– ощадна картка № 1 Debit, яка включає в себе поточний рахунок і систему управління і контролю своїми рахунками «myDELTA»

Варто відмітити, що для подальшого дослідження було враховано продукти та послуги, які було вперше запропоновано певним банком на банківському ринку України або надання послуг у новому для певного банку напрямку. При цьому з аналізу було виключено нові продукти, запропоновані у традиційних для банків напрямках платіжних карток, кредитів та депозитів, які відрізняються від уже пропонувананих ціновими та іншими загальними характеристиками, але не є принциповими інноваціями. Так, наприклад, у якості інновацій було визначено початок надання послуг з мікрокредитування АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК», послуг з автокредитування, іпотечного кредитування та споживчого фінансування ПАТ «АЛЬФА-БАНК», послуг з автокредитування АТ «Дельта Банк» тощо. Також було враховано інноваційні фінансові активи та послуги з управління фінансовими активами, такі як сек'юритизація активів, здійснена такими банками як АТ «Дельта Банк», АБ «УКРГАЗБАНК», ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», обслуговування випусків облігацій, запропоноване ПАТ «АЛЬФА-БАНК», та інші.

Наступною групою інновацій, розглянутих у процесі дослідження, стали інноваційні банківські технології в обслуговуванні клієнтів, характеристику яких на прикладі найбільш інноваційних банків України представлено в табл. 3.8. Варто відмітити той факт, що на сучасному етапі розвитку банківської системи основним напрямком підвищення якості обслуговування клієнтів є запровадження мобільного банкінгу, лідером у просуванні якого залишається ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», який ще у 2001 році запустив першу версію служби Приват24. Іншим напрямком у даному виді інновацій є запровадження нових систем обслуговування клієнтів через термінальну мережу, вдосконалення роботи контактних центрів та служб обслуговування клієнтів, здійснені такими банками як АБ «УКРГАЗБАНК», ПАТ «УКРСОЦБАНК», АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «УкрСиббанк», АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК», АТ «Дельта Банк».

Таблиця 3.8 – Характеристика інноваційних банківських технологій в обслуговуванні клієнтів, запроваджених банками України у 2002-2016 рр.(складено на основі [156, 192, 194, 195, 197-200])

Назва банку	Рік	Опис інновацій
АТ «ОЩАДБАНК»	2013	– мобільний банк Ощад 24/7; – мобільний банкінг для телефонів з Java и iOS (iPhone); – обслуговування платіжних карток в автоматичному меню Контакт-центру Ощадбанку
	2014	– технологія безконтактного розрахунку «чипованою» картою в громадському транспорті
	2016	– сервіс WEB-банкінгу – «Платежі на довільні реквізити»
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	2008	– банківський інтернет-віджет
	2009	– «Електронна решта»; – сервіс онлайн-платежів LiqPay на базі технології VISA Money Transfer
	2010	– «Онлайн-інкасація»
	2012	– отримання фінансових справок та виписок через термінали самообслуговування
	2013	– електронний сервіс OrantaPay для оплати страховки картою; – безконтактний банкомат для отримання готівки за допомогою мобільного телефону; – обмін валют в терміналах самообслуговування; – безконтактна технологія мобільного еквайрингу для малого бізнесу; – система QR-банкінгу; – мобільний додаток «Кредитна історія»
	2014	– мобільний додаток «Мої вклади»; – сервіс швидких грошових переводів на картки будь-якого банку світу; – хмарна технологія здійснення безконтактних платежів у додатку Приват24
	2016	– платформа видачі невеликих роздрібних кредитів «Сервіс вигідних вкладень» – технологія Visa Token Service для забезпечення безпечного середовища у сфері електронної комерції та мобільних платежів
АБ «УКРГАЗБАНК»	2006	– система біометричної ідентифікації клієнтів у депозитарії — «МАСТ-ІПРА «Депозитарій»
	2016	– торгові операції через систему FXAll; – мобільний додаток «MYUKRGASBANK» для зарплатних клієнтів
ПАТ «УКРСОЦБАНК»	2006	– технологія обслуговування клієнтів у рамках пілотного проекту «Управління чергою»
	2008	– послуга Інтернет-банкінгу для фізичних осіб
	2015	– мобільний додаток UniCredit Mobile»
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2002	– передоплачені послуги мобільного зв'язку, IP-телефонії і доступу в інтернет через мережу регіональних відділень
	2004	– інтегрована система для роздрібного бізнесу на основі програми Bankmaster RS
	2014	– мобільний термінал для еквайрингу
АТ «УкрСиббанк»	2010	– система «Керування рахунком» для клієнтів-фізичних осіб
	2011	– унікальна система ідентифікації клієнтів «Єдиний ключ»
АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК»	2008	– система CustomWare.Net, яка дозволяє надавати клієнтам комплексне обслуговування в усіх відділеннях, використовуючи підхід «однієї зупинки»
АТ «Дельта Банк»	2007	– «Дельта он-лайн» — сайт, що об'єднує Інтернет-банк і FOREX на одному Інтернет-ресурсі
	2011	– відкриття Центру підтримки клієнтів малого та середнього бізнесу
	2014	– можливість управління опцією кешбек в інтернет-банкінгу myDELTA; – сервіс «Календар платежів» з функціоналом «Автоплатіж» в Інтернет-банкінгу myDELTA

Третьою групою інновацій, які обумовлюють підвищення якості банківського обслуговування, вважаємо організаційні інновації, пов'язані з оновленням банківських підрозділів, реструктуризацією внутрішньої організаційної структури банків, інтеграції банківського бізнесу з іншими напрямками діяльності тощо. Узагальнення інновацій такого типу, запроваджених банками України, представлено в табл. 3.9.

Таблиця 3.9 – Характеристика організаційних інновацій, запроваджених банками України у 2002-2016 рр. (складено на основі [156, 192, 194, 195, 197-200])

Назва банку	Рік	Опис інновацій
АТ «ОЩАДБАНК»	2006	– сертифікація чіпового еквайрінгу
	2012	– відкриття процесингового центру для підтримки роботи термінального обладнання та карткових розрахунків
	2014	– відкриття інклюзивних відділень
	2015	– відкриття мобільних броньованих відділень для роботи у прифронтовій зоні
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	2014	– перший у світі безконтактний Android-банкомат
	2015	– система DEUTERIUM для управління бізнес-процесами та персоналізованої комунікації з клієнтами
	2016	– система аналізу якості обслуговування на основі нейронних мереж
АБ «УКРГАЗБАНК»	2005	– сертифікація термінального обладнання у МПС MasterCard Worldwide для еквайрінгу чіп-карт цієї платіжної системи.
	2016	– реалізація концепції розвитку еко-банкінгу
ПАТ «УКРСОЦБАНК»	2004	– реалізація проекту структурних перетворень «Трансформація» з метою оцінки та приведення до оптимального стану організаційно-функціональної структури, бізнес-процесів, регламентів банку з підтримкою цих змін сучасною інтегрованою банківською системою; – перехід на роботу в SWIFTNet – нову технологію роботи в системі SWIFT
	2005	– відкриття першого центру самообслуговування клієнтів
АТ «Райффайзен Банк Аваль»	2002	– реінжиніринг роздрібного бізнесу банку «Аваль»
	2007	– проект оптимізації мережі банку – «Типологія»
	2011	– проект реорганізації IT-підрозділів «25 до 1»
АТ «УкрСиббанк»	2009	– відкриття банківського відділення формату «Лібра»
	2010	– система WFM Teleopti, що дозволяє раціонально використовувати робочий час співробітників і збільшити рівень доступності банку для клієнтів
	2015	– підписання угод про співпрацю на міжнародному рівні з Facebook, Google, LinkedIn і Twitter
ПАТ «АЛЬФА- БАНК»	2007	– освоєння мережі супермаркетів
	2008	– організація мультисервісної мережі передачі голосу і даних для відділень роздрібних продажів «Альфа-Банк Експрес» на базі обладнання Cisco Systems
	2009	– відкриття першого відділення типу А-Клуб
АТ «Дельта Банк»	2007	– освоєння мережі супермаркетів

Кількісна формалізація проаналізованих даних для проведення практичних розрахунків передбачає побудову чотирьох факторних змінних:

– інноваційні продукти – фіктивна змінна, значення якої дорівнює кількості інноваційних продуктів та послуг, запроваджених певним банком у конкретному році, або нулю у випадку відсутності інновацій протягом року;

– інновації в обслуговуванні – фіктивна змінна, значення якої дорівнює кількості інновацій в обслуговуванні клієнтів, запроваджених певним банком у конкретному році, або нулю у випадку відсутності інновацій протягом року;

– організаційні інновації – фіктивна змінна, значення якої дорівнює кількості організаційних інновацій, запроваджених певним банком у конкретному році, або нулю у випадку відсутності інновацій такого типу протягом року;

– банківські інновації – фіктивна змінна, значення якої дорівнює сумі значень трьох попередніх фіктивних змінних.

З метою визначення ефекту від запровадження інновацій комерційними банками у якості результативних змінних було обрано наступні показники функціонування банків:

– рентабельність активів – параметр, розрахований як співвідношення прибутку після оподаткування до сукупних активів банку в звітному періоді, виражений у відсотках, який ілюструє загальну ефективність функціонування банку;

– приріст активів – показник приросту сукупних активів банку в звітному році до сукупних активів у попередньому році, виражений у відсотках, який відображає сукупний темп росту масштабів діяльності конкретного банку;

– приріст кредитів та заборгованості клієнтів – параметр темпу приросту сукупних кредитів та заборгованості фізичних та юридичних осіб у національній та іноземній валютах у звітному році відносно попереднього, який характеризує динаміку попиту клієнтів на кредитні послуги певного банку;

– приріст коштів клієнтів – показник приросту коштів фізичних та юридичних осіб, розміщених у банку, відносно попереднього року, виражений у відсотках, значення якого відображає динаміку попиту клієнтів на депозитні послуги певного банку;

– приріст процентних доходів – параметр приросту сукупних процентних доходів банку відносно попереднього року, виражений у відсотках, який відображає вартісний результат банку від зміни попиту на банківські послуги.

При цьому варто відмітити, що значення параметрів, обраних у якості залежних ознак, значною мірою залежить від загальних показників функціонування як окремого комерційного банку, так і банківської системи в цілому, а запровадження банківських інновацій виступає лише каталізатором або інгібітором впливу таких факторів. Таким чином, з метою побудови адекватних та статистично значимих економетричних моделей для визначення впливу інновацій на банківські показники було виокремлено ряд додаткових факторних (контрольних) змінних, таких як:

- рентабельність активів банківської системи – параметр, розрахований як співвідношення сукупного для комерційних банків прибутку після оподаткування до сукупних активів банківської системи в звітному періоді, виражений у відсотках, який відображає ефективність функціонування банківської системи в цілому;

- рівень статутного капіталу банку – показник, розрахований як відношення статутного капіталу до активів банку, виражене у відсотках, що відображає рівень фінансової стійкості конкретного банку;

- розмір банку – параметр, розрахований як відношення активів окремого банку до сукупних активів банківської системи, виражений у відсотках, який відображає роль окремого банку в банківській системі, та, відповідно, його здатність впливати на ринкову кон'юнктуру;

- приріст загальних адміністративних витрат – відношення показника адміністративних витрат окремого банку у звітному періоді відносно попереднього періоду, виражене у відсотках, яке відображає динаміку витрачання коштів на утримання банку та просування його іміджу;

- приріст витрат на персонал – відношення показника витрат на персонал окремого банку у звітному періоді відносно попереднього періоду, виражене у відсотках, яке відображає динаміку витрачання коштів на підвищення кваліфікації персоналу банку та, відповідно, якості надання банківських послуг;

- рівень процентних доходів – відношення процентних доходів до сукупних доходів конкретного банку, виражене у відсотках, яке відображає роль кредитно-депозитних операцій для ефективного функціонування банку;
- рівень загальних адміністративних витрат – відношення загальних адміністративних витрат до сукупних активів банку у звітному періоді, що відображає ступінь орієнтованості банку на забезпечення високого рівня утримання його підрозділів та просування іміджу банку.

Таким чином для проведення дослідження було використано статистичні дані за період 2002-2016 років для дев'яти українських банків, діяльність яких протягом зазначеного періоду характеризувалась високим рівнем запроваджених інновацій порівняно з іншими українськими банками. Джерелом статистичної інформації виступила база даних, розміщена на офіційному сайті Національного банку України [202].

Для проведення емпіричного дослідження було використано інструментарій панельного регресійного моделювання програмного забезпечення StataSE12. Для оцінювання обрано специфікацію моделі панельної регресії зі скоригованою стандартною похибкою, яка дозволяє врахувати можливість гетероскедастичності та кореляції між панелями залишків регресії. Результати оцінювання впливу запровадження банківських інновацій на рентабельність активів банків представлено в табл. 3.10.

Результати розрахунків засвідчили, що запровадження банківських інновацій обумовлює від'ємний вплив на динаміку рентабельності активів комерційних банків у рік їх запровадження та в наступні чотири роки після реалізації таких інновацій. У той же час, позитивний ефект від запровадження інновацій для рентабельності активів банку спостерігається з часовим лагом у п'ять років, обумовлюючи зростання результативного показника в середньому на 2,01%. При цьому можна відмітити, що рентабельність активів банківської системи та розмір банку є параметрами-каталізаторами як рентабельності активів комерційних банків, так і позитивного впливу реалізації банківських інновацій на динаміку

зазначеного показника, у той час як рівень статутного капіталу банку у даній моделі виступає фактором-інгібітором. Привертає увагу той факт, що приріст загальних адміністративних витрат та приріст витрат на персонал характеризуються недостатнім рівнем їх статистичної значимості, що не дає змоги зробити адекватні висновки про їх вплив на результативну змінну.

Таблиця 3.10 – Результати оцінювання впливу впровадження інновацій на рентабельність активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Банківські інновації	-1,25*** (0,44)	-1,56*** (0,42)	-1,34*** (0,35)	-3,25*** (0,44)	-2,80*** (0,88)	2,01*** (0,53)
Рентабельність активів банківської системи	0,59*** (0,16)	0,60*** (0,14)	0,55*** (0,15)	0,39** (0,15)	0,56*** (0,19)	0,63*** (0,11)
Рівень статутного капіталу банку	-0,29*** (0,11)	-0,29*** (0,10)	-0,31** (0,11)	-0,32** (0,12)	-0,31*** (0,10)	-0,29*** (0,09)
Розмір банку	0,08* (0,04)	0,08** (0,04)	0,06* (0,03)	0,07* (0,04)	0,06 (0,03)	0,06** (0,03)
Приріст загальних адміністративних витрат	0,00 (0,01)	0,00 (0,01)	0,00 (0,01)	0,01 (0,01)	0,00 (0,02)	0,01 (0,01)
Приріст витрат на персонал	0,00 (0,01)	0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	0,00 (0,02)	-0,01 (0,01)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	43,51	68,70	62,24	82,01	42,56	114,27
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Значний науковий інтерес представляє також дослідження впливу окремих груп банківських інновацій на результати функціонування банківських установ. Отже, наступним етапом розрахунків стало оцінювання впливу впровадження групи інноваційних банківських продуктів та послуг на рентабельність активів комерційних банків, результати якого представлені в табл. 3.11. Відмітимо, що у даному дослідженні статистично значимий ефект впливу інноваційних продуктів на результуючу змінну було зафіксовано при наявності часових лагів в один, чотири та п'ять років. При цьому позитивний вплив спостерігається тільки за умови наявності часового лагу в п'ять років, що підтверджує результати попереднього етапу дослідження. Вплив таких контрольних змінних як рентабельність активів банківської системи та рівень

статутного капіталу банку є аналогічним попередньо проведеним розрахункам, тоді як ефект від такого фактора як розмір банку спостерігається тільки в моделі з п'ятирічним часовим лагом, при цьому маючи позитивний напрямок впливу.

Таблиця 3.11 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських продуктів та послуг на рентабельність активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інноваційні продукти	-0,92 (0,80)	-2,62*** (0,85)	0,59 (0,90)	0,28 (1,15)	-3,24*** (1,08)	2,78*** (0,76)
Рентабельність активів банківської системи	0,60*** (0,16)	0,61*** (0,15)	0,60*** (0,16)	0,61*** (0,17)	0,55*** (0,18)	0,62*** (0,10)
Рівень статутного капіталу банку	-0,29*** (0,11)	-0,28*** (0,10)	-0,30*** (0,11)	-0,29** (0,12)	-0,30*** (0,01)	-0,30*** (0,08)
Розмір банку	0,06 (0,03)	0,04 (0,03)	0,05 (0,04)	0,05 (0,04)	0,04 (0,04)	0,06** (0,03)
Приріст загальних адміністративних витрат	0,00 (0,01)	0,01 (0,01)	0,00 (0,01)	0,00 (0,02)	0,01 (0,02)	0,00 (0,01)
Приріст витрат на персонал	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,01 (0,01)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	43,68	46,82	41,06	42,21	47,42	125,96
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%

Результати розрахунків, проведені для визначення впливу інноваційних банківських технологій на рентабельність активів демонструє табл. 3.12.

На даному етапі дослідження було виявлено, що запровадження інноваційних технологій в обслуговуванні клієнтів не забезпечує позитивного ефекту зростання рівня рентабельності банківських активів. При цьому в моделях, побудованих без часового лагу, або з лагом у два, три або чотири роки спостерігається статистично значимий обернений зв'язок між запровадженням банківських інновацій зазначеного типу та напрямком зміни рівня рентабельності банківських активів, у той час як залежність між змінними в моделях з часовим лагом один або п'ять років не характеризується достатнім для інтерпретації рівнем статистичної

значимості. Вплив контрольних змінних є аналогічним результатам, отриманим при дослідженні загальної вибірки банківських інновацій.

Таблиця 3.12 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських технологій в обслуговуванні клієнтів на рентабельність активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інновації в обслуговуванні	-1,32** (0,59)	-0,38 (0,41)	-2,61*** (0,56)	-7,14*** (0,81)	-3,51*** (1,26)	-0,19 (0,93)
Рентабельність активів банківської системи	0,59*** (0,16)	0,60*** (0,15)	0,51*** (0,15)	0,30* (0,15)	0,62*** (0,18)	0,64*** (0,11)
Рівень статутного капіталу банку	-0,29*** (0,10)	-0,30*** (0,10)	-0,31*** (0,11)	-0,31*** (0,11)	-0,31*** (0,10)	-0,30*** (0,09)
Розмір банку	0,07* (0,04)	0,06* (0,03)	0,10*** (0,03)	0,09 (0,06)	0,07* (0,03)	0,05** (0,02)
Приріст загальних адміністративних витрат	0,01 (0,01)	0,00 (0,01)	-0,01 (0,01)	-0,00 (0,01)	0,00 (0,02)	0,00 (0,01)
Приріст витрат на персонал	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	0,00 (0,01)	0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	38,63	49,06	126,37	103,39	36,64	91,80
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Розрахунки впливу організаційних інновацій на рентабельність активів комерційних банків (табл. 3.13) засвідчили наявність негативного впливу у рік їх запровадження та наступні два роки, тоді як позитивний вплив було зафіксовано через п'ять років від реалізації таких інновацій, який характеризується зростанням результативного показника в середньому на 2,66%.

Наступний блок проведених розрахунків пов'язаний з визначенням впливу банківських інновацій на приріст активів банків. Так, у загальному банківські інновації обумовлюють середнє скорочення активів комерційного банку на 4,39% у рік реалізації таких інновацій, у той час як розрахунки, проведені з додаванням часового лагу, не дозволили отримати статистично значимі результати, що відображають ефект для наступних періодів (табл. 3.14).

Таблиця 3.13 – Результати оцінювання впливу впровадження організаційних інновацій на рентабельність активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Організаційні інновації	-3,55*** (1,25)	-3,36*** (0,95)	-3,95*** (1,19)	0,62 (1,14)	-0,77 (1,02)	2,66*** (1,02)
Рентабельність активів банківської системи	0,57*** (0,14)	0,57*** (0,16)	0,60*** (0,16)	0,60*** (0,17)	0,62*** (0,17)	0,65*** (0,11)
Рівень статутного капіталу банку	-0,30*** (0,10)	-0,30*** (0,10)	-0,30 (0,11)	-0,29** (0,12)	-0,30*** (0,10)	-0,29*** (0,09)
Розмір банку	0,06* (0,03)	0,06* (0,03)	0,05 (0,03)	0,05 (0,04)	0,05 (0,03)	0,06** (0,02)
Приріст загальних адміністративних витрат	0,00 (0,01)	0,01 (0,01)	0,01 (0,01)	0,00 (0,01)	0,00 (0,02)	0,00 (0,01)
Приріст витрат на персонал	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,01 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)	-0,00 (0,01)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	51,60	71,59	59,15	29,77	36,37	111,25
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Таблиця 3.14 – Результати оцінювання впливу впровадження інновацій на приріст активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Банківські інновації	-4,39** (2,19)	-2,55 (2,46)	0,95 (2,70)	-0,49 (2,56)	-2,60 (2,99)	-0,80 (2,05)
Рентабельність активів банківської системи	1,87** (0,79)	1,92** (0,84)	1,87** (0,78)	1,79** (0,77)	1,66** (0,76)	1,41* (0,73)
Рівень процентних доходів	-3,39** (1,36)	-3,61*** (1,38)	-3,84*** (1,42)	-3,72** (1,49)	-3,07** (1,56)	-6,55*** (1,60)
Рівень загальних адміністративних витрат	-15,37*** (3,05)	-14,35*** (2,89)	-14,44*** (3,01)	-14,93*** (3,22)	-15,38*** (3,17)	-9,75*** (2,84)
Приріст витрат на персонал	0,18*** (0,03)	0,17*** (0,04)	0,21*** (0,05)	0,21*** (0,05)	0,22*** (0,05)	0,18*** (0,03)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	103,20	95,73	89,71	86,80	75,21	73,91
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Варто відмітити досить цікаві результати, отримані при аналізі впливу контрольних змінних на залежну ознаку. Так, цілком закономірно, що зростання рівня рентабельності банківської системи обумовлює розширення масштабів банківської діяльності. Також присутній позитивний вплив на зростання активів від приросту витрат на персонал комерційного банку. При

цьому варто відмітити, що висока частка процентних доходів у доходах банку, а також значний рівень адміністративних витрат відносно його активів обумовлюють досить суттєве скорочення сукупних активів банку.

Результати дослідження впливу продуктових банківських інновацій на приріст активів банку (табл. 3.15) засвідчили, що через чотири роки після їх запровадження спостерігається статистично значимий позитивний ефект для динаміки результативного показника (результати побудованих моделей для оцінювання зв'язку між показниками у розрізі інших часових періодів виявилися статистично не значимими). При цьому додатковий приріст активів на будь-якому проміжку часу забезпечують такі параметри як рентабельність активів банківської системи, а також приріст витрат на персонал, у той час як рівень процентних доходів та рівень загальних адміністративних витрат виступають факторами, що стримують зростання банківських активів.

Таблиця 3.15 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських продуктів та послуг на приріст активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інноваційні продукти	-1,31 (4,75)	-1,64 (5,13)	4,21 (5,49)	6,56 (5,28)	10,90* (6,54)	4,07 (6,49)
Рентабельність активів банківської системи	1,96** (0,84)	1,96** (0,84)	1,82** (0,76)	1,98*** (0,77)	1,81** (0,73)	1,35* (0,71)
Рівень процентних доходів	-3,61*** (1,37)	-3,63*** (1,36)	-3,81*** (1,42)	-3,82*** (1,39)	-3,76** (1,53)	-6,57*** (1,55)
Рівень загальних адміністративних витрат	-14,28*** (2,99)	-14,24*** (2,95)	-14,35*** (3,01)	-14,34*** (3,15)	-14,76*** (3,25)	-9,96*** (2,71)
Приріст витрат на персонал	0,17*** (0,04)	0,17*** (0,04)	0,21*** (0,05)	0,21*** (0,05)	0,20*** (0,05)	0,17*** (0,03)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	94,44	94,89	98,19	110,66	83,04	71,16
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Відмітимо той факт, що запровадження інноваційних технологій в обслуговуванні клієнтів в цілому обумовлює скорочення активів

комерційного банку як безпосередньо у рік запровадження таких інновацій, так і з часовими лагами у три та чотири роки, що демонструють дані табл. 3.16. При цьому вплив контрольних змінних на результуючу ознаку є аналогічним попереднім етапам дослідження.

Таблиця 3.16 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських технологій в обслуговуванні клієнтів на приріст активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інновації в обслуговуванні	-6,35** (2,90)	-3,54 (2,82)	-2,86 (3,17)	-5,51* (2,83)	-12,56** (5,99)	-6,67 (4,91)
Рентабельність активів банківської системи	1,87** (0,80)	1,94** (0,84)	1,75** (0,79)	1,61** (0,75)	1,69** (0,74)	1,43** (0,72)
Рівень процентних доходів	-3,56*** (1,34)	-3,61*** (1,37)	-3,73*** (1,45)	-3,54** (1,44)	-3,10** (1,48)	-6,56*** (1,60)
Рівень загальних адміністративних витрат	-14,53*** (2,83)	-14,16*** (2,82)	-14,95*** (3,04)	-15,39*** (3,14)	-15,44*** (3,15)	-9,95*** (2,87)
Приріст витрат на персонал	1,17*** (0,03)	0,16*** (0,04)	0,21*** (0,05)	0,22*** (0,05)	0,22*** (0,05)	0,18*** (0,03)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	101,18	95,52	88,97	89,88	75,93	75,77
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

За результатами розрахунків зафіксовано, що статистично значимий вплив організаційних банківських інновацій на приріст активів комерційних банків спостерігається з лагом у чотири роки та має обернений напрямок (табл. 3.17). Вплив контрольних змінних є характерним для даного блоку дослідження.

Наступним блоком дослідження впливу інновацій на результати функціонування комерційних банків стало оцінювання ефекту від впровадження різного роду інновацій на динаміку кредитів та заборгованості клієнтів. Отже, як можна відмітити з даних табл. 3.18, в цілому запровадження банківських інновацій обумовлює скорочення результативного показника в середньому на 8,46% у рік їх запровадження, а також на 8,24% у період через 4 роки.

Таблиця 3.17 – Результати оцінювання впливу впровадження організаційних інновацій на приріст активів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Організаційні інновації	-10,46 (7,11)	-2,88 (6,16)	4,98 (7,11)	-0,98 (6,29)	-15,02** (6,06)	-1,83 (5,12)
Рентабельність активів банківської системи	1,89** (0,83)	1,93** (0,85)	1,85** (0,79)	1,83** (0,82)	1,71** (0,75)	1,40* (0,73)
Рівень процентних доходів	-3,52*** (1,37)	-3,67*** (1,36)	-3,79*** (1,40)	-3,73*** (1,44)	-3,13** (1,43)	-6,52*** (1,51)
Рівень загальних адміністративних витрат	-14,97*** (2,99)	-14,10*** (2,87)	-14,73*** (2,99)	-14,86*** (2,96)	-15,10*** (3,15)	-9,80*** (2,72)
Приріст витрат на персонал	0,17*** (0,04)	0,17*** (0,04)	0,21*** (0,05)	0,21*** (0,05)	0,22*** (0,05)	0,18*** (0,03)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	99,03	96,86	88,78	101,93	101,02	72,34
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Таблиця 3.18 – Результати оцінювання впливу впровадження інновацій на приріст кредитів та заборгованості клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Банківські інновації	-8,46** (3,76)	-5,68 (4,26)	-3,33 (4,59)	-2,75 (3,91)	-8,24* (4,86)	-2,40 (3,27)
Рівень процентних доходів	-1,19 (2,09)	-1,59 (2,17)	-1,77 (2,34)	-1,67 (2,38)	-1,21 (2,65)	-7,88*** (2,36)
Рівень статутного капіталу банку	-0,84** (0,39)	-0,83** (0,40)	-0,80** (0,40)	-0,80** (0,35)	-0,76** (0,36)	-0,42 (0,34)
Рентабельність активів банківської системи	2,42* (1,26)	2,50* (1,33)	2,38* (1,34)	2,35** (1,18)	2,38* (1,34)	2,10 (1,38)
Рівень загальних адміністративних витрат	-22,33*** (4,40)	-20,44*** (4,28)	-20,88*** (4,48)	-20,83*** (4,43)	-20,49*** (4,17)	-10,36*** (3,41)
Приріст витрат на персонал	0,20*** (0,06)	0,18*** (0,06)	0,22*** (0,08)	0,22** (0,09)	0,23** (0,09)	0,18*** (0,04)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	62,64	57,75	56,30	62,78	56,89	41,58
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

При цьому досить цікавим є вплив контрольних змінних. Так, приріст витрат на персонал обумовлює зростання кредитів та заборгованості клієнтів, тоді як рівень адміністративних витрат має протилежний ефект. У той же час, рентабельність активів на рівні банківської системи стимулює нарощення кредитів та заборгованості клієнтів окремих банків, а рівень статутного

капіталу банку – їх стримує. Рівень процентних доходів не має стійкого впливу на результуючу ознаку. Дослідження у розрізі різних груп банківських інновацій засвідчило, що інноваційні продукти не мають стійкого впливу на приріст кредитів та заборгованості клієнтів (табл. 3.19).

Таблиця 3.19 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських продуктів та послуг на приріст кредитів та заборгованості клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інноваційні продукти	-7,14 (7,60)	-3,42 (8,24)	-1,12 (8,57)	9,94 (8,10)	10,63 (9,20)	1,40* (8,54)
Рівень процентних доходів	-1,46 (2,15)	-1,64 (2,17)	-1,85 (2,31)	-1,97 (2,24)	-2,26 (2,56)	-7,94*** (2,32)
Рівень статутного капіталу банку	-0,78* (0,40)	-0,80** (0,40)	-0,77* (0,40)	-0,75** (0,32)	-0,74** (0,35)	-0,41 (0,34)
Рентабельність активів банківської системи	2,61** (1,29)	2,61* (1,34)	2,50* (1,37)	2,78** (1,20)	2,60* (1,36)	2,05 (1,37)
Рівень загальних адміністративних витрат	-20,87*** (4,37)	-20,17*** (4,36)	-20,43*** (4,44)	-19,54*** (4,26)	-19,61*** (4,16)	-10,42*** (3,28)
Приріст витрат на персонал	0,19*** (0,06)	0,18*** (0,06)	0,22*** (0,08)	0,21** (0,09)	0,20** (0,09)	0,17*** (0,05)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	59,52	56,93	57,78	81,72	59,86	40,90
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Впровадження інновацій в обслуговуванні обумовлює скорочення кредитів у рік запровадження, а також в період через 3 та 4 роки (табл. 3.20).

Організаційні інновації також характеризуються оберненим зв'язком з результативною ознакою, який проявляється у період через чотири роки після їх запровадження (табл. 3.21).

Іншим параметром, що було використано для відображення залучення клієнтів комерційного банку в результаті запровадження банківських інновацій, є приріст коштів клієнтів банку (як фізичних так і юридичних осіб).

Таблиця 3.20 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських технологій в обслуговуванні клієнтів на приріст кредитів та заборгованості клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інновації в обслуговуванні	-9,53* (5,45)	-6,44 (5,61)	-8,03 (5,84)	-13,81*** (4,09)	-28,61*** (10,34)	-3,45 (8,32)
Рівень процентних доходів	-1,55 (2,11)	-1,61 (2,15)	-1,59 (2,36)	-1,34 (2,30)	-1,45 (2,50)	-7,93*** (2,35)
Рівень статутного капіталу банку	-0,85** (0,38)	-0,85** (0,40)	-0,84** (0,41)	-0,80** (0,34)	-0,80** (0,38)	-0,42 (0,35)
Рентабельність активів банківської системи	2,45* (1,32)	2,53* (1,33)	2,20* (1,31)	1,98* (1,16)	2,46** (1,25)	2,08 (1,38)
Рівень загальних адміністративних витрат	-20,53*** (4,16)	-19,98*** (4,16)	-21,37*** (4,48)	-21,66*** (4,34)	-20,48*** (4,10)	-10,45*** (3,53)
Приріст витрат на персонал	0,18*** (0,06)	0,17*** (0,06)	0,22*** (0,08)	0,23*** (0,09)	0,23*** (0,09)	0,18*** (0,04)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	59,03	58,82	59,45	68,28	60,40	41,12
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Таблиця 3.21 – Результати оцінювання впливу впровадження організаційних інновацій на приріст кредитів та заборгованості клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Організаційні інновації	-15,36 (11,16)	-12,77 (10,18)	6,42 (11,70)	3,75 (8,67)	-17,73** (8,81)	-6,56 (7,42)
Рівень процентних доходів	-1,50 (2,16)	-1,79 (2,17)	-1,80 (2,28)	-1,97 (2,26)	-1,63 (2,53)	-7,78*** (2,23)
Рівень статутного капіталу банку	-0,84** (0,39)	-0,86** (0,40)	-0,76* (0,39)	-0,76** (0,34)	-0,75** (0,35)	-0,43 (0,35)
Рентабельність активів банківської системи	2,48* (1,31)	2,45* (1,34)	2,52* (1,35)	2,48** (1,27)	2,49* (1,37)	2,07 (1,36)
Рівень загальних адміністративних витрат	-21,15*** (4,29)	-19,86*** (4,29)	-20,55*** (4,40)	-20,15*** (3,98)	-19,91*** (4,12)	-10,54*** (3,26)
Приріст витрат на персонал	0,19*** (0,06)	0,17*** (0,06)	0,22*** (0,08)	0,22** (0,09)	0,22** (0,09)	0,17*** (0,04)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	64,49	60,68	57,43	70,75	70,43	41,92
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Результати, представлені в табл. 3.22, засвідчили, що в цілому банківські інновації мають статистично значимий вплив на результуючу

ознаку в період чотири роки після їх запровадження, при цьому отриманий зв'язок є оберненим. Коефіцієнти, отримані при контрольних змінних, використаних у даному блоці дослідження, демонструють, що зростання результуючої ознаки забезпечується внаслідок позитивного приросту витрат на персонал, тоді як рівень загальних адміністративних витрат та рівень статутного капіталу банку мають обернений вплив. При цьому рівень процентних доходів виявився статистично не значимою змінною.

Таблиця 3.22 – Результати оцінювання впливу впровадження інновацій на приріст коштів клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Банківські інновації	0,46 (3,68)	5,56 (4,22)	5,77 (4,51)	1,39 (3,56)	-12,56*** (3,96)	2,82 (3,54)
Рівень процентних доходів	-2,57 (2,29)	-2,64 (2,19)	-2,58 (2,23)	-1,85 (1,49)	-0,20 (1,54)	-3,15 (1,94)
Рівень загальних адміністративних витрат	-15,80*** (4,91)	-15,89*** (4,72)	-14,58*** (4,84)	-16,50*** (3,99)	-17,77*** (3,93)	-12,07*** (3,99)
Рівень статутного капіталу банку	-2,57* (1,36)	-3,04** (1,39)	-2,86** (1,40)	-2,15* (1,15)	-1,96*** (0,75)	-1,13 (0,75)
Приріст витрат на персонал	0,26*** (0,07)	2,54*** (0,07)	0,21** (0,09)	0,21*** (0,05)	0,24*** (0,05)	0,16*** (0,05)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	40,49	36,20	33,43	38,69	52,27	19,57
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

У той же час, запровадження інноваційних банківських продуктів та послуг дозволяє отримати позитивний ефект приросту коштів клієнтів комерційних банків у період через два роки після їх виходу на ринок, про що свідчать дані табл. 3.23.

Інноваційні банківські технології в обслуговуванні клієнтів обумовлюють скорочення коштів клієнтів через 4 роки після їх запровадження, як свідчать дані табл. 3.24. У той же час, вплив даної групи інновацій з іншим часовим лагом не підтверджується.

Таблиця 3.23 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських продуктів та послуг на приріст коштів клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інноваційні продукти	3,44 (7,31)	6,53 (8,01)	17,72** (8,73)	9,59 (6,29)	0,50 (6,78)	9,67 (6,40)
Рівень процентних доходів	-3,37 (2,38)	-3,28 (2,34)	-3,09 (2,29)	-2,43* (1,47)	-1,76 (1,55)	-4,41*** (1,55)
Рівень загальних адміністративних витрат	-15,56*** (4,90)	-15,45*** (4,77)	-13,76*** (4,82)	-15,73*** (4,11)	-17,19*** (4,30)	-11,73*** (3,99)
Рівень статутного капіталу банку	-2,74** (1,18)	-2,69** (1,17)	-2,34** (1,02)	-2,11** (1,07)	-2,35*** (0,72)	-1,23 (0,78)
Приріст витрат на персонал	0,20 (0,13)	0,13 (0,10)	0,06 (0,12)	0,12 (0,08)	0,11 (0,09)	0,00 (0,08)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	43,05	45,00	36,77	43,55	33,82	31,27
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Таблиця 3.24 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських технологій в обслуговуванні клієнтів на приріст коштів клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інновації в обслуговуванні	-1,82 (3,84)	3,42 (3,88)	1,82 (4,47)	-4,60 (3,99)	-15,79** (7,69)	2,05 (6,43)
Рівень процентних доходів	-3,21 (2,36)	-3,29 (2,35)	-3,29 (2,40)	-2,01 (1,46)	-1,49 (1,47)	-4,45*** (1,55)
Рівень загальних адміністративних витрат	-15,87*** (4,86)	-16,08*** (4,83)	-14,73*** (4,90)	-16,66*** (4,06)	-17,21*** (4,14)	-11,24*** (3,88)
Рівень статутного капіталу банку	-2,47** (1,17)	-2,84** (1,19)	-2,59** (1,19)	-1,75* (1,01)	-2,11*** (0,73)	-1,33* (0,74)
Приріст витрат на персонал	0,14 (0,10)	0,14 (0,10)	0,05 (0,12)	0,12 (0,08)	0,13 (0,08)	0,02 (0,08)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	45,10	43,82	32,03	38,59	43,88	29,03
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Аналогічно попереднім даним відбувається скорочення коштів клієнтів через 4 роки після запровадження організаційних інновацій (табл. 3.25).

Таблиця 3.25 – Результати оцінювання впливу впровадження організаційних інновацій на приріст коштів клієнтів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Організаційні інновації	4,58 (12,32)	11,84 (10,59)	-11,10 (12,98)	0,65 (8,41)	-25,51*** (7,75)	-2,50 (6,94)
Рівень процентних доходів	-3,29 (2,41)	-3,16 (2,26)	-3,30 (2,34)	-2,29 (1,46)	-1,56 (1,41)	-4,35*** (1,51)
Рівень загальних адміністративних витрат	-15,59*** (5,03)	-16,03*** (4,69)	-14,32*** (4,88)	-16,51*** (4,03)	-17,09*** (4,25)	-11,48*** (3,79)
Рівень статутного капіталу банку	-2,69** (1,11)	-2,76** (1,10)	-2,27** (1,12)	-2,11** (0,99)	-2,48*** (0,73)	-1,39* (0,76)
Приріст витрат на персонал	0,14 (0,10)	0,15 (0,10)	0,04 (0,12)	0,11 (0,08)	0,12 (0,09)	0,02 (0,08)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	45,07	51,71	32,30	38,49	51,74	29,30
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Вартісним індикатором залучення клієнтів у результаті запровадження інновацій, обраним для оцінювання, виступає приріст процентних доходів комерційних банків. За даними табл. 3.26 можна відмітити, що в цілому банківські інновації не характеризуються статистично значимим впливом на результуючу ознаку, у той час як контрольні змінні мають стійкий негативний ефект на динаміку процентних доходів комерційних банків.

Таблиця 3.26 – Результати оцінювання впливу впровадження інновацій на приріст процентних доходів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Банківські інновації	-0,46* (6,29)	-2,08 (7,07)	-2,49 (7,88)	6,74 (7,65)	9,51 (11,20)	-4,15 (2,78)
Рівень статутного капіталу банку	-1,28*** (0,45)	-1,28*** (0,45)	-1,31*** (0,44)	-1,28*** (0,44)	-1,28*** (0,44)	-0,72*** (0,26)
Рівень загальних адміністративних витрат	-16,74** (7,58)	-16,79** (7,14)	-17,35** (7,25)	-17,05** (7,41)	-18,76** (7,53)	-14,53*** (2,82)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	15,42	13,98	16,56	16,61	18,68	33,36
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%

Продуктові інновації мають стійкий позитивний вплив на приріст процентних доходів через 4 та 5 років після їх запровадження (табл. 3.27).

Таблиця 3.27 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських продуктів та послуг на приріст процентних доходів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інноваційні продукти	2,42 (14,17)	6,92 (16,44)	3,67 (18,04)	11,55 (15,14)	42,07*** (13,88)	12,72** (6,19)
Рівень статутного капіталу банку	-1,28*** (0,45)	-1,31*** (0,45)	-1,30*** (0,45)	-1,28*** (0,46)	-1,35*** (0,40)	-0,67*** (0,25)
Рівень загальних адміністративних витрат	-16,52** (7,41)	-16,45** (7,23)	-16,81** (7,31)	-17,08** (7,39)	-19,39*** (7,12)	-15,86*** (2,98)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	14,38	14,37	15,84	16,54	26,52	29,35
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%

Інноваційні банківські технології в обслуговуванні клієнтів характеризуються наявністю негативного впливу на динаміку процентних доходів комерційних банків у період через 5 років після їх запровадження (табл. 3.28).

Таблиця 3.28 – Результати оцінювання впливу впровадження інноваційних банківських технологій в обслуговуванні клієнтів на приріст процентних доходів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Інновації в обслуговуванні	-5,38 (7,39)	-8,34 (6,88)	-5,93 (6,96)	-2,85 (8,62)	-24,84 (20,55)	-18,12*** (6,64)
Рівень статутного капіталу банку	-1,29*** (0,44)	-1,31*** (0,45)	-1,32*** (0,45)	-1,27*** (0,45)	-1,39*** (0,38)	-0,75*** (0,24)
Рівень загальних адміністративних витрат	-16,86** (7,25)	-16,78** (7,04)	-17,53** (7,31)	-17,83** (7,59)	-17,90** (7,79)	-15,30*** (2,77)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	14,77	15,15	16,37	16,24	17,41	34,55
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%

У той же час, досить цікавим є вплив організаційних інновацій на динаміку процентних доходів комерційних банків, який демонструють дані табл. 3.29.

Таблиця 3.29 – Результати оцінювання впливу впровадження організаційних інновацій на приріст процентних доходів банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнти впливу					
	часовий лаг відсутній	в моделі встановлено часовий лаг для параметра інновацій				
		1 рік	2 роки	3 роки	4 роки	5 років
Організаційні інновації	11,02 (16,03)	-8,35 (14,66)	-9,30 (15,78)	34,49** (14,31)	-18,87 (13,93)	-16,04** (7,32)
Рівень статутного капіталу банку	-1,27*** (0,45)	-1,29*** (0,45)	-1,31*** (0,45)	-1,18*** (0,42)	-1,35*** (0,45)	-0,72*** (0,27)
Рівень загальних адміністративних витрат	-16,09** (7,15)	-16,76** (7,17)	-16,90** (7,24)	-17,56** (7,29)	-17,56** (7,68)	-14,95*** (2,70)
Кількість спостережень	104	104	103	102	93	84
Wald chi2(3)	16,27	14,00	16,04	18,92	14,66	33,50
Prob > chi2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Примітка: в дужках представлено значення стандартної похибки; *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%

У період через 3 роки після запровадження інновацій даної груписпостерігається позитивний вплив на результуючу ознаку, у той час як через 5 років після реалізації організаційних інновацій маємо зворотній ефект, що свідчить про вичерпний потенціал даної групи інновацій.

Узагальнення основних результатів оцінювання демонструє табл. 3.30.

Таким чином, проведене дослідження дає змогу зробити ряд висновків про роль інновацій в управлінні якістю банківських продуктів та, відповідно, наслідки впровадження інновацій для результатів функціонування комерційних банків:

– сукупний позитивний вплив від впровадження банківських інновацій на рентабельність активів банків проявляється у період через п'ять років після їх впровадження, процентні доходи банків не залежать від впровадження банківських інновацій, у рік запровадження банківських інновацій відбувається скорочення активів банків та кредитів і заборгованості клієнтів банків, у період через чотири роки після

запровадження банківських інновацій спостерігається скорочення кредитів і заборгованості клієнтів банків, а також коштів клієнтів банку;

Таблиця 3.30 – Результати оцінювання впливу банківських інновацій на фінансові індикатори функціонування банку

Параметри впливу		Фінансові показники функціонування банку				
		Рентабельність активів, %	Приріст активів, %	Приріст кредитів та заборгованості клієнтів, %	Приріст коштів клієнтів, %	Приріст процентних доходів, %
BI	Коеф. впливу	2,01*** (5 років)	-4,39** (відсутній)	-8,24* (4 роки)	-12,56*** (4 роки)	-0,46* (відсутній)
	Графічна інтерпретація					
PI	Коеф. впливу	2,78*** (5 років)	10,90* (4 роки)	1,40* (5 років)	17,72** (2 роки)	42,07*** (4 роки)
	Графічна інтерпретація					
SI	Коеф. впливу	-1,32** (відсутній)	-5,51* (3 роки)	-9,53* (відсутній)	-15,79** (4 роки)	-18,12*** (5 років)
	Графічна інтерпретація					
OI	Коеф. впливу	2,66*** (5 років)	-15,02** (4 роки)	-17,73** (4 роки)	-25,51*** (4 роки)	34,49** (3 роки)
	Графічна інтерпретація					
Вплив контрольних змінних		ROAs(↑); FS _L (↓); SB _L (↑); AC _G (≠); PC _G (≠)	ROAs(↑); I _L (↓); AC _G (↓); PC _G (↑)	ROAs(↑); FS _L (↓); AC _G (↓); PC _G (↑); I _L (≠)	I _L (≠); AC _G (↓); FS _L (↓); PC _G (≠)	FS _L (↓); AC _G (↓)

Умовні позначення. *** – статистична значимість на рівні 99%; ** – статистична значимість на рівні 95%; * – статистична значимість на рівні 90%; у дужках представлено тривалість часового лагу, при якому досягається вплив, виражений коефіцієнтом. Контрольні змінні, що визначають вплив зовнішніх та внутрішніх умов функціонування банку на його фінансові індикатори: ROAs – рентабельність активів банківської системи, %; FS_L – фінансова стійкість банку, оцінена як відношення статутного капіталу до активів, %; SB_L – розмір банку, розрахований як відношення активів окремого банку до сукупних активів банківської системи, %; AC_G – приріст загальних адміністративних витрат, %; PC_G – приріст витрат на персонал, %; I_L – частка процентних доходів у сукупних доходах банку, %. (↑) – показник є каталізатором впливу інновацій на результативну змінну (прямий зв'язок); (↓) – показник є інгібітором впливу (обернений зв'язок); (≠) – вплив контрольної змінної на результативну ознаку статистично не підтверджено.

– запровадження інноваційних банківських продуктів та послуг обумовлює скорочення рентабельності активів банків через рік та чотири роки після їх виходу на ринок, тоді як через п'ять років отримується позитивний ефект, приріст активів банків у результаті продуктивних

банківських інновацій забезпечується через чотири роки, а приріст коштів клієнтів – через два роки, динаміка кредитів та заборгованості клієнтів не залежить від запровадження інноваційних банківських продуктів, а приріст процентних доходів банку забезпечується у четвертий та п'ятий роки після їх запровадження;

– запровадження банківських інновацій в обслуговуванні клієнтів обумовлює скорочення показників результативності функціонування комерційних банків, яке спостерігається для рентабельності активів банків у рік запровадження таких інновацій, а також через два, три та п'ять років після їх запровадження, для приросту активів банків та приросту кредитів і заборгованості клієнтів – у рік запровадження інновацій, а також через три та чотири роки після їх запровадження, для приросту коштів клієнтів – через чотири роки після запровадження даної групи інновацій, а для приросту процентних доходів – через п'ять років;

– організаційні інновації обумовлюють позитивний вплив на рентабельність активів банків з часовим лагом у п'ять років, при цьому у рік їх запровадження та наступні два роки спостерігається обернений зв'язок, у той же час спостерігається негативна динаміка приросту активів банків, кредитів та заборгованості клієнтів, коштів клієнтів у результаті запровадження інновацій даної групи у період через чотири роки, а позитивний вплив організаційних інновацій на приріст процентних доходів через три роки після їх запровадження змінюється негативним впливом через п'ять років.

Отже, результати дослідження створюють наукове підґрунтя для управління банківськими інноваціями як у процесі підвищення якості банківських послуг, так і при використанні резервів зростання результативних показників функціонування банку, а також є основою для проведення подальших досліджень щодо визначення ролі банківських інновацій в забезпеченні ефективності діяльності комерційних банків.

3.3 Науково-методичні засади визначення ролі якості банківських послуг у забезпеченні рентабельності активів банків

Сучасний етап розвитку ринкової економіки характеризується модифікацією моделі продажів послуг, що реалізовано через перехід від пріоритетності виключно цінових орієнтирів при виборі окремого банківського продукту чи надання послуги до задоволення інтересів клієнта за рахунок якісних параметрів, пов'язаних з наданням послуги, що поступово відображається також на поведінці учасників сектору фінансових послуг. Одночасне функціонування значної кількості банківських установ як у межах однієї країни, так і на міжнародному банківському ринку призводить до поступової конвергенції цінових параметрів пропонованих банківських послуг у межах, що відповідають можливостям їх споживачів, що підвищує значимість додаткових факторів, що стосуються як загального рівня фінансової стійкості та ділової репутації окремого банку, так безпосередньо виникають у процесі надання конкретної послуги з точки зору рівня обслуговування клієнта, її зручності та наявності додаткових характеристик, що підвищують комфорт клієнта при користуванні нею. У той же час, реалізація стратегії банку, спрямованої на максимізацію рівня якості пропонованих фінансових послуг та рівня обслуговування клієнтів, потребує здійснення додаткових витрат як на стимулювання роботи персоналу, так і на технічне забезпечення комфорту клієнта тощо, які можуть нівелювати притік додаткових доходів, отриманих за рахунок розширення клієнтської бази, що у результаті актуалізує проблему дослідження впливу якості банківських послуг на ефективність їх діяльності у процесі пошуку оптимальної моделі управління продажами банківських послуг.

У той же час, безумовно важливим аспектом діяльності комерційних банків як прибуткових структур залишається їх здатність генерувати позитивні фінансові результати від основної та іншої діяльності, максимізації

якого має сприяти обрана банком концепція управління якістю банківських послуг. Саме тому в сучасних умовах розвитку банківського ринку набуває актуальності проведення дослідження, спрямованого на оцінювання кількісного впливу рівня якості банківських послуг на фінансову результативність функціонування банківських установ на прикладі найбільших банків України, яке дозволить ідентифікувати місце управління якістю банківських послуг серед детермінант зростання ефективності банківської діяльності.

Аналізуючи популярність даного напрямку серед сучасних напрацювань у сфері економіки відмітимо, що проблематиці управління якістю банківських послуг присвячена значна кількість наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Зокрема, розробки Д. Завадської [84, 149] та Л. Іхсанової [153] присвячені вивченню ролі якості банківських послуг з точки зору підвищення їх конкурентоспроможності, Е. Новаторов та В. Новицька [186] займалися питаннями оцінювання якості банківських послуг, А. Сотеріу та С. Зеніос [7272] Л. Махмутаї та ін. [4747] досліджували можливість поєднання принципів ефективності, прибутковості та якості у процесі надання банківських послуг. У той же час, більшість наукових розробок, пов'язаних з вивченням зв'язку якості надання банківських послуг та результатами банківської діяльності, є суто теоретичними розробками, саме тому для розвитку системи внутрішнього менеджменту якості банківських послуг виникає потреба отримання адекватних емпіричних результатів.

Функціонування банківської системи України, як і будь-якої сфери конкурентної діяльності характеризується постійним суперництвом окремих банків за лояльність клієнтів з використанням різних методів утримання їх прихильності, що на сьогоднішньому етапі найбільшою мірою провадиться шляхом використання інформаційного простору. Причому, на відміну від попередніх етапів розвитку маркетингової політики, на сьогоднішній день її метою являється не лише стимулювання вибору клієнта до конкретного

банку під час отримання окремої фінансової послуги, але і побудова стратегії довгострокової співпраці. Так, у табл. 3.31 представлені результати дослідження застосування двох інструментів управління якістю банківських послуг найбільшими банками України – власної системи контролю якості банківських послуг та системи зворотного зв'язку з клієнтами, які у вітчизняній практиці є найбільш популярними способами, які менеджмент банку застосовує в процесі побудови клієнтоорієнтованої політики надання послуг.

Отже, аналізуючи офіційні сайти банківських установ, можна зробити висновки про їх орієнтацію на управління якістю банківськими послугами за рахунок таких параметрів як власна система контролю якості послуг, що реалізується за критеріями, важливими безпосередньо з точки зору конкретного банку, а також наявність зворотного зв'язку з клієнтами, що дозволяє врахувати проблеми, пропозиції та побажання клієнта при отриманні ним банківських послуг, у подальшому функціонуванні банку.

Таблиця 3.31 – Результати якісного аналізу організації систем управління якістю банківських послуг у найбільших банках України(складено на основі [192-200])

Назва банку	Наявність власної системи контролю якості банківських послуг	Наявність системи зворотного зв'язку з клієнтами
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	+	+
АТ «Укресімбанк»	-	+
АТ «Ощадбанк»	-	+
АТ «Райффайзен банк Аваль»	-	-
ПАТ «ПУМБ»	+	+
АТ «Укрсиббанк»	-	-
АТ «ОТП БАНК»	-	+
АБ «УКРГАЗБАНК»	-	-
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	+	+

Відмітимо, що на сьогоднішній день лише три з дев'яти досліджених банків характеризуються наявністю систематичного внутрішнього контролю якості банківських послуг, причому привертає увагу факт відсутності

єдиного підходу до його застосування. Так, ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» публікує результати оцінювання якості обслуговування та роботу сервісів яка оновлюється кожні два тижні. ПАТ «ПУМБ», крім системи відгуків клієнтів банку пропонує також тестування для них з метою отримання оцінки якості послуг. Особливо варто відмітити підхід ПАТ «АЛЬФА-БАНК», відповідно до якого двічі в рік проводиться комплексна оцінка рівня задоволеності і лояльності клієнтів, яка вимірює сприйняття клієнтами основних параметрів функціонування банку з точки зору зручності, повноти та якості надання банківських послуг, а також щоквартальне дослідження методом MysteryShopping («Таємний покупець»), що забезпечує перманентний контроль рівня обслуговування клієнтів, а також незалежне та об'єктивне оцінювання якості послуг, що надаються у відділення банку.

У той же час, варто звернути увагу на той факт, що навіть не всі з досліджених банків відповідають критерію наявності системи зворотного зв'язку з клієнтами саме у розрізі можливості оцінювання якості наданих послуг, оскільки при аналізі було враховано не лише наявність контактного телефону та/або електронної адреси на сайті банку, а й зазначення питань, у розрізі яких можна використовувати дані контакти, а також їх доступність для клієнта. У даному аспекті варто відмітити інноваційний підхід ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», який використовує, крім традиційного оцінювання по телефону, систему онлайн-чату, а також АТ «ОТП БАНК», який дозволяє оцінити якість банківських послуг клієнтом за допомогою Skype.

Наступним етапом дослідження є безпосередньо емпіричний аналіз зв'язку рівня якості банківських послуг з фінансовими результатами його діяльності. На даному етапі важливе місце займає виокремлення кількісних параметрів оцінювання якості банківських послуг, складність якого полягає у виборі максимально об'єктивних та систематичних критеріїв. Саме тому у якості основного індикатора якості надання банківських послуг було обрано компоненту «Лояльність вкладників» рейтингу стійкості банків, розробленого фінансовим порталом «Мінфін» [220], який уособлює рівень

задоволення клієнтів умовами надання банківських послуг у довгостроковій перспективі та, відповідно, їх бажання співпрацювати з конкретним банком з огляду на прийнятність як цінових так і нецінових параметрів якості послуг. Зазначений рейтинг публікується щоквартально, починаючи з 4 кварталу 2012 року, що забезпечує достатній рівень періоду дослідження для формулювання статистично значимих результатів.

Динаміка даного індикатора (рис. 3.7) для банків, які формують вибірку дослідження, демонструє, що протягом аналізованого періоду позиції окремих банків у рейтингу змінювалися у різних напрямках.

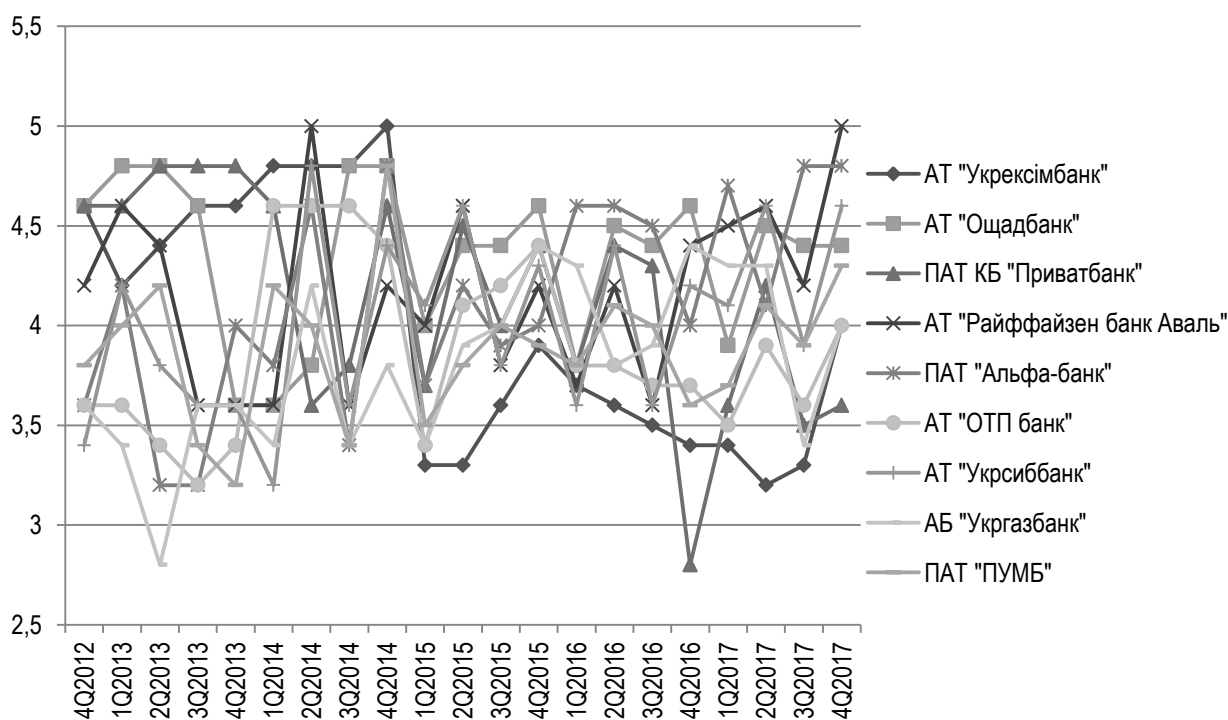


Рисунок 3.7 – Динаміка позиції у рейтингу стійкості вкладників за компонентом «Лояльність вкладників» найбільших українських банків за період 4 кв. 2012 року – 4 кв. 2017 р. (побудовано за даними [220])

Так, у період до 1 кв. 2015 року лідерами за оцінками вкладників виступали АТ «Ощадбанк», ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», АТ «Укрексімбанк» у більшості досліджених періодів, у той час як найбільш низькі результати

демонстрували АБ «УКРГАЗБАНК», АТ «ОТП БАНК», АТ «Укрсиббанк». У той же час, починаючи з 1 кв. 2015 року спостерігалось стійке падіння позицій всіх банків за бальними оцінками рейтингу, причому найбільш значний спад простежувався для АТ «Укресімбанк», а такі банки як ПАТ «АЛЬФА-БАНК», АТ «Ощадбанк», ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», АТ «ОТП БАНК» демонстрували найбільш високі оцінки. На кінець 2017 року спостерігалось відновлення попередніх позицій за всіма банками вибірки

Результативною ознакою, яка відображає ефективність діяльності банків, було обрано співвідношення прибутку до оподаткування до активів банку (ROA), що, з одного боку дозволяє оцінити фінальний результат функціонування банку, а з іншого – враховує ефекти масштабу його діяльності. Статистичні дані щодо динаміки даного індикатора для банків, що формують вибірку дослідження, представлено на рис. 3.8.

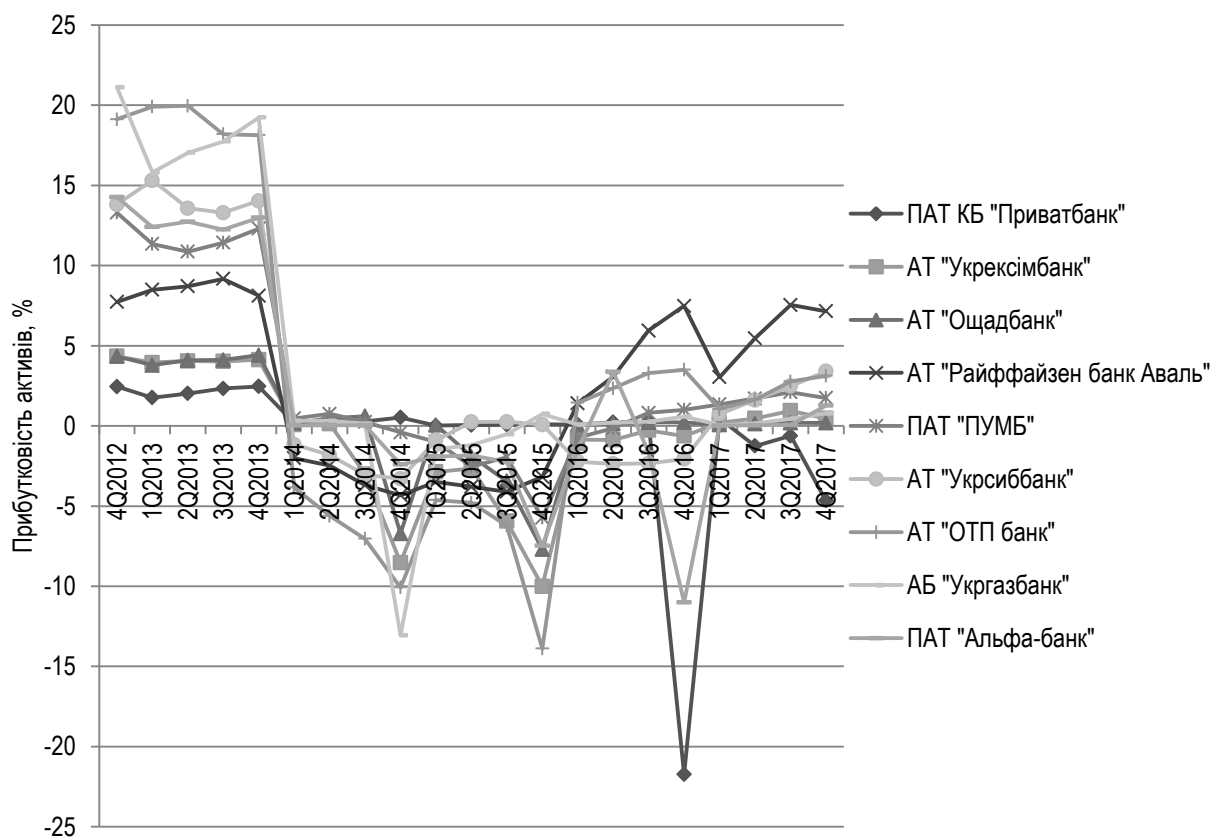


Рисунок 3.8 – Динаміка прибутковості активів найбільш українських банків за період 4 кв. 2012 року – 4 кв. 2017 р.

(побудовано за даними [192-200])

Варто відмітити, що у період до 1 кв. 2014 року всі банки демонстрували стабільний та досить високий рівень прибутковості активів, який був максимально високим для таких банків як АТ «ОТП БАНК», АБ «УКРГАЗБАНК», АТ «Укрсиббанк» та ПАТ «АЛЬФА-БАНК». У той же час, в наступні періоди спостерігалось суттєве зниження фінансових результатів, відповідно, більшість установ отримували чистий збиток від їх діяльності, які особливо суттєво проявлялися для таких банків як АТ «ОТП БАНК», ПАТ «ПУМБ» та АТ «Райффайзен банк Аваль», тоді як інші банки в окремих кварталах демонстрували позитивні фінансові результати.

Досить цікавим видається той факт, отриманий на основі первинного аналізу статистичних даних, що банки, які у докризовий період демонстрували максимально високі фінансові результати, одночасно у цей же період характеризувалися найбільш низьким рівнем лояльності вкладників, отриманим за даними відповідного рейтингу, що засвідчує спекулятивний характер маркетингової та фінансової політики зазначених установ, спрямованих на отримання короткострокового прибутку, а не формування довгострокової довіри клієнтів на основі забезпечення високої якості надаваних банківських послуг. Однак, для формування об'єктивних висновків доцільно провести більш глибокий аналіз за допомогою засобів економіко-математичного моделювання.

Відмітимо, що фінансові результати банку залежать не лише від якісних характеристик надання банківських послуг, а й від загальних параметрів його функціонування. Саме тому при побудові економетричних моделей у процесі дослідження доцільно включати додаткові факторні (контрольні) змінні, які характеризують баланс доходів та витрат банку, опис яких представлено в табл. 3.32.

Статистичну інформацію для включення даних показників у вибірку дослідження було отримано з фінансових звітів, розміщених на офіційних сайтах аналізованих банків.

Таблиця 3.32 – Характеристика контрольних змінних для оцінювання впливу якості банківських послуг на ефективність діяльності банку

Назва показника	Опис і методика розрахунку
Загальні адміністративні витрати на одиницю загальних доходів	Відношення загальних адміністративних витрат до сукупних доходів банку. Показник, що відображає позицію банку щодо підвищення якості управління банківськими послугами
Витрати на персонал і маркетинг на одиницю доходів	Відношення витрат на персонал і маркетинг до сукупних доходів банку. Показник, що відображає позицію банку щодо підвищення якості надання банківських послуг та їх просування на ринку
Чиста процентна маржа	Відношення різниці між процентними доходами та процентними витратами до активів банку. Показник, що відображає цінні характеристики процентних активів банку
Чиста непроцентна маржа	Відношення різниці між непроцентними доходами та непроцентними витратами до активів банку. Показник, що відображає цінні характеристики непроцентних активів банку

Дослідження було проведено з використанням квартальних даних за період з 4 кварталу 2012 року по 4 квартал 2017 року на прикладі 9 найбільших за розміром активів банків України, за якими було надано рейтингові оцінки у розрізі всіх зазначених періодів.

Емпіричні результати було отримано на основі використання методів Pooled Mean Group (PMG) та Dynamic Fixed Effects (DFE), що складають основу авторегресійної моделі з розподіленими лагами (ARDL). Вибір зазначеного інструментарію обумовлений декількома причинами, а саме:

- можливістю отримання результатів як для усієї вибірки банків, тобто загального масиву панельних даних, так і для конкретного фінансового посередника, що дозволяє одночасно відслідкувати загальні та індивідуальні тренди і взаємозв'язки;

- визначенням сили та характеру регресійної залежності між результативною та факторними ознаками у коротко- та довгостроковій перспективі, що має важливе значення з урахування специфіки вхідного набору параметрів (вплив якості обслуговування клієнтів на показники результативності діяльності банку може бути непомітним чи незначимим у діапазоні до 1 року, а проявлятися більшою мірою з певним часовим лагом);

– можливістю використання двох рівнозначних методів для вирішення поставленої прикладної задачі, що дозволяє обрати найбільш оптимальні та статистично значимі результати.

Практична реалізація дослідження була проведена на основі використання програмного продукту Stata. Слід зауважити, що ARDL модель не входить до стандартного набору опцій зазначеного програмного комплексу, що обумовило необхідність використання зовнішньої надбудови «xtprmg», яка, у свою чергу, дозволяє використовувати як метод PMG, так iDFE(існує також можливість застосування третього методу – meangroup(MG), який не було використано у рамках даного дослідження у зв'язку з його подібністю до методу PMG).

Кінцеві результати, отримані в цілому для досліджуваної групи у розрізі строковості ефектів впливу, представлено у табл. 3.33.

Таблиця 3.33 – Результати визначення впливу кількісних та якісних параметрів надання банківських послуг на прибутковість активів найбільших банків України

Факторні ознаки	Коефіцієнт впливу	Стандартна похибка	z	P> z	Нижні 95%	Верхні 95%
Довгостроковий вплив						
Лояльність вкладників	0,0033***	0,0013	3,42	0,005	-0,0074	0,0140
Загальні адміністративні витрати на одиницю загальних доходів	0,0332	0,0238	1,40	0,163	-0,0135	0,0799
Витрати на персонал і маркетинг на одиницю доходів	-0,3267***	0,1232	-2,65	0,008	-0,5681	-0,0852
Чиста процентна маржа	0,0043***	0,0014	3,12	0,002	0,0016	0,0070
Чиста непроцентна маржа	0,0048***	0,0011	4,56	0,000	0,0027	0,0069
Короткостроковий вплив						
Лояльність вкладників	-0,0038	0,0145	-0,26	0,794	-0,0322	0,0246
Загальні адміністративні витрати на одиницю загальних доходів	0,1108	0,1344	0,82	0,410	-0,1526	0,3741
Витрати на персонал і маркетинг на одиницю доходів	-0,1605	0,2401	-0,67	0,504	-0,6312	0,3101
Чиста процентна маржа	-0,0017	0,0022	-0,80	0,426	-0,0060	0,0026
Чиста непроцентна маржа	-0,0033	0,0047	-0,71	0,478	-0,0124	0,0059

Примітка: *** – значимість на рівні 99%

Аналізуючи результати, отримані для всієї сукупності досліджуваних банків, відмітимо, що в довгостроковому періоді було зафіксовано статистично значимий позитивний вплив параметра «лояльність вкладників», який опосередковує якість банківських послуг, на фінансову ефективність діяльності банків, що обумовлено тривалістю формування платіжної репутації банку та поширення інформації про показники якості банківських послуг серед потенційних клієнтів банків. Поруч з цим було отримано досить сильний прямий зв'язок між показниками чистої процентної маржі та чистої непроцентної маржі та зростанням прибутковості активів банку, що підтверджує значну роль традиційних цінових факторів в управлінні продажами банківських послуг на вітчизняному банківському ринку. Досить цікавим є факт отримання статистично значимої оберненої залежності між рівнем витрат на персонал і маркетинг банку та прибутковістю його діяльності, що підтверджує раніше отримані результати незначимості фінансового забезпечення працівників банку у зростанні ефективності його діяльності в сучасних умовах функціонування ринку банківських послуг.

Розглядаючи короткострокові ефекти впливу, слід відмітити, що, на відміну від виявлених у довгостроковому періоді залежностей, у короткостроковій перспективі є характерною відсутність статистично значимого впливу параметра «лояльність вкладників», що підтверджує висунуте припущення про низький рівень уваги клієнтів банків до особливостей діяльності окремих банків та відсутність значимості використання актуальної публічної інформації при купівлі банківських послуг.

Інструментарій дослідження дозволяє також оцінити вплив аналізованих факторних ознак на результативну також у розрізі окремих банків за всіма незалежними змінними, що представляє суттєвий інтерес з огляду на диференціацію підходів вітчизняних банків до використання класичних інструментів управління якістю банківських послуг, яку

дозволили відмітити результати аналізу інформації, представленої на сайтах досліджуваних банків.

Так, результати розрахунків, представлені у табл. 3.34, відображають зв'язок компоненти «Лояльність вкладників» з прибутковістю активів найбільших банків України, що дозволяє оцінити залежність між сприйняттям клієнтів рівня якості надаваних банківських послуг та ефективністю діяльності окремого банку.

Таблиця 3.34 – Результати визначення впливу лояльності вкладників на ефективність діяльності у розрізі окремих банків України

Назва банку	Коефіцієнт впливу	Стандартна похибка	z	P > z	Нижні 95%	Верхні 95%
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	0,1006**	0,0403	2,49	0,013	0,0215	0,1797
АТ «Укресімбанк»	-0,0383***	0,0090	-4,24	0,000	-0,0560	-0,0206
АТ «Ощадбанк»	-0,0070	0,0125	-0,56	0,573	-0,0316	0,0175
АТ «Райффайзен банк Аваль»	-0,0043	0,0040	-1,07	0,286	-0,0122	0,0036
ПАТ «ПУМБ»	-0,0232***	0,0069	-3,34	0,001	-0,0368	-0,0095
АТ «Укрсиббанк»	0,0001	0,0051	0,02	0,985	-0,0099	0,0101
АТ «ОТП БАНК»	-0,0554***	0,0210	-2,64	0,008	-0,0966	-0,0142
АБ «УКРГАЗБАНК»	-0,0064	0,0080	-0,79	0,430	-0,0221	0,0094
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	-0,0002	0,0130	-0,02	0,985	-0,0257	0,0252

Примітка: *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%

Варто відмітити той факт, що статистично значимі результати вдалося отримати лише для трьох банків, тоді як для решти банків оцінені залежності характеризувалися недостатнім рівнем адекватності. У той же час, значимі результати демонструють різнонаправлені тенденції для окремих банків. Так, досить цікаво, що найбільш популярний серед українців банк – ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» характеризувався наявністю щільного прямого зв'язку між якістю банківських послуг та прибутковістю активів, що цілком очевидно, враховуючи масштаби їх діяльності та, відповідно, рівень впізнаваності клієнтами. Поруч з цим для іншого ПАТ «ПУМБ» та АТ «ОТП БАНК», які,

за результатами якісного аналізу, активно займаються контролем якості власних послуг, було отримано негативний зв'язок, що підтверджує низьку роль якісних характеристик окремих послуг для вітчизняних клієнтів, поруч з параметрами діяльності банків у цілому.

Враховуючи виявлені залежності у контексті дослідження набуває важливого значення виявлення найбільш значимих детермінант формування ефективності діяльності для окремих українських банків, аналіз яких дозволяють провести результати оцінювання впливу контрольних змінних на прибутковість активів у розрізі досліджуваних банків.

Отже, сукупний ефект від фінансування управлінської діяльності для результатів функціонування банку дозволяє оцінити вплив такого показника як загальні адміністративні витрати на одиницю загальних доходів (табл. 3.35).

Таблиця 3.35 – Результати визначення впливу загальних адміністративних витрат на одиницю загальних доходів на прибутковість активів у розрізі окремих банків України

Назва банку	Коефіцієнт впливу	Стандартна похибка	z	P > z	Нижні 95%	Верхні 95%
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	-0,8489*	0,4948	-1,72	0,086	-1,8187	0,1209
АТ «Укресімбанк»	0,5481**	0,2161	2,54	0,011	0,1245	0,9717
АТ «Ощадбанк»	0,1704*	0,1001	1,70	0,089	-0,02581	0,3666
АТ «Райффайзен банк Аваль»	0,2170***	0,0532	4,08	0,000	0,1126	0,3213
ПАТ «ПУМБ»	0,0397	0,1019	0,39	0,697	-0,1600	0,2394
АТ «Укрсиббанк»	0,0245	0,0278	0,88	0,379	-0,0301	0,0791
АТ «ОТП БАНК»	0,3436***	0,1179	2,91	0,004	0,1123	0,5748
АБ «УКРГАЗБАНК»	0,4343***	0,1208	3,59	0,000	0,1975	0,6711
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	0,0682	0,1294	0,53	0,598	-0,1853	0,3218

Примітка: *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Статистично значимі результати, отримані для шести банків з досліджуваної вибірки, засвідчили, що позитивний ефект від підвищення фінансування адміністративних витрат для прибутковості банку в контексті якості управління банківськими послугами спостерігається для таких банків як АТ «Укрексімбанк», АТ «Ощадбанк» АТ «Райффайзен банк Аваль», АТ «ОТП БАНК» та АБ «УКРГАЗБАНК», що відображає організацію системи менеджменту банку, максимальною мірою спрямовану на покращення результатів його діяльності. У той же час, результати, отримані для ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» демонструють неефективність структури адміністративних витрат, що проявляється у недоотриманні прибутків при зростанні фінансування даного напрямку потреб банку.

У той же час, більш конкретні результати щодо визначення ефекту від витрачання ресурсів банку на підвищення якості банківських послуг для загальних підсумків його діяльності дозволяють оцінити залежності, виявлені між витратами на персонал і маркетинг на одиницю доходів та прибутковістю активів для окремих банків України (табл. 3.36).

Таблиця 3.36 – Результати визначення впливу витрат на персонал і маркетинг на одиницю доходів на ефективність діяльності у розрізі окремих банків України

Назва банку	Коефіцієнт впливу	Стандартна похибка	z	P > z	Нижні 95%	Верхні 95%
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	-1,6006*	0,8336	-1,92	0,055	-3,2343	0,03319
АТ «Укрексімбанк»	0,9329***	0,2965	3,15	0,002	0,3519	1,5139
АТ «Ощадбанк»	0,3165	0,2028	1,56	0,119	-0,0809	0,7139
АТ «Райффайзен банк Аваль»	0,1216**	0,0484	2,51	0,012	0,0265	0,2166
ПАТ «ПУМБ»	-0,2077	0,1560	-1,33	0,183	-0,5134	0,0981
АТ «Укрсиббанк»	-0,6144***	0,1281	-4,80	0,000	-0,8655	-0,3633
АТ «ОТП БАНК»	0,0774	0,1175	0,66	0,510	-0,1529	0,3076
АБ «УКРГАЗБАНК»	0,1512**	0,0713	2,12	0,034	0,0114	0,2909
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	-0,6220*	0,3481	-1,79	0,074	-1,3043	0,0603

Примітка: *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%, * – значимість на рівні 90%

Даний напрямок дослідження засвідчив наявність позитивного фінансового ефекту від зростання витрат на персонал і маркетинг для трьох вітчизняних банків. Так, значний позитивний вплив простежувався для таких банків як АТ «Укресімбанк» АТ «Райффайзен банк Аваль» та АБ «УКРГАЗБАНК». У той же час, такі банки як ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», АТ «Укрсиббанк» та ПАТ «АЛЬФА-БАНК» продемонстрували скорочення прибутковості їх діяльності внаслідок зростання частки витрат на персонал і маркетинг відносно сукупних доходів банку.

Поруч з цим потребує додаткового дослідження вплив факторів, що відображають цінову політику вітчизняних банків, на ефективність їх діяльності, одним з яких є показник чистої процентної маржі, зв'язок якого з прибутковістю активів окремих банків демонструють дані табл. 3.37.

Таблиця 3.37 – Результати визначення впливу чистої процентної маржі на прибутковість активів у розрізі окремих банків України

Назва банку	Коефіцієнт впливу	Стандартна похибка	z	P > z	Нижні 95%	Верхні 95%
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	-0,0177	0,0135	-1,31	0,189	-0,0442	0,0087
АТ «Укресімбанк»	-0,0039	0,0029	-1,35	0,179	-0,0096	0,0018
АТ «Ощадбанк»	-0,0010	0,0034	-0,29	0,772	-0,0076	0,0056
АТ «Райффайзен банк Аваль»	-0,0005	0,0011	-0,51	0,613	-0,0026	0,0016
ПАТ «ПУМБ»	0,0030*	0,0016	1,84	0,066	-0,0002	0,0063
АТ «Укрсиббанк»	0,0024*	0,0014	1,69	0,091	-0,0004	0,0052
АТ «ОТП БАНК»	-0,0021	0,0029	-0,72	0,473	-0,0077	0,0036
АБ «УКРГАЗБАНК»	0,0048	0,0041	1,17	0,242	-0,0032	0,0128
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	-0,0007	0,0045	-0,16	0,875	-0,0096	0,0081

Примітка:* – значимість на рівні 90%

Варто відмітити досить цікаву тенденцію – лише для двох досліджених банків було виявлено прямий зв'язок між зміною чистої процентної маржі та динамікою прибутковості активів, який характеризується достатнім рівнем адекватності та статистичної значимості виявлених залежностей. Той факт,

що найбільші за обсягами активів вітчизняні банки продемонстрували статистично незначимий кількісний зв'язок між досліджуваними індикаторами, відображає схильність використовувати ефект масштабу та орієнтири на нецінові характеристики для банків, які зайняли більшу частку ринкової ніші для надання банківських послуг.

Іншим параметром цінових характеристик банку є показник чистої непроцентної маржі, який у даному контексті також потребує дослідження. Результати оцінювання впливу даного індикатора на прибутковість активів банку представлені у табл. 3.38.

Таблиця 3.38 – Результати визначення впливу чистої непроцентної маржі на ефективність діяльності у розрізі окремих банків України

Назва банку	Коефіцієнт впливу	Стандартна похибка	z	P > z	Нижні 95%	Верхні 95%
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	-0,0369***	0,0141	-2,62	0,009	-0,0646	-0,0093
АТ «Укресімбанк»	-0,0005	0,0019	-0,24	0,809	-0,0042	0,0033
АТ «Ощадбанк»	0,0015	0,0021	0,72	0,472	-0,0026	0,0055
АТ «Райффайзен банк Аваль»	0,0011	0,0010	1,09	0,277	-0,0009	0,0030
ПАТ «ПУМБ»	-0,0049***	0,0017	-2,89	0,004	-0,0084	-0,0016
АТ «Укрсиббанк»	-0,0008	0,0015	-0,52	0,600	-0,0038	0,0022
АТ «ОТП БАНК»	0,0082**	0,0041	1,99	0,047	0,0001	0,0163
АБ «УКРГАЗБАНК»	0,0115***	0,0013	8,91	0,000	0,0089	0,0141
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	-0,0090	0,0060	-1,50	0,134	-0,0208	0,0028

Примітка: *** – значимість на рівні 99%, ** – значимість на рівні 95%

Аналогічно результатам розрахунків, отриманих для попереднього показника, лише два банки демонструють статистично значимий прямий зв'язок між динамікою чистої непроцентної маржі та прибутковості активів, який виявився найбільш значимим для АБ «УКРГАЗБАНК».

Узагальнення результатів дослідження демонструє табл. 3.39.

Отже, проведене дослідження засвідчило низький ступінь розвитку банківського ринку України з точки зору формування та ефективності дії

клієнтоорієнтованої політики управління продажами банківських послуг у короткостроковому періоді. Так, результати, отримані у розрізі окремих банків, засвідчили, що для більшості банків, які приділяють значну роль управлінню якістю надаваних ними послуг, не спостерігається статистично значимих позитивних ефектів від сприйняття їх клієнтами для зростання рівня їх прибутковості.

Таблиця 3.39 – Результати оцінювання впливу лояльності вкладників на рентабельність активів банку

Напрямок оцінювання	Незалежні змінні моделі				
	Лояльність вкладників	Адміністративні витрати	Витрати на персонал і маркетинг	Чиста процентна маржа	Чиста непроцентна маржа
Загальні коефіцієнти впливу для вибірки банків					
Довгостроковий вплив	0,0033***	0,0332	-0,3267***	0,0043***	0,0048***
Короткостроковий вплив	-0,0038	0,1108	-0,1605	-0,0017	-0,0033
Коефіцієнти короткострокового впливу у розрізі банків					
ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	0,1006**	-0,8489*	-1,6006*	-0,0177	-0,0369***
АТ «Укресімбанк»	-0,0383***	0,5481**	0,9329***	-0,0039	-0,0005
АТ «Ощадбанк»	-0,0070	0,1704*	0,3165	-0,0010	0,0015
АТ «Райффайзен банк Аваль»	-0,0043	0,2170***	0,1216**	-0,0005	0,0011
ПАТ «ПУМБ»	-0,0232***	0,0397	-0,2077	0,0030*	-0,0049***
АТ «Укрсиббанк»	0,0001	0,0245	-0,6144***	0,0024*	-0,0008
АТ «ОТП БАНК»	-0,0554***	0,3436***	0,0774	-0,0021	0,0082**
АБ «УКРГАЗБАНК»	-0,0064	0,4343***	0,1512**	0,0048	0,0115***
ПАТ «АЛЬФА-БАНК»	-0,0002	0,0682	-0,6220*	-0,0007	-0,0090

При цьому статистично значимі результати щодо позитивного зв'язку між лояльністю вкладників та прибутковістю активів банків, які було отримано лише для одного з найбільших банків України, підтверджують, що сприйняття клієнтів у вітчизняних умовах значною мірою обумовлено позицією на ринку та формою власності окремого банку.

У той же час, можна відмітити, що на банківському ринку України при виборі банківських послуг та впливу особливостей на ефективність діяльності банку продовжують відігравати значну роль цінові параметри, про що свідчить більша кількість отриманих адекватних результатів розрахунків взаємозв'язку чистої процентної маржі та чистої непроцентної маржі та прибутковості вітчизняних банків порівняно з рівнем статистичної

значимості результатів, що описують вплив нецінових параметрів на ефективність банківської діяльності.

Таким чином, приходимо до висновку, що на сучасному етапі розвитку банківського ринку, особливо у вітчизняних умовах, характерним є проблема підвищення якості банківських послуг, яку окремі банки, як засвідчив якісний аналіз, намагаються вирішувати шляхом впровадження власних систем якості, а також опитування клієнтів з метою підвищення рівня обслуговування. У той же час, незважаючи на значний інтерес до даної проблеми, у вітчизняних реаліях ведення банківського бізнесу на сьогоднішній день не набуло широкої популярності впровадження міжнародних стандартів якості банківських послуг, що актуалізує використання рейтингів банків при оцінюванні якості послуг, що надаються ними. Однак, емпіричний аналіз, проведений з врахуванням позиції банків у рейтингу та фінансових результатів їх функціонування, засвідчив, що з точки зору підвищення ефективності діяльності окремого банку, недостатнім є орієнтація на покращення його позиції у рейтингу як вимірника якості банківських послуг, оскільки використання даної інформаційної бази клієнтами при прийнятті рішення щодо придбання послуги, є досить обмеженим на сучасному етапі розвитку.

Висновки до розділу 3

1. Світові тенденції розвитку систем управління якістю банківських послуг засвідчують активізацію процедур сертифікації систем менеджменту якості відповідно до вимог стандартів ISO 9001 в останні роки. Зарубіжними дослідниками доведено позитивний вплив імплементації стандартів даної групи на ефективність функціонування компаній реального сектору. Враховуючи наявність специфічних відмінностей параметрів якості

банківських послуг від послуг підприємств реального сектору економіки та відсутність аналогічних досліджень для ринку банківських послуг, в роботі розроблено науково-методичний підхід до оцінювання впливу впровадження стандартів менеджменту якості банківських послуг ISO 9001 на ефективність банків.

2. Оцінювання ефективності банків України в роботі було проведено засобами стохастичного фронтірного аналізу за допомогою моделі зі зміною часу, заснованої на функції витрат. Розрахунки засвідчили, що банки, які мали підтверджений сертифікат відповідності системи менеджменту якості банківських послуг стандарту ISO 9001, показали вищий рівень ефективності порівняно з контрольною групою банків. На другому етапі дослідження побудовано Difference-in-Differences модель оцінювання впливу імплементації стандартів менеджменту якості банківських послуг на ефективність банків. Результати моделювання засвідчили, що: 1) розрив середнього рівня ефективності дослідної та контрольної груп банків до початку процедур проходження сертифікації становив 0,008 на користь групи банків, що імплементували стандарти управління якістю банківських послуг; 2) середній рівень ефективності досліджуваної групи банків після впровадження стандартів управління якістю банківських послуг на 1,110 перевищує показник для контрольної групи банків; 3) сертифікація системи менеджменту якості банківських послуг відповідно до вимог стандарту ISO 9001 забезпечує зростання рівня ефективності банку в середньому на 1,102. Апробація розробленого підходу засвідчила, що сертифікація систем управління якістю банківських послуг не лише має позитивний іміджевий ефект для банку, а й обумовлює суттєве зростання його ефективності.

3. Аналіз тенденцій розвитку сучасного банківництва засвідчив, що важливою передумовою зростання якості банківських послуг сьогодні є рівень інноваційності банку. У роботі досліджено найбільш значимі інновації, запропоновані українськими банками протягом 2012-2017 рр., що дозволило їх класифікувати на три групи: 1) інноваційні банківські продукти

та послуги – розглядаються лише ті з них, які було вперше запропоновано певним банком на ринку БП України або які надаються у новому для певного банку напрямку; 2) інноваційні технології в обслуговуванні клієнтів – нові сервіси мобільного та онлайн-банкінгу, розрахункові технології, дистанційне обслуговування тощо; 3) організаційні інновації – організаційна реструктуризація банків, інтеграція банківського бізнесу та супутніх послуг, інновації в управлінні бізнес-процесами.

4. Враховуючи стратегічну мету управління якістю банківських послуг – зростання ефективності банку, важливе значення має дослідження кількісного впливу впровадження інновацій на фінансові показники діяльності банку, а також виявлення тривалості часового періоду для отримання ефекту від такого впливу. Для цього в роботі оцінено загальний вплив банківських інновацій, а також вплив окремих їх груп (представлені фіктивними змінними, які відображають кількість інновацій конкретного банку, впроваджених протягом звітного року) на ряд фінансових показників діяльності банку. Статистична база дослідження включає дані 9 банків України, діяльність яких визначалася значним рівнем інноваційності, за період 2012-2017 рр. Оцінювання проведено засобами панельного регресійного моделювання за методом Прайса-Вінстена з урахуванням різної тривалості часового лагу.

5. Моделювання засвідчило, що найбільший позитивний вплив на зростання фінансових показників діяльності банку має запровадження інноваційних банківських послуг (це призводить до зростання всіх результативних ознак з часовим лагом від 2 до 5 років). Запровадження організаційних інновацій обумовлює приріст процентних доходів у трирічній перспективі та зростання рентабельності активів банку – у п'ятирічній. Емпірично підтверджено, що інновації в обслуговуванні клієнтів не мають позитивного фінансового ефекту для банку – їх запровадження пов'язано зі зменшенням всіх основних фінансових показників діяльності банку. При цьому загальний позитивний вплив банківських інновацій виявлено лише для

рентабельності активів банку – її зростання досягається через 5 років після запровадження інновацій, тоді як у попередніх періодах зафіксовано зменшення рівня даного показника.

6. Останнім часом набуває поширення рейтингування банків за критеріями якості обслуговування клієнтів, результати якого поряд з показниками фінансової стійкості та платоспроможності банку є підставою для клієнтського вибору. Одним з найбільш відомих в Україні є рейтинг стійкості банків, розроблений фінансовим порталом «Мінфін», що включає компоненту «лояльність вкладників» як критерій прихильності клієнтів до банку та його успішність на ринку банківських послуг. У роботі висунуто гіпотезу, що зростання лояльності вкладників як нефінансового показника якості банківських послуг обумовлює покращення фінансових показників діяльності банку як кінцевої мети управління якістю банківських послуг. Для перевірки даної гіпотези формалізовано зв'язки між лояльністю вкладників та рентабельністю активів банку у короткостроковій та довгостроковій перспективах за допомогою авторегресійного моделювання з розподіленим лагом. Статистичну базу склали дані 9 банків України – лідерів рейтингу стійкості банків у різні часові проміжки. Оскільки даний рейтинг формується на квартальній основі, починаючи з 4 кв. 2012 р., то базою дослідження стали квартальні дані з 4 кв. 2012 р. по 4 кв. 2017 р. Враховуючи, що рентабельність активів банку є підсумковим показником його діяльності, який формується під впливом значної кількості параметрів, до моделі також включено контрольні змінні: рівень адміністративних витрат, витрат на персонал і маркетинг на одиницю доходів, чиста процентна та чиста непроцентна маржа. Дослідження здійснено методом об'єднаної середньої групи (Pooled Mean Group – PMG).

7. Моделювання засвідчило відсутність статистично значимого зв'язку між лояльністю вкладників та рентабельністю активів банку у короткостроковій перспективі. При цьому в довгостроковому періоді зростання лояльності вкладників банку на 1 бал забезпечує в середньому

приріст рентабельності активів банку на 0,33% або на 0,0033 коп. у розрахунку на 1 грн. активів. Це підтверджує висунуту гіпотезу про наявність позитивного зв'язку між нефінансовими та фінансовими показниками управління якістю банківських послуг. Дослідження дозволило також оцінити короткострокові ефекти на рівні окремих банків: статистично значимий позитивний вплив лояльності вкладників на рентабельність активів у короткостроковому періоді демонструє лише ПАТ КБ «Приватбанк».

Основні положення даного розділу дисертаційної роботи опубліковано автором в роботах [17, 18, 133, 135, 138].

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення науково-прикладної задачі, що полягає в розвитку теоретичних засад та вдосконалення науково-методичних підходів до управління якістю банківських послуг.

За результатами дисертаційної роботи зроблено такі висновки:

1. На основі поєднання положень клієнто-орієнтованого, технічного, процесного, ієрархічного та системного підходів розроблено комплексний підхід до трактування сутності управління якістю банківських послуг. При визначенні управління якістю банківських послуг слід враховувати інтереси клієнтів (задоволення потреб при отриманні банківських послуг) та банків (фінансове зростання), системний та динамічний характер управління якістю банківських послуг, його відповідність стандартам та нормам безпеки. Метою управління якістю банківських послуг слід вважати зростання конкурентоспроможності та ефективності банку.

2. Концепція побудови системи управління якістю банківських послуг має узгоджуватися за функціями та підсистемами забезпечення з традиційними положеннями банківського менеджменту. Застосування управлінських заходів, спрямованих на покращення підсистем забезпечення управління якістю банківських послуг, має призводити до покращення критеріїв якості банківських послуг, визначених менеджментом та клієнтами банку. Результатом системи управління якістю банківських послуг є зростання нефінансових та фінансових показників банківської діяльності.

3. За 2009-2018 рр. на ринку банківських послуг України спостерігалась конвергенція підходів до встановлення цін у сфері депозитних (зниження стандартного відхилення за ставками депозитів в національній та іноземній валютах склало в середньому 23%) та кредитних послуг (скорочення

коефіцієнта варіації на 45%), розрахунково-касового обслуговування (зниження розмаху варіації на 60%).

4. Підхід SERVQUAL до оцінювання якості банківських послуг потребує удосконалення в частині врахування пріоритетних для клієнтів критеріїв якості банківських послуг – шляхом розширення критеріального складу компонент «надійність» та «реактивність» та скорочення кількості критеріїв за компонентами «матеріальність», «впевненість» і «співчуття»; в частині спрощення процесу вибору бальних оцінок для визначених критеріїв – шляхом застосування методу семантичного диференціалу.

5. Дослідження впливу показників розвитку кадрового забезпечення банку на показники якості банківських послуг дозволило визначити наступні залежності: 1) рівень лояльності вкладників банку зростає найбільше в результаті наявності відрахувань на користь працівників банку до недержавних пенсійних фондів; 2) стресостійкість банку зростає при збільшенні кількості програм дистанційного навчання в банку на одиницю – на 0,0029; 3) рентабельність активів банку зростає при збільшенні кількості програм дистанційного навчання в банку на одиницю – на 0,0391%; 4) скорочення частки проблемних кредитів у кредитному портфелі банку обумовлено найбільше зростанням частки працівників банку, що пройшли навчання протягом року; 5) зростання депозитів банку найбільшою мірою відбувається під впливом зростання частки працівників банку, що пройшли навчання протягом року.

6. Обґрунтовано та емпірично підтверджено, що запровадження міжнародних стандартів менеджменту якості банківських послуг групи ISO 9001 має суттєвий позитивний вплив на зростання ефективності банків. При цьому банки, які мають підтверджений сертифікат відповідності менеджменту якості банківських послуг вимогам міжнародних стандартів, демонструють вищі рівні витрат на персонал, чистої процентної та чистої непроцентної маржі, рентабельності активів та нижчі рівні адміністративних витрат, проблемних кредитів та чистого спреду порівняно з іншими банками.

7. Позитивний вплив банківських інновацій на зростання рентабельності банків досягається з часовим лагом у 5 років; максимальний позитивний вплив запровадження продуктових інновацій на рентабельність активів банку та приріст кредитів і заборгованості клієнтів досягається через 5 років після їх запровадження, на приріст активів та приріст процентних доходів – через 4 роки, на приріст коштів клієнтів – через 2 роки; запровадження інновацій в обслуговуванні клієнтів обумовлює скорочення рівня фінансових показників функціонування банку в середньостроковій перспективі; організаційні інновації забезпечують максимальний приріст рентабельності активів банку з часовим лагом у 5 років, приріст процентних доходів – з лагом у 3 роки.

8. На основі формалізації зв'язків між нефінансовими та фінансовими показниками управління якістю банківських послуг встановлено, що зростання лояльності вкладників банку забезпечує підвищення рентабельності його активів у довгостроковому періоді, тоді як у короткостроковому періоді не встановлено чіткої залежності. Оцінені на рівні окремих банків короткострокові ефекти впливу засвідчили обмежений характер становлення концепції управління якістю банківських послуг на банківському ринку України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. A Study on Customer Service Quality of Banks in India. Analyz Research Solutions Pvt. Ltd. URL: <http://www.iibf.org.in/documents/research-report/Report-26.pdf>. (Last accessed: 15.02.2018).
2. Abedniya A., Zaeim M. N. Measuring the Perceive Service Quality in the Islamic Banking System in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*. 2011. Vol. 2. No. 13. Pp. 122-135.
3. Afrin T. Quality of Customer Service in the Banking Sector of Bangladesh: An Explorative study. *East West Journal of Business and Social Studies*. 2012. Vol. 3. Pp. 68-94.
4. Asubonteng P., McCleary K.J., Swan J.E. SERVQUAL revisited: a critical review of service quality. *The Journal of Services Marketing*. 1996. № 10(6). P. 62-81.
5. Baumann CH., Elliott G., Burton S. Modeling customer satisfaction and loyalty: survey data versus data mining. *Journal of Services Marketing*. 2012. Vol. 26. Iss: 3. Pp. 148-157.
6. Belotti F., Daidone S., Ilardi G., Atella V. Stochastic frontier analysis using Stata. *The Stata Journal*. 2013. Vol. 13 (4). P. 719-758.
7. Bennett D., Higgins M. Quality means more than smiles. *ABA Banking Journal*. 1988. June. P. 46.
8. Berry L., Bennet D., Brown C. Service Quality: a Profit Strategy for Financial Institutions. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin, 1989. 209 p.
9. Bhatta K. R., Durgapal B. P. Service Quality Perceptions and Customer Satisfaction in Nepalese Banking Sector. *Indian Journal of Commerce & Management Studies*. 2016. Vol.VII. Issue 1. Pp. 17-23.
10. Bilich F., Neto A. A. Total quality management: Quality macro-function model for banks. *Total Quality Management*. 2000. № 11. P. 5-15.

11. Budacia E. A., Hreniuc N. L., Perju A., Moldovan M. Coordinates of Banking Services. *Quality Management Romanian Economic and Business Review*. 2010. Vol. 5. № 4. P. 198-207.
12. Chochoľáková A., Gabčová L., Belás J., Sipko J. Bank Customers' Satisfaction, Customers' Loyalty and Additional Purchases of Banking Products and Services. A Case Study from The Czech Republic. *Economics & Sociology*. 2015. Vol. 8. No 3. Pp. 82-94.
13. Chow-Chua C., Goh M., Wan T. B. "Does ISO 9000 Certification Improve Business Performance?" *International Journal of Quality & Reliability Management*. 2003. Vol. 20 (8). P. 936-53.
14. Clottey T. A., Collier D.A. Drivers of Customer Loyalty In A Retail Store Environment. *Journal of Service Science*. 2008. № 76(2). P. 193–218.
15. Cronin J.J., Taylor S.A.. Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension. *Journal of Marketing*. 1992. Vol. 56. № 3. P. 55-68.
16. Customers Want Personalized Experiences. Quality Customer Service from Their Banks. NGDATA Inc. URL: <https://www.ngdata.com/press/customers-want-personalized-experiences-quality-customer-service-from-their-banks/> (Last accessed: 22.04.2017).
17. Demkiv I. M., Lyeonov S. V., Samusevych Y. V. The measurement of influence of innovations' implementation on the commercial banks performance. *Науковий вісник Полісся*. 2018. №1(13). Ч. 2. С. 68-76.
18. Demkiv Yu. M. The ISO 9001 International Standards in a System of the Banking Services Quality Management. *Business Ethics and Leadership*. 2018. Vol. 2(3). Pp. 94-102.
19. Edvardsson B. Service quality improvement. Managing Service Quality: *An International Journal*. 1998. Vol. 8 Issue 2. P. 142-149. URL: <https://doi.org/10.1108/09604529810206972> (датазвернення: 12.04.2017).
20. Farris P.W., Bendle N.T., Pfeifer P.E., Reibstein D.J. Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance. Upper Saddle River. New Jersey, 2010. P. 1-414.

21. Felix R. Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda. *Journal of Business & Financial Affairs*. 2017. Vol. 6. Issue 1. Pp. 236-246.
22. Francheskini F., Galetto M., Cecconi P. A worldwide analysis of ISO 9000 standard diffusion. *Benchmarking: An International Journal*. 2006. Vol. 13. No. 4. P. 523-541.
23. Garbarino E., Johnson M. The different roles of satisfaction, trust and commitment in customer relationships. *Journal of Marketing*. 1999. № 63(2). P. 70-87.
24. Gefan D. Customer loyalty in e-commerce. *Journal of the Association of Information System*. 2002. № 3(1). P. 27-51.
25. Gerdevishe F. B., Salamat F., Chirani H. M., Rahmatifar P., Manavi S. E., Shenaz Z. V. The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction (Case study: Saderat Banks in Rasht). *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. 2013. Vol. 5. No. 6. Pp. 675-680.
26. Ghost F. H., Gnanadhas E. Impact of service quality in commercial banks on the customers satisfaction: an empirical study. *International Journal of Multidisciplinary Research*. 2011. Vol. 1. Issue 6. Pp. 19-37.
27. Gronroos C. A Service-Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*. 1982. Vol. 12(8). Pp. 589-601.
28. Gronroos C. Strategic Management and Marketing in the Service Sector. Helsinki, 1982. 274 p.
29. Grönroos C. The perceived service quality concept - A mistake? *Journal of Service Theory and Practice*. 2001. URL: https://www.researchgate.net/publication/235273441_The_perceived_service_quality_concept_-_A_mistake (Last accessed: 20.04.2017).
30. Gupta A., Chen I. Service quality: Implications for management development. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 1995. Vol. 12. Issue 7. P. 28-35.

31. Hall P. The Importance of Measuring Service Quality. *Bank Marketing*. 1995. Vol. 27(2). Pp. 76.
32. Harrington J. Looking down at the customer. *Quality Digest*. 2011. URL: <https://www.qualitydigest.com/inside/quality-insider-column/quality-digest-interview-h-james-harrington.html> (Last accessed: 22.06.2017).
33. Hong T. L., Marimuthu M. Relationship between service quality and customer satisfaction: a study of malaysian banking industry. *Journal of Technology Management and Technopreneurship*. 2014. Vol. 2. No. 2. Pp. 53-72.
34. Hreniuc N. Coordinates of Banking Services Quality Management. URL: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rau/homkmg/WI11/HOMKMG-WI11-A5.pdf> (Last accessed: 22.03.2017).
35. Jackson P. R. Employee Commitment to Quality: its conceptualisation and measurement. *International Journal of Quality and Reliability Management*. 2004. № 21(6-7). P. 714-730.
36. Jain V., Gupta S., Jain S. Customer Perception on Service Quality in Banking Sector: with Special Reference to Indian Private Banks in Moradabad Region. *International Journal of Research in Finance & Marketing*. 2012. Vol. 2. Issue 2. Pp. 597-610.
37. Jha R., Mishra M. K. A Study of HRM and Employees Performance in Banking Sector in India. *International Journal of Advance Research and Innovative Ideas in Education*. 2015. 1(3). P. 24-28.
38. Johnston R. Identifying the Critical Determinant of Service Quality in Retail Banking: Importance and Effect. *International Journal of bank marketing*. 1997. Vol.15. №4. P. 111-116.
39. Jugurnath B., Nowbutsing J., Ramen M. The Banking Sector in Mauritius: An Assessment of Service Quality from Customer Perspective. *Proceedings of the International Conference on Tourism, Hospitality and Marketing (IC16Mauritius Conference)*, Ebene-Mauritius, 21-23 January, 2016. Pp. 1-22.

40. Kaplan R.S., Norton D.P. *Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes*. Boston, 2003. 512 p.
41. Kenneth H. Rose. *Project Quality Management: Why, What and How*. 300 S. Pine Island Rd. USA, 2005. P.173.
42. Lehtinen U., Lehtinen J.R. *A Study of Quality Dimensions*. Service Management Institute. Helsinki, 1982. P. 25-32.
43. Lewis B. *Service Quality: Recent Developments in Financial Services*. *International Journal of Bank Marketing*. 1993. Vol. 11(6). Pp. 19-25.
44. Lewis R.C., Booms B. H. The marketing aspects of service quality. in Berry L., Shostack G. and Upah G. (Eds). *Emerging Perspectives on Services Marketing*. American Marketing Association. Chicago, 1983. P. 99-107.
45. Lovelock C. H., Wirtz J. *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 7th edition. January 2011. 420 p.
46. Madanat H. G., Khasawneh A. S. Impact of Total Quality Management Implementation on Effectiveness of Human Resource Management in The Jordanian Banking Sector from Employees' Perspective. *Academy of Strategic Management Journal*. 2017. 16 (1). P. 114-148.
47. Mahmutaj L., Jusufi G., Zylfijaj K., Grubi A. The Role of Quality Management Practices in Improving the Efficiency and Effectiveness of Financial Services. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015. Vol. 6. No. 2. P. 218-225.
48. Manders B. *Implementation and Impact of ISO 9001: thesis ... degree of Doctor*. Rotterdam, 2015. 218 p.
49. Masukujjaman M., Akter A. Quality of Categorized Service and Customer Satisfaction in Banking Industry: An Empirical Study on Private Commercial Banks in Bangladesh. *Journal of Business and Technology (Dhaka)*. 2010. Vol. V. Issue 02. Pp. 19-37.
50. Melaku M. *Impact of Service Quality on Customer Satisfaction: The Case of Bank of Abyssinia S.C.* URL:

<http://etd.aau.edu.et/bitstream/123456789/8562/1/Meron%20Melaku%20.pdf> (Last accessed 14.05.2018).

51. Moody's maintains a stable outlook for the banking system of Ukraine for the near future. Moody's Analytics. URL: https://www.moody's.com/research/Moodys-maintains-stable-outlook-on-the-Ukraines-banking-system-on--PR_368469?WT.mc_id=AM~RmluYW56ZW4ubmV0X1JTQl9SYXRpbmdzX051d3NfTm9fVHJhbnNsYXRpb25z~20170620_PR_368469 (Last accessed: 10.06.2018).

52. Morrall K. Service Quality: The Ultimate Differentiator. *Bank Marketing*. 1994. Vol. 26 (10). Pp. 33-37.

53. Munusamy J., Chelliah S., Mun H. W. Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia. *International Journal of Innovation, Management and Technology*. 2014. Vol. 1. No. 4. Pp. 398-404.

54. Operations Management: An Integrated Approach. 5th Edition International, 2012. 680 p. URL: http://www.academia.edu/34028666/Operations_Management_5th_edition_R._Dan_Reid_Nada_R._Sanders--Wiley_2012_.pdf (Last accessed: 22.06.2017).

55. Osgood C. E. The nature and measurement of meaning. *Psychological Bulletin*. 1957. No. 49. Pp. 197-237.

56. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 1985. Vol. 49. Pp. 41-50.

57. Parasuraman A., Zeithaml V., Berry L. Refinement alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on diagnostic criteria. *Journal of Retailing*. 1994. Vol. 70. № 3. P. 201-30.

58. Parasuraman A., Zeithaml W., Berry L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 1988. Vol. 64. No. 1. Pp. 12-40.

59. Paul H. Selden. Sales Process Engineering: An Emerging Quality Application. *Quality Progress*. 1998. Vol. 31. № 12. P. 59–63.
60. Psomas E. L., Pantouvakis A., Kafetzopoulos D. P. The impact of ISO 9001 effectiveness on the performance of service companies. *Managing Service Quality*. 2013. Vol. 23. No. 2. P. 149-164.
61. Quality management principles. ISO quality. International Organization for Standardization ISO Central Secretariat. Geneva, Switzerland. URL: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/pub100080.pdf> (Last accessed: 12.04.2018).
62. Reid D., Sanders N. Operations Management: An Integrated Approach. 4th Edition International Student Version. NY: John Wiley & Sons, 2010. 664 p.
63. Salim S. An assessment of brand loyalty of banking clients. URL: http://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/7264/Salim_SF.pdf?sequence=2 (Last accessed 13.01.2018).
64. Sanjuq G. The Impact of Service Quality Delivery on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Riyadh, Saudi Arabia. *International Journal of Business Administration*. 2014. Vol. 5. No. 4. Pp. 77-84.
65. Scott M. D. Brand Asset Management: Driving Profitable Growth Through Your Brands. Wiley, 2000. 288 p.
66. Selection and use of the ISO 9000 family of standards. ISO/TC 176, 2009. URL: <http://the9000store.com/wp-content/uploads/2016/06/iso-9000-selection-and-use-2009.pdf> (Last accessed: 20.04.2018).
67. Shahin A., Janatyan N. Estimation of customer dissatisfaction based on service quality gaps by correlation and regression analysis in a travel agency. *International Journal of Business and Management*. 2011. № 6(3). 99 p.
68. Shala E., Pira B. The Evaluation of Service Quality in the Growing Banking Sector in Kosovo. *International Journal of Current Engineering and Technology*. 2017. Vol.7. No.1. Pp. 19-24.

69. Sharma D. S. "The Association between ISO 9000 Certification and Financial Performance." *International Journal of Accounting*. 2005. Vol. 40 (2). P. 151-72.
70. Siddiqi K. Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*. 2011. № 6(3). P.12-36.
71. Soteriou A., Stavrinides Y. An Internal Customer Service Quality Data Envelopment Analysis Model For Bank Branches. *International Journal of Operations & Production Management*. 1997. Vol. 7(8). Issue 17. Pp. 780-791.
72. Soteriou A., Zenios S. Efficiency, Profitability, and Quality in the Provision of Banking Services. Department of Public and Business Administration University of Cyprus Working Paper, Nicosia. 1997. 30 p.
73. Stasiak-Betlejewska R., Rosak-Szyrocka J. The Human Resources Model And Quality Management In A Bank On The Example Of Bank In Poland. *Human Resources Management & Ergonomics*. 2009. III (1). P. 21-28.
74. Talib F., Rahman Z. Impact of Total Quality Management and Service Quality in the Banking Sector. *Journal of Telecommunications System & Management*. 2012. № 1(2). URL: <https://www.omicsonline.org/peer-reviewed/impact-of-total-quality-management-and-service-quality-in-the-banking-sectorp-5949.html> (Last accessed: 15.04.2018).
75. Terlaak A., King A. A. "The Effect of Certification with the ISO 9000 Quality Management Standard: A Signaling Approach." *Journal of Economic Behavior and Organization*. 2006. Vol. 60 (4). P. 579-602.
76. Turnbull P. W., Gibbs M. L. The Selection of Banks and Banking Services among Corporate Customers in South Africa. *International Journal of Bank Marketing*. 1989. Vol. 7(5). Pp. 36-39.
77. Ukraine's banking sector seeks a new normal. FDi Magazine. URL: <https://www.fdiintelligence.com/Sectors/Financial-Services/Ukraine-s-banking-sector-seeks-a-new-normal> (Last accessed: 15.05.2018).

78. Ulengin B. Using Hierarchical Information Integration to Examine Customer Preferences in Banking. *International Journal of Bank Marketing*. 1998. Vol. 16 (5). Pp. 202-210.
79. Verma H. V. Services marketing. 2nd ed.. New Delhi, 2012. P. 17.
80. Wang C., Wang Z. The Impact of Internet on Service Quality in the Banking Sector. URL: www.diva-portal.se/smash/get/diva2.../FULLTEXT01.pdf (Last accessed: 25.02.2018).
81. Warzecha B. Problem with Quality Management Process orientation, controllability and zero-defect processes as modern myths. Walsrode, 2017. 190 p.
82. Wooldridge J. Difference-in-Differences Estimation. NBER, Summer 2007. 19 p.
83. Yahia-Berrouiguet A., Mankouri I., Benarbia N. Impact of ISO 9001 Certification on Firm Performance: Case Study of Beni Saf Cement Company. *Journal of Economics and Business Research*. 2015. No.1. P. 158-165.
84. Zavadzka D. Determining the role of banks in the financing of innovative development processes of the economy. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. №3(4). P. 68-73.
85. Zeithaml V.A. Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2000. Vol. 28 No. 1. P. 67-85.
86. Zhu J.D-S., Lin C-T. The antecedents and consequences of e-service quality for online banking. *Social Behaviour and Personality*. 2010. Vol. 38. № 8. P.1009-1018.
87. Zineldin M. Bank Strategic Positioning and Some Determinants of Bank Selection. *International Journal of Bank Marketing*. 1996. Vol. 14(6). Pp. 12-22.
88. Актуальные тенденции в сфере банковских инноваций. Coinspot. 2016. URL: <https://coinspot.io/world/aktualnye-tendencii-v-sfere-bankovskih-innovacij/> (дата звернення: 25.05.2018).

89. Аналитический обзор условий расчетно-кассового обслуживания юридических лиц в 2010 году. Prostobank.com.ua. Банковская аналитика. URL:

http://www.prostobankir.com.ua/korporativnyy_biznes/stati/analiticheskiy_obzor_usloviy_rasschetno_kassovogo_obslyzhvaniya_yuridicheskikh_lits_v_2010_godu. (дата звернення: 10.05.2018).

90. Аналитический отчет о развитии рынка потребительского кредитования физических лиц в банках Украины за 2011 год. Prostobank.com.ua. URL:

http://www.prostobankir.com.ua/individualnyy_biznes/stati/analiticheskiy_otchet_o_razvitii_rynka_potrebitelskogo_kreditovaniya_fizicheskikh_lits_v_bankah_ukrainy_za_2011_god (дата звернення: 22.03.2018).

91. Андреев И. В. Критерии конкурентоспособности однородных банковских услуг. Маркетинг. 1998. № 1. С. 35-41.

92. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. Москва, 2001. 804 с.

93. Бадзим О. С., Береснев С. М. Мотивація професійної діяльності банківського персоналу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 6. Ч. 1. С. 30-33.

94. Базадзе К. М. Якість послуг і банківського обслуговування в системі управління конкурентоспроможністю банків. *БізнесІнформ*. 2013. №5. С. 318-324.

95. БАНК АВАНГАРД сертифіковано за стандартами ISO 9001:2015 та ISO 27001:2013 // Бюро Верітас Україна. URL: http://www.bureauveritas.com.ua/home/news/certification-avangard-bank-iso-9001-iso-27001?presentationtemplate=bv_master_v2/news_full_story_presentation_press_releases_v2 (дата звернення 10.04.2018).

96. Банки будут проверять клиентов по-новому. Что нужно об этом знать. Finance.ua. 2017. URL: <https://news.finance.ua/ru/news/-/410569/banki-budut-proveryat-klientov-po-novomu-cto-nuzhno-ob-etom-znat> (дата звернення:

25.04.2018).

97. Банки диктуют правила. Financial club "50 ведущих банков Украины". URL: <https://banksrating.com.ua/analytics/forcompanies/banki-diktuyut-pravila>.(дата звернення: 21.05.2018).

98. Банківський менеджмент: питання теорії та практики : монографія [О. А. Криклій, Н. Г. Маслак, О. М. Пожар та ін.]. Суми, 2011. 152 с.

99. Банковская система Украины рушится, как карточный домик. РИА Новости Украина. URL: <https://rian.com.ua/columnist/20160709/1012907230.html>. (дата звернення: 25.03.2018).

100. Банковское дело: Учебник 2-е изд. перераб. и доп. Под ред. О.И.Лаврушина. Москва, 2002. С. 672.

101. Беззаставні позики утримують позиції: огляд ринку споживчого кредитування на 15 листопада 2011 року. Bankchart.com.ua. URL: http://www.bankchart.com.ua/spozhivchi_krediti/statti/bezzastavni_poziki_utrimuyut_pozitsiyi_oglyad_rinku_spozhivchogo_kredituvannya_na_15_listopada_2011_roku. (датазвернення: 15.05.2018).

102. Безродна О. С., Чернявський І. Б. Методичний інструментарій вибору стратегії кредитно-інвестиційної діяльності банку. *Ефективна економіка*. №12. 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6030>.

103. Бенделл Т., Марра Т., Сиверанс Д. Модернизация методики "Шесть сигм" - ориентация на потребителя. *Европейское качество*. 2001. № 5. С. 121 - 126.

104. Бережний С. Концептуальні підходи до визначення сутності ділової репутації підприємства. *Економіка*. 2012. № 2 (116). С. 6–11.

105. Битва депозитов: Март 2010. Roomian. com. URL: <https://www.roomian.org/articles/deposit-battle-march-2010>. (дата звернення: 27.01.2018).

106. Білошапка В. Теоретичні аспекти оцінки якості банківських послуг. *Банківська справа*. 2013. №4. С. 78-83.
107. Білошапка В., Данилюк Є. Підвищення ефективності функціонування банків України на основі використання інноваційних банківських технологій та розробки нових банківських продуктів і послуг. *Ринок цінних паперів України*. 2013. № 3-4. С. 57-65.
108. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Москва, 2003. С. 895.
109. Братчиков В.Н. Міжнародні стандарти ISO 9000 версії 2000 року. Основа, структура і практика застосування (Частина 1. Принципи побудови). *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2000. № 2. С. 53 - 57.
110. Буряк А. В. Управління ефективністю банківського бізнесу: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. Суми, 2012. 268 с.
111. В полном расчете: лучшие банки по расчетно-кассовому обслуживанию для малого и среднего бизнеса. Личный счет. ИД "Галицкие контракты". URL: <http://www.lcmmedia.com.ua/uncategorized/21381-v-polnom-raschete-luchshie-banki-po-raschetno-kassovomu-obsluzhivaniyu-dlya-malogo-i-srednego-biznesa>. (датазвернення: 22.03.2018).
112. Васильєва Т. А. Підходи до формування маркетингової стратегії банку. *Бізнес Інформ*. 2012. №3. С. 218-220.
113. Ващенко Ю.В. Банківське право: Навчальний посібник. Київ, 2006. 344 с.
114. Винокур Л. І., Полях С. С. Закордонний та вітчизняний досвід становлення системи управління персоналом в банківській сфері. *Фінансовий простір*. 2016. №2(22). С. 7-12.
115. Вовчак О. Д. Сутність та особливості банківської конкуренції в Україні в умовах сьогодення. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. №2(6). С. 253-257.
116. Вовчак О. Д., Руцишин Н. М., Андрейків Т. Я. Кредит і банківська справа: підручник. Київ, 2008. 564 с.

117. Вся правда об обслуживании в украинских Банках. Finance.ua. URL: <https://news.finance.ua/ru/news/-/95774/vsya-pravda-ob-obsluzhivanii-v-ukrainskih-bankah> (дата звернення: 16.05.2016).

118. Гастев Ю.А. Философская энциклопедия. 3т. Под редакцией Ф. В. Константинова. Москва, 1960-1970 гг. С. 314.

119. Где можно избежать комиссии за пополнение счета наличными: обзор рынка расчетно-кассового обслуживания на 28 марта 2011 года. Prostobiz.ua. Банковская аналитика. URL: http://www.prostobiz.ua/rko/stati/gde_mozhno_izbezhat_komissii_za_popolnenie_scheta_nalichnymi_obzor_rynka_raschetno_kassovogo_obsluzhivaniya_na_28_marta_2011_goda. (дата звернення: 10.05.2018).

120. Глухов В.В., Гасюк Д.П. Управление качеством: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. Санкт-Петербург, 2015. 483 с.

121. Головин С. Ю. Словарь психолога-практика. Москва, 2001. 976 с.

122. Головин, Ю.В. Банки и банковские услуги в России: вопр. теории и практики / Ю.В.Головин. – М.: Финансы и статистика, 1999. 416 с.

123. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Депозити домашніх господарств. Національний банк України. Офіційне Інтернет-представництво. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=27843415&cat_id=44578#1. (дата звернення: 20.05.2018).

124. Грошово-кредитна та фінансова статистика. Споживчі кредити домашнім господарствам. Національний банк України. Офіційне Інтернет-представництво. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=58127. (дата звернення: 10.05.2018).

125. Гурьянов. С.А. Эффективность бизнес – коммуникаций на рынке банковских услуг: Учебное пособие. Москва, 2000. С. 89.

126. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка, т. 2. Москва, 1978 (репринт изд. 1880-1884). С.112.

127. Девид Бодди. "Основы управления качеством". Санкт-Петербург, 1999. С. 111-113.

128. Демків Ю. М. Проблема різноманітності тлумачення «банківська послуга». *Електронне наукове фахове видання «Проблеми системного підходу в економіці»*. 2011. Випуск 3. С. 12-20.

129. Демків Ю. М. Проблематика сучасної інтерпретації категорії «якість». *Бізнес Інформ*. 2011. №10. С. 163-166.

130. Демків Ю. М. Специфічність сприйняття якості послуги. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА*. 2012. №2(28). С. 226-232.

131. Демків Ю. М. Концептуальна система управління качеством банковских услуг. Маркетингове управління конкурентоспроможністю: тези доповідей IV Міжнар. науково-практ. конф. молодих вчених (м. Дніпропетровськ, 29 березня 2013 р.). Дніпропетровськ: 2013. С. 75-76.

132. Демків Ю. М. Концепция управления качеством в системе общего менеджмента. Актуальность комплексного управления качеством в банковской сфере. Економічні аспекти сучасних технологій, управління в економіці, науці, освіті в ХХІ столітті в умовах фінансової кризи: матеріали міжнародної науково-практ. конф. (Сімнадцяті Ліберманівські читання) (м. Харків, 31 жовтня 2012 р.). Харків, 2013. С. 59-64.

133. Демків Ю. М. Проблема стандартизации качества банковской деятельности. Интеграционные приоритеты Украины в современном геоэкономическом пространстве: материалы научно-практ. конф. (г. Симферополь, 28-29 сентября 2012 г.). Симферополь, 2012. С. 21-23.

134. Демків Ю. М. Формирование модели управления качеством банковских услуг. ФІНАНСОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ: проблеми та перспективи розвитку в умовах трансформації соціально-економічних відносин: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практ. конф. (м. Севастополь, 16-18 травня 2013 р.). Симферополь: ДІАЙПІ, 2013. С. 95-97.

135. Демків Ю. М. Проблема стандартизації якості банківської діяльності. *Научный журнал: Культура народов Причерноморья*. 2012. №237. С. 31-34.

136. Демків Ю. М., Леонов С. В. The problem of positioning in evaluation of the banking services quality. *Збірник наукових праць Наука і Studia*. 2014. № 1(111). С.38-46.

137. Демків Ю. М., Леонов С. В., Самусевич Я. В. Оцінювання якості банківських послуг на основі підходу SERVQUAL: сучасна інтерпретація. *Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики»*. 2018. №2(25). С. 47-55.

138. Демків Ю. М., Самусевич Я. В. Роль якості банківських послуг у забезпеченні ефективності функціонування банків України. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. №2(188). С. 242-248.

139. Депозити для фізичних осіб 2018. Finsee.com. URL: <https://finsee.com/%d0%b4%d0%b5%d0%bf%d0%be%d0%b7%d0%b8%d1%82%d0%b8/#%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%81%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B8>. (дата звернення: 28.05.2018).

140. Депозитные ставки в банках Украины. Business Information Network.ua. URL: https://bin.ua/quotations/depos_date_08.06.2016_222256010000.html (дата звернення: 12.01.2018).

141. Депозиты 2017: в яких банках сьогодні кращі. Главком.ua. URL: <https://glavcom.ua/publications/rejting-depozitiv-u-yakiy-bank-poklasti-groshi-413934.html>. (дата звернення: 20.05.2018).

142. Депозиты. Деловая столица. URL: <http://www.dsnews.ua/politics/depozity-10082012142600>. (дата звернення: 25.01.2018).

143. Джордж С., Ваймерских А. Всеобщее управление качеством. TQM. Москва, 2002. 256 с.

144. Динаміка та структура споживчого кредитування в посткризовий період. Ефективна економіка: наукове фахове видання/засн.: Дніпровський державний аграрно-економічний університет, ТОВ "ДКС Центр". Київ. Щоміс. 2015, № 4 -53.

145. Долженко А.Г. Тогда оставляет Его диавол, и се, Ангелы приступили и служили Ему. Благовест. URL: <http://blagovest.al.lg.ua/0002/05.html>(датазвернення: 22.04.2015).

146. Ершов А.К. Управление качеством: учебное пособие. Москва, 2015. 283 с.

147. Єгоричева С. Б. Інноваційні стратегії банків: сутність та класифікація. *Банківська справа*. 2009. №6. С. 63-72.

148. Єгоричева С. Б. Методологічні засади організації інноваційного процесу у комерційних банках. *Вісник Національного банку України*. 2011. №1. С. 53-57.

149. Завадська Д. В. Якість як основна складова конкурентоспроможності сучасного банку. *Молодий вчений*. 2014. № 8. С. 100-105.

150. Заруцька О. П., Згонік С. В., Косюга В. В. Структурно-функціональні характеристики банківської системи України та шляхи підвищення її ефективності. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2017. № 2 (58). С. 77-96.

151. Заруцька О. П., Осадча Н. В., Ченцов В. В. Шляхи активізації інноваційної політики в Україні. *Вісник економічної науки України*. 2017. №1(32). С.44-47.

152. Заруцька О.П., Прохорець Т.Б. Особливості функціонування платіжних систем в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 10 (50) , жовтень. С. 882-885.

153. Ихсанова Л. Р. Теоретические аспекты качества банковских услуг. *Вестник экономики, права и социологии*. 2013. №1 С. 62-64.

154. Ізюмцева Н. В., Пономаренко В. О. Проблемні питання кадрової політики сучасного банку. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2013. №1(16). С. 310-312.

155. Історія банку // АТ «ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК» офіційний веб-сайт. URL: <https://www.pinbank.ua/pro-bank/bank-sogodni/bank-sogodni-2/> (дата звернення 08.04.2018).

156. Історія банку. Офіційний сайт ПАТ «Укрсоцбанк». URL: https://www.ukrsotsbank.com/ip_history/.

157. Ісхакова О.М., Махітько В.С., Полійчук М.В. Банківський сектор в Україні: реалії та перспективи. *Молодий вчений*. 2017. №10(50). С. 897-901.

158. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Относительное качество. Минск, 2011. 216 с.

159. Какие банковские акции выгодны бизнесу. Finforum. Финансовый портал. URL: http://finforum.org/page/index.html/_/bank-sektor/kakije-bankovskije-akcii-vygodny-biznesu-r31055. (дата звернення: 10.05.2018).

160. Колеснік В. Я. Статистичні підходи до оцінювання ділової репутації банківських установ. *Статистика України*. 2016. №4. С. 27-32.

161. Колодізева С. О. Сутність поняття «банківська послуга» та основні підходи до його визначення. *Механізм регулювання економіки*. 2013. №1(65). С. 77-81.

162. Комплексна програма розвитку банківської системи України на 2003-2005 рр. URL: <https://www.bank.gov.ua>. (дата звернення: 22.03.2015).

163. Корчан А., Білошапка В. Місце інноваційних стратегій у підвищенні якості банківських послуг і продуктів. *Банківська справа*. 2013. №2. С. 98-103.

164. Костоглодова Г. В., Вовчак О. Д. Перспективи розвитку інноваційних технологій в банківській діяльності України. URL: <http://193.110.163.10/bitstream/2010/23206/1/180-183.pdf> (дата звернення 29.03.2018).

165. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. перевод с английского, Москва, 2007. 656 с.
166. Коэффициент корреляции (Correlation coefficient). economic-definition.com. URL: http://economic-definition.com/Exchange_Terminology/Koefficient_korrelyacii_Correlation_coefficient_eto.html. (дата звернення: 29.05.2018).
167. Кредиты наличными в банках Украины. Prostobank.com.ua. Банковская аналитика. URL: http://www.prostobank.ua/potrebitelskie_kredity. (дата звернення: 10.05.2018).
168. Кризис на банковском рынке уже миновал. Finance.ua. URL: <https://news.finance.ua/ru/news/-/426684/krizis-na-bankovskom-rynke-uzhe-minoval>. (дата звернення: 29.03.2018).
169. Кузнецов А. М. Планування кадрового забезпечення діяльності банку. *Науковий вісник Хмельницького національного університету. Серія економічні науки*. 2014. Том 2. № 2. С. 121-125.
170. Куценко К. В. Ділова репутація банку як капітал / К. В. Куценко // *Ефективна економіка*. – 2012. – №9. – С. 5-7.
171. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. Москва, 1975. – С. 302.
172. Леонов С., Васильева Т., Буряк А. Ефективність банківського бізнесу в Україні: стохастичний фронтірний аналіз. *Вісник Національного банку України*. 2013. №6 (208). С. 19-44.
173. Локк Дж. Отрывки Сочинения в 3 т. Под редакцией Нарский И.С., Субботин А.Л., Москва, 1985. С.113.
174. Лучшие депозиты в Украине в гривне в 2016 году. ProstoFinansy.com. URL: <http://prostofinansy.com/25917-luchshie-depozity-v-ukraine-v-grivne-v-2016-godu/> (дата звернення: 27.01.2018).
175. Лучшие и худшие банки Украины по отзывам пользователей соцсетей. Ain.ua. URL: <https://ain.ua/2014/11/06/luchshie-i-xudshie-banki-v-ukraine-po-otzyvam-polzovatelej-socsetej> (дата звернення: 17.05.2016).

176. Майдебуря Е. В. Маркетинг Услуг. Киев, 2001. С.113-123
177. Маркс К. Капитал. 1т. Москва, 1978. С.278.
178. Масленченков Ю.С. Технология и организация работы банка: теория и практика. Москва, 1998. С. 431.
179. Международный Стандарт Система Менеджмента Качества ISO 9001: 2008 URL: [http://pqm-online.com/assets/files/pubs/translations/std/iso-9001-2015-\(rus\).pdf](http://pqm-online.com/assets/files/pubs/translations/std/iso-9001-2015-(rus).pdf) (дата звернення: 12.04.2018).
180. Мельников В.П., Смоленцев В.П., Схиртладзе А.Г. Управление качеством. Москва, 2005. 346 с.
181. Миронюк Г.В. Державна політика в сфері якості. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2001. № 4. С. 32 - 34.
182. Момот А.И. Менеджмент качества: Учебное пособие для ВУЗов. Донецк, 2000. С. 41-52.
183. Національний банк України. Офіційне Інтернет-представництво. URL: <https://bank.gov.ua/control/uk/allinfo>. (дата звернення: 25.04.2018).
184. НБУ розподілив банки на групи на 2018 рік (список). Finance.ua. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/418144/nbu-rozpodilyv-banku-na-grupu-na-2018-rik-spysook> (дата звернення: 22.05.2018).
185. Нет системе. Почему украинцы не хотят связываться с банками. ЛІГАБізнесІнформ. URL: <http://finance.liga.net/bank/article/net-sisteme-rochemu-ukraintsy-ne-hotyat-svyazyvatsya-s-bankami>. (дата звернення: 10.06.2018).
186. Новаторов Э. В., Новицкая В. Д. Модификация и эмпирическая проверка методики измерения качества услуг SERVQUAL применительно к банковским услугам. Маркетинг в сфере финансовых и страховых услуг. 2012. № 01. С. 22-32.
187. Новини. Офіційний сайт АТ «Дельта Банк». URL: <http://deltabank.com.ua/press/news/> (дата звернення: 17.04.2018).

188. Обзор рынка депозитов. Delo.ua. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/obzor-rynka-depozitov-za-1-8-129787>. (дата звернення: 12.01.2018).
189. Обзор банковского сектора Украины. Kyivstar Business Hub. URL: <https://hub.kyivstar.ua/bankovskiy-rynok-ukrainy> (дата звернення: 10.05.2018).
190. Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70 000. Под ред. Н.Ю. Шведовой. Москва, 1990. С. 314.
191. Оманливе зниження: огляд кредитів зі змінними ставками станом на 4 червня 2013 року. Bankchart.com.ua. URL: http://www.bankchart.com.ua/spozhivchi_kreditiv/statti/omanlive_znizhennya_oglyad_kreditiv_zi_zminnimi_stavkami_stanom_na_4_chervnya_2013_roku. (дата звернення: 10.05.2018).
192. Офіційний сайт АБ «УКРГАЗБАНК» URL: <http://www.ukrgasbank.com/> (дата звернення: 18.05.2018).
193. Офіційний сайт АТ «ОТП БАНК» URL: <https://www.otpbank.com.ua/> (дата звернення: 12.05.2018).
194. Офіційний сайт АТ «Ощадбанк» URL: <http://www.oschadbank.ua/ua/> (дата звернення: 21.05.2018).
195. Офіційний сайт АТ «Райффайзен банк Аваль» URL: <https://www.aval.ua/> (дата звернення: 13.05.2018).
196. Офіційний сайт АТ «Укрексімбанк» URL: <https://www.eximb.com/ukr/personal/> (дата звернення: 19.05.2018).
197. Офіційний сайт АТ «Укрсиббанк» URL: <https://ukrsibbank.com/> (дата звернення: 01.05.2018).
198. Офіційний сайт ПАТ «АЛЬФА-БАНК» URL: <https://alfabank.ua/> (дата звернення: 12.05.2018).
199. Офіційний сайт ПАТ «ПУМБ» URL: <http://pumb.ua/ua/> (дата звернення: 14.05.2018).
200. Офіційний сайт ПАТ КБ «Приватбанк» URL: <https://privatbank.ua/> (дата звернення: 16.05.2018).

201. Писарева Е.В. Реалии теории и практики маркетинга на развивающихся рынках. Саарбрюккен, 2016. 120с.
202. Показники банківської системи. Офіційний сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593 (режим доступу: 12.06.2018).
203. Праздник приближается: банки расщедрились на проценты. Минфин. URL: <https://minfin.com.ua/2017/12/12/31390515/> (дата звернення: 24.02.2018).
204. Прес-центр. ПАТ «КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК» офіційний веб-сайт. URL: <https://credit-agricole.ua/o-banke/pres-centr/novini/kredi-agrikol-bank-za-paruatom-avtomobilne-kredituvannya-ot-445> (дата звернення 09.04.2018).
205. Примостка Л. О. Довіра до банків: формування та відновлення . *Фінанси, облік і аудит*. 2016. №1(27). С. 65-79.
206. Примостка Л. О. Інноваційний розвиток сучасного банківництва. *Фінанси, облік і аудит*. 2015. №1. С. 115-126.
207. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 22.04.2017).
208. Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні: постанова Національного банку України №368 від 28.08.2001 зі змін. та доп. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0841-01> (дата звернення 13.02.2018).
209. Про Національний банк України: Закон України від 20.05.1999 N 679-XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws> (дата звернення: 22.04.2017).
210. Проблемы зростання. Информационно-аналитический портал о бизнесе и политике в Украине «Контракты.UA». <http://archive.kontrakty.ua/gc/2009/9/20-dokumenty.html?lang=ua>. (дата звернення: 15.05.2018).

211. Процентні ставки банків-лідерів депозитного ринку 2012 року. Bankografo.com. URL: <http://bankografo.com/protsentni-stavki-bankiv-lideriv-depozitnogo-rinku-31-11-2012.html>. (дата звернення: 25.01.2018).

212. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд. Перераб. и доп. Москва, 2007. С. 494.

213. Расчетно-кассовое обслуживание 2017. Your money . интернет-журнал. URL: <http://www.yourmoney.com.ua/index.php/malomu-i-srednemu-biznesu/10-raschjotno-kassovoe-obsluzhivanie>. (дата звернення: 22.05.2018).

214. Расчетно-кассовое обслуживание бизнеса в банках Украины. Prostobiz.ua. Банковская аналитика. URL: <http://www.prostobiz.ua/business/rko>. (дата звернення: 22.05.2018).

215. Расчетно-кассовое обслуживание для корпоративных клиентов: документы и цены. Prostobiz.ua. URL: http://www.prostobiz.ua/rko/stati/raschetno_kassovoe_obsluzhivanie_dlya_korporativnyh_klientov_dokumenty_i_tsenu. (дата звернення: 10.05.2018).

216. Ребрин Ю.И. Управление качеством: Учебное пособие. Москва, 2004. С. 210-215.

217. Рейтинг банков Украины НБУ. Фориншурер. URL: <https://forinsurer.com/ratings/banks>. (дата звернення: 20.05.2018).

218. Рейтинг банков Украины. maanimo.com. Финансово-информационный портал. URL: <https://maanimo.com/rates/banks> (дата звернення: 10.06.2018).

219. Рейтинг конкурентоспособности экономик стран мира - 2017/2018. УТЕКА. URL: <https://uteka.ua/publication/Rejting-konkurentosposobnosti-ekonomik-stran-mira---20172018> (дата звернення: 17.05.2018).

220. Рейтинг устойчивости банков. Минфин. URL: <https://minfin.com.ua/banks/rating/> (дата звернення: 04.05.2018).

221. Ричард Кох. "Менеджмент и финансы от А до Я". Санкт-Петербург, 1999. 496с.
222. Річна звітність. Офіційний сайт АТ «Прокредит банк». URL: <http://www.procreditbank.com.ua/about/otchetnost/annual-reports/> (дата звернення: 21.04.2018).
223. С 10.06.2017 в Украине действуют новые правила кредитования. Credit Shop. 2017. URL: <https://credit-shop.com.ua/novosti-kreditov/298-s-10-06-2017-v-ukraine-dejstvuyut-novye-pravila-kreditovaniya> (дата звернення: 15.05.2018).
224. Синявська О. О. Аналіз сучасних методів оцінювання якості банківських послуг. Сучасні концепції управління соціально-економічним розвитком державами : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 5-6 чер. 2015 р. С. 121-124.
225. Синявська О. О. Концепція оцінювання якості сервісу банківських установ. *Бізнес Інформ*. 2015. №7. С. 103-108.
226. Система якості // ПАТ «КРЕДИТПРОМБАНК» офіційний веб-сайт. URL: http://www.kreditprombank.com/ua/about/corp_managment/quality-control (дата звернення 08.04.2018).
227. Ситниченко В.А. Модель конкурентоспроможного підприємства XXI сторіччя. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2000. № 2. С. 46-48.
228. Спасти будущее: первый рейтинг инновационных компаний Украины. FORBES Украина. 2016. №5. URL: <http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1416757-spasti-budushchee-pervyj-rejting-innovacionnyh-kompanij-ukrainy> (дата звернення: 22.05.2018).
229. Ставки по депозитам (январь 2015). Портал анализа финансовых услуг. To-bank.com. URL: <https://to-bank.com/analitika/stavki-po-depozitam-ukraina-yanvar-2015/> (дата звернення: 27.01.2018).
230. Стрехова С. В. Кадрова політика: важелі впливу на ефективність, механізми та інструменти реалізації. *Економічний часопис XXI*. 2012. №3-4. С. 66-70.

231. Сумма проблемных кредитов превысила 22 млрд грн. Obozrevatel.ua. URL: <https://www.obozrevatel.com/finance/business-and-finance/summa-problemnyih-kreditov-prevyisila-22-mlrd-grn.htm>(дата звернення: 22.03.2018).

232. Триумфальна хода кредитів готівкою: огляд ринку споживчого кредитування за 2012 рік. Bankchart.com.ua. URL: http://www.bankchart.com.ua/spozhivchi_kreditiv/statti/triumfalna_hoda_kreditiv_gotivkoju_oglyad_rinku_spozivchogo_kredituvannya_za_2012_rik. (дата звернення: 10.05.2018).

233. У квітні 2016 банки почали піднімати ставки по споживчих кредитах URL: http://www.bankchart.com.ua/spozhivchi_kreditiv/statti/u_kvitni_2016_banki_pochali_pidnimati_stavki_po_spozivchih_kreditah. (дата звернення: 10.05.2018).

234. Удивительное рядом: обзор рынка депозитов за 2010 год. Prostobank.com.ua. URL: http://www.prostobank.ua/depozity/stati/udivitelnoe_ryadom_obzor_rynka_depozitov_za_2010_god (дата звернення: 22.05.2018).

235. Удобство расчетно-кассовых операций. Жизнь. Интернет-газета. URL: <http://lifedon.com.ua/economy/26043-udobstvo-raschetno-kassovyh-operaciy.html>. (дата звернення: 22.05.2018).

236. Управление качеством под редакцией д.э.н. Ильенковой С.Д. Москва, 1998. 199 с.

237. Уткин Э.А., Морозова Н.И., Морозова Г.И. Инновационный менеджмент, Москва. 1996. 115 с.

238. Фінансовий менеджмент у банках. Навчальний посібник для студентів V курсу всіх форм навчання спеціальності “Банківська справа” / Укл. Н. В. Тарасевич. Одеса, 2008. 182 с.

239. Хабаров В.И. Попова Н.Ю. Банковский маркетинг: Московская финансово-промышленная академия. М., 2004. 165 с. URL:

<http://bugabooks.com/book/624-bankovskij-marketing/16-53-konkurenciya-i-kachestvo-bankovskix-produktov-i-uslug.html> (дата звернення: 19.03.2018).

240. Хойер Р., Хойер Б. Что такое качество? *Стандарты и качество*. 2002. №3. С. 97-102.

241. Чернявський І. Б. Оцінка ефективності діяльності відділень банку з розвинутою регіональною мережею на основі кількісних і якісних показників. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2015. Вип. 41. С. 220-236.

242. Чернявський І. Б., Афанасьєва О. Б. Оптимізація структури багатофіліального банку на основі оцінки розвитку регіонів. *The genesis of genius*. 2015. № 1. С. 61-68.

243. Чорна О. Є., Філатов Б. Г. Управління ризиком репутації комерційного банку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Економіка*. 2011. Спецвип. 33(2). С. 302-305.

244. Что изменилось в потребительском кредитовании за 2013 год? Prostobank.com.ua. URL: http://www.prostobank.ua/potrebitelskie_kredity/stati/chto_izmenilos_v_potrebitelskom_kreditovanii_za_2013_god. (дата звернення: 23.03.2018).

245. Швец В.Е. Устойчивое развитие и менеджмент качества. *Стандарты и качество*. 2005. № 11. С. 38-43.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2009 рік

N з/п	Рік	2009													
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питом а вага (%)	Гривня						Долар США					
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	
2	Всього	214097,67	100,00												
3	ПРИВАТБАНК	30476,47	14,23	23,00						15,50					
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	17785,25	8,31	20,50						7,20					
5	ОЦАДБАНК	13880,50	6,48	18,70						12,50					
6	УКРСИББАНК	9252,43	4,32	20,00						12,00					
7	УКРЕКСІМБАНК	7971,33	3,72	12,50						9,00					
8	НАДРА	7532,59	3,52	22,00						13,50					
9	УКРПРОМБАНК	6803,02	3,18	23,50						12,00					
10	УКРСОЦБАНК	6643,80	3,10	20,25						10,50					
11	ФОРУМ	4792,20	2,24	21,00						12,00					
12	ФІНАНСЫ ТА КРЕДИТ	4295,51	2,01	21,50						13,00					
13	БРОКБІЗНЕСБАНК	3723,18	1,74	24,50	-0,12	21,50	3,08	9,47	0,14	12,00	-0,06	12,75	1,98	3,91	0,16
14	ПУМБ	3427,78	1,60	24,00						13,50					
15	ОТП БАНК	3275,30	1,53	21,00						10,75					
16	ПРАВЕКС-БАНК	3241,07	1,51	24,50						11,30					
17	УКРГАЗБАНК	3220,29	1,50	24,50						14,00					
18	ПІВДЕННИЙ	2906,17	1,36	21,50						14,50					
19	КРЕДИТПРОМБАНК	2727,74	1,27	17,50						14,50					
20	АЛЬФА-БАНК	2484,18	1,16	25,00						14,00					
21	КРЕДОБАНК	2421,55	1,13	19,00						13,30					
22	ВТБ БАНК	2391,58	1,12	24,90						13,00					
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			21,47						12,40					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			20,80						11,30					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"														
26	Розмах варіації			12,50						8,30					

Таблиця А.2 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2010 рік

N з/п	Рік	2010													
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня						Долар США					
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	
2	Всього	275092,90	100,00												
3	ПРИВАТБАНК	53953,17	19,61	16,00						9,00					
5	ОЦАДБАНК	19079,25	6,94	17,50						10,00					
7	УКРЕКСІМБАНК	12199,72	4,43	15,50						6,70					
8	НАДРА	4748,81	1,73	15,00						9,50					
9	УКРСОЦБАНК	9751,05	3,54	12,50						6,50					
10	ФОРУМ	5727,25	2,08	15,50						8,50					
11	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	6202,83	2,25	18,50						9,00					
12	БРОКБІЗНЕСБАНК	5758,70	2,09	16,50						7,50					
13	ПУМБ	5023,81	1,83	21,00						14,50					
14	ОТП БАНК	3899,18	1,42	16,00	-0,29	19,00	3,23	10,46	0,17	7,50	-0,20	9,75	2,50	6,27	0,25
16	УКРГАЗБАНК	4283,77	1,56	23,00						13,80					
17	ПІВДЕННИЙ	4129,43	1,50	20,80						7,00					
18	КРЕДИТПРОМБАНК	4682,57	1,70	16,00						12,20					
19	АЛЬФА-БАНК	5022,46	1,83	23,00						13,00					
20	ВТБ БАНК	4701,81	1,71	22,50						12,50					
21	ПРОМІНВЕСТБАНК	11055,84	4,02	21,50						9,50					
22	ДЕЛЬТА	5445,17	1,98	23,00						13,50					
23	РОДОВІД БАНК	3863,56	1,40	19,50						10,50					
24	ВІЕЙБІ БАНК	3047,60	1,11	21,75						11,50					
25	ХРЕЩАТИК	2869,01	1,04	19,50						10,75					
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			18,73						10,15					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			15,10						7,50					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"														
26	Розмах варіації			10,50						8,00					

Таблиця А.3 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2011 рік

N з/п	Рік	2011																							
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня						Долар США															
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації											
2	Всього	310390,46	100,00																						
3	ПРИВАТБАНК	69356,10	22,34	16,50	0,01	16,50	1,94	6,17	0,12	8,50	0,11	8,00	1,01	1,01	0,13										
4	ОЦАДБАНК	24368,70	7,85	16,00						7,00															
5	УКРЕКСІМБАНК	13079,40	4,21	16,30						7,20															
6	УКРСОЦБАНК	9916,30	3,19	10,50						6,50															
7	ФОРУМ	5101,20	1,64	12,50						8,00															
8	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	7137,30	2,30	17,00						8,00															
9	БРОКБІЗНЕСБАНК	7219,20	2,33	17,00						6,70															
10	ПУМБ	8328,70	2,68	17,20						6,40															
11	ОТП БАНК	4338,80	1,40	16,00						5,50															
12	УКРГАЗБАНК	4272,90	1,38	15,50						8,00															
13	ПІВДЕННИЙ	4081,60	1,31	16,70						7,80															
14	КРЕДИТПРОМБАНК	5228,70	1,68	17,00						9,50															
15	АЛЬФА-БАНК	6153,70	1,98	17,40						8,75															
16	ВТБ БАНК	5049,60	1,63	16,50						7,00															
17	ПРОМІНВЕСТБАНК	8962,50	2,89	16,50						8,50															
18	ДЕЛЬТА	7586,50	2,44	20,50						9,00															
19	ВІЕЙБІ БАНК	3954,30	1,27	17,00						8,50															
20	ХРЕЩАТИК	2949,40	0,95	16,50						7,00															
21	СБЕРБАНК РФ	4121,20	1,33	15,50						8,00															
22	КРЕДИТ ДНІПРО	3196,50	1,03	16,00						8,20															
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			16,21																7,70					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			18,50																7,20					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			13,78						7,02															
26	Розмах варіації			10,00						4,00															

Таблиця А.4 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2012 рік

N з/п	Рік	2012													
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня						Долар США					
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	
2	Всього	369264,15	100,00												
3	ПРИВАТБАНК	85864,91	23,25	17,00						10,00					
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	15435,57	4,18	13,20						5,00					
5	ОЩАДБАНК	29853,66	8,08	16,00						7,00					
6	УКРСИББАНК	10334,88	2,80	9,00						3,70					
7	УКРЕКСІМБАНК	15802,73	4,28	17,90						6,20					
8	УКРСОЦБАНК	11644,83	3,15	14,00						6,50					
9	ФОРУМ	4171,59	1,13	16,00						8,50					
10	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	8865,58	2,40	17,00						9,00					
11	БРОКБІЗНЕСБАНК	7911,62	2,14	17,80	-0,06	17,35	2,70	7,27	0,16	8,00	0,14	8,25	1,95	3,82	0,25
12	ПУМБ	10140,64	2,75	17,70						6,20					
13	ОТП БАНК	5540,11	1,50	16,00						5,00					
14	УКРГАЗБАНК	5296,28	1,43	16,00						9,20					
15	КРЕДИТПРОМБАНК	4766,94	1,29	17,00						10,50					
16	АЛЬФА-БАНК	8764,83	2,37	21,50						8,50					
17	ВТБ БАНК	6222,56	1,69	18,00						7,00					
18	ПРОМІНВЕСТБАНК	8049,01	2,18	18,00						8,85					
19	ДЕЛЬТА	13352,50	3,62	19,00						10,00					
20	ВЕЙБИ БАНК	6410,25	1,74	20,50						10,65					
21	СБЕРБАНК РФ	9050,18	2,45	19,00						7,80					
22	КРЕДИТ ДНІПРО	4051,52	1,10	18,50						9,00					
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			16,96						7,83					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			21,50						8,10					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			17,46						7,76					
26	Розмах варіації			12,50						6,95					

Таблиця А.5 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2013 рік

N з/п	Рік	2013													
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня					Долар США						
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	
2	Всього	441951,19	100,00												
3	ПРИВАТБАНК	106711,63	24,15	20,00	0,11	18,00	3,06	9,39	0,17	10,00	0,20	7,75	2,23	4,13	0,29
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	14632,61	3,31	11,75						4,59					
5	ОЩАДБАНК	35927,19	8,13	17,00						7,25					
6	УКРСИББАНК	9162,53	2,07	11,25						3,20					
7	УКРЕКСІМБАНК	17266,24	3,91	17,90						6,10					
8	НАДРА	6539,53	1,48	18,00						10,00					
9	УКРСОЦБАНК	11949,99	2,70	15,50						4,75					
10	ФОРУМ	4971,59	1,12	20,00						9,30					
11	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	11931,83	2,70	23,50						11,50					
12	БРОКБІЗНЕСБАНК	5522,43	1,25	21,00						9,50					
13	ПУМБ	11164,48	2,53	14,60						6,00					
14	ОТП БАНК	5410,54	1,22	18,00						5,25					
15	УКРГАЗБАНК	5710,79	1,29	19,30						9,20					
16	АЛЬФА-БАНК	9258,12	2,09	20,00						8,25					
17	ВТБ БАНК	7062,45	1,60	16,75	6,50										
18	ПРОМІНВЕСТБАНК	8105,55	1,83	15,80	6,60										
19	ДЕЛЬТА	26135,36	5,91	19,50	8,75										
20	ВІЕЙБІ БАНК	10443,47	2,36	21,00	9,50										
21	СБЕРБАНК РФ	13957,53	3,16	17,20	6,85										
22	ІМЕКСБАНК	4836,82	1,09	20,00	9,50										
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			17,90						7,63					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			18,70						7,60					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			17,91						7,25					
26	Розмах варіації			12,25						8,30					

Таблиця А.6 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2014 рік

N з/п	Рік	2014																						
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня					Долар США															
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації										
2	Всього	418134,55	100,00																					
3	ПРИВАТБАНК	107710,32	25,76	21,00	0,07	19,67	3,45	10,46	0,18	11,00	0,15	9,00	2,52	6,36	0,29									
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	14207,48	3,40	14,75						5,50														
5	ОЦАДБАНК	36590,12	8,75	18,00						8,00														
6	УКРСИББАНК	8973,33	2,15	9,50						5,00														
7	УКРЕКСІМБАНК	21870,00	5,23	17,90						6,10														
8	НАДРА	5606,94	1,34	19,00						10,50														
9	УКРСОЦБАНК	12306,85	2,94	16,25						5,00														
10	ФІНАНСЫ ТА КРЕДИТ	15248,27	3,65	23,00						11,50														
11	ПУМБ	12378,46	2,96	20,50						10,10														
12	ОТП БАНК	7724,44	1,85	18,00						5,25														
13	УКРГАЗБАНК	6860,11	1,64	21,30						9,20														
14	АЛЬФА-БАНК	10516,27	2,52	22,00						9,00														
15	ПРОМІНВЕСТБАНК	7624,94	1,82	20,00						9,00														
16	ДЕЛЬТА	23974,82	5,73	19,50						8,75														
17	ВІЕЙБІ БАНК	10480,62	2,51	20,00						9,50														
18	СБЕРБАНК РФ	10647,70	2,55	17,50						7,75														
19	ІМЕКСБАНК	5488,46	1,31	22,00						10,00														
20	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	4932,57	1,18	25,00						12,50														
21	ФІНАНСОВА ІНІЦІАТИВА	4532,81	1,08	22,00						12,50														
22	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	4416,33	1,06	15,50						5,00														
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			19,14															8,56					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			20,10															8,80					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			19,84					8,72															
26	Розмах варіації			15,50					7,50															

Таблиця А.7 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2015 рік

N з/п	Рік	2015																							
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня						Долар США															
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації											
2	Всього	410895,49	100,00																						
3	ПРИВАТБАНК	138678,88	33,75	26,40	0,29	19,75	4,26	17,69	0,22	12,13	0,38	7,80	2,11	4,44	0,27										
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	16141,79	3,93	12,50						5,00															
5	ОЦАДБАНК	53947,73	13,13	18,50						7,00															
6	УКРСИББАНК	10871,79	2,65	11,00						5,00															
7	УКРЕКСІМБАНК	24376,26	5,93	18,50						6,90															
8	УКРСОЦБАНК	13625,94	3,32	16,75						6,00															
9	ПУМБ	13999,55	3,41	21,00						10,00															
10	ОТП БАНК	8832,54	2,15	18,00						5,25															
11	УКРГАЗБАНК	10972,73	2,67	20,50						8,50															
12	ПІВДЕННИЙ	5410,95	1,32	12,00						7,50															
13	АЛЬФА-БАНК	12314,46	3,00	23,00						11,50															
14	КРЕДОБАНК	2713,06	0,66	18,00						8,00															
15	ВТБ БАНК	4579,09	1,11	21,50						9,00															
16	ПРОМІНВЕСТБАНК	7989,00	1,94	21,00						9,50															
17	СБЕРБАНК РФ	10580,59	2,58	19,00						8,00															
18	КРЕДИТ ДНІПРО	3705,13	0,90	23,00						9,50															
19	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	4975,52	1,21	25,00						10,00															
20	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	5476,18	1,33	16,50						5,00															
21	ПРОКРЕДИТ БАНК	3388,82	0,82	23,50						7,50															
22	АКЦЕНТ БАНК (А-БАНК)	2460,14	0,60	23,50						7,60															
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			19,46																7,94					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			20,60																7,80					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			21,22						8,93															
26	Розмах варіації			15,40						7,13															

Таблиця А.8 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2016 рік

N з/п	Рік	2016																							
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня						Долар США															
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації											
2	Всього	444676,46	100,00																						
3	ПРИВАТБАНК	151039,80	33,97	26,00	0,34	19,00	3,69	13,61	0,20	10,00	0,38	6,25	1,61	2,61	0,25										
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	17054,87	3,84	10,75						5,00															
5	ОЩАДБАНК	69147,98	15,55	17,50						5,50															
6	УКРСИББАНК	11498,88	2,59	11,50						5,50															
7	УКРЕКСІМБАНК	24456,60	5,50	16,50						5,40															
8	УКРСОЦБАНК	16154,42	3,63	20,75						7,00															
9	ПУМБ	14713,19	3,31	20,50						5,50															
10	ОТП БАНК	9338,63	2,10	19,00						5,10															
11	УКРГАЗБАНК	13558,05	3,05	17,50						7,00															
12	ПІВДЕННИЙ	6572,04	1,48	19,00						6,00															
13	АЛЬФА-БАНК	15491,39	3,48	19,50						7,50															
14	КРЕДОБАНК	3817,35	0,86	17,50						7,20															
15	ВТБ БАНК	4535,76	1,02	20,00						8,50															
16	ПРОМІНВЕСТБАНК	5302,00	1,19	21,50						8,00															
17	СБЕРБАНК РФ	11416,65	2,57	18,40						5,50															
18	КРЕДИТ ДНІПРО	4516,65	1,02	19,50						9,30															
19	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	6165,52	1,39	14,50						5,00															
20	ПРОКРЕДИТ БАНК	4678,11	1,05	22,00						3,50															
21	АКЦЕНТ БАНК (А-БАНК)	2249,88	0,51	24,50						7,00															
22	МЕГАБАНК, Харків	2795,55	0,63	18,00						6,50															
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			18,72																6,50					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			17,00																5,90					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			19,24						6,49															
26	Розмах варіації			14,50						6,50															

Таблиця А.9 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2017 рік

N з/п	Рік	2017													
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня						Долар США					
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	
2	Всього	495313,10	100,00												
3	ПРИВАТБАНК	168058,20	33,93	16,00						5,00					
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	21318,14	4,30	9,20						0,05					
5	ОЩАДБАНК	86568,07	17,48	13,25						5,00					
6	УКРСИББАНК	11859,71	2,39	5,28											
7	УКРЕКСІМБАНК	25051,79	5,06	9,95						5,19					
8	УКРСОЦБАНК	12494,78	2,52	14,00						4,50					
9	ПУМБ	14982,37	3,02	12,25						4,60					
10	ОТП БАНК	10052,84	2,03	15,21						0,25					
11	УКРГАЗБАНК	15618,74	3,15	13,50						4,08					
12	ПІВДЕННИЙ	7315,47	1,48	14,00	0,12	14,00	2,80	6,89	0,21	4,00	0,24	4,58	1,84	3,40	0,50
13	АЛЬФА-БАНК	20287,82	4,10	14,00						4,65					
14	КРЕДОБАНК	4013,96	0,81	12,50						1,50					
15	ВТБ БАНК	3310,54	0,67	14,00						3,52					
16	ПРОМІНВЕСТБАНК	5330,70	1,08	16,50						4,58					
17	СБЕРБАНК РФ	11465,11	2,31	16,00						4,90					
18	КРЕДИТ ДНІПРО	4560,94	0,92	15,70						5,80					
19	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	6362,79	1,28	10,50						0,01					
20	ПРОКРЕДИТ БАНК	4693,13	0,95	14,50						3,00					
21	МЕГАБАНК, Харків	3083,67	0,62	15,60						4,60					
22	ТАСКОМБАНК	5571,19	1,12	15,25						4,87					
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			13,36						3,69					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			13,80						3,30					
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			15,61						4,36					
26	Розмах варіації			11,22						5,79					

Таблиця А.10 – Зведені статистичні дані за депозитами банків України за 2018 рік

N з/п	Рік	2018 (1 кв)													
		Депозити домашніх господарств, (млн. грн.)	Питома вага (%)	Гривня						Долар США					
Банки України	Тариф депозит			К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	Тариф депозит	К-т кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	К-т варіації	
2	Всього	489355,79	100,00												
3	ПРИВАТБАНК	170946,82	34,93	13,00							3,75				
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	21378,73	4,37	9,75							0,15				
5	ОЩАДБАНК	87874,19	17,96	12,25							3,25				
6	УКРСИББАНК	11699,97	2,39	5,70											
7	УКРЕКСІМБАНК	25043,38	5,12	12,80							3,70				
8	УКРСОЦБАНК	13852,57	2,83	15,00							3,50				
9	ПУМБ	15448,37	3,16	13,20							3,10				
10	ОТП БАНК	10364,91	2,12	12,00							0,25				
11	УКРГАЗБАНК	16701,08	3,41	13,45							4,25				
12	ПІВДЕННИЙ	7745,59	1,58	14,50							4,25				
13	АЛЬФА-БАНК	14287,11	2,92	13,50							3,25				
14	КРЕДОБАНК	3549,53	0,73	12,50	-0,06	13,10	2,35	5,52	0,18		0,96	0,07	3,70	1,54	2,38
15	ВТБ БАНК	2579,21	0,53	13,00							4,00				
16	ПРОМІНВЕСТБАНК	3910,39	0,80	14,75							4,25				
17	СБЕРБАНК РФ	7455,94	1,52	14,75							4,75				
18	КРЕДИТ ДНІПРО	4451,31	0,91	15,50							3,75				
19	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	6627,66	1,35	9,50							0,01				
20	ПРОКРЕДИТ БАНК	4295,51	0,88	15,00							4,50				
21	АКЦЕНТ БАНК (А-БАНК)	3216,18	0,66	13,00							3,50				
22	ТАСКОМБАНК	5795,82	1,18	15,00							4,00				
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			12,91							2,96				
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			13,60							3,00				
25	Український індекс ставок "Thomson Reuters"			14,24							3,50				
26	Розмах варіації			9,30							4,74				

Додаток Б

Таблиця Б.1 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2009 рік

№ з/п	Рік	2009												
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.			Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації					
Питома вага (%)	Тариф кредит		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку											
2	всього	137113,31	100,00											
3	ПРИВАТБАНК	21378,71	15,59	55,00	-0,34	38,50	12,52	156,76	0,31					
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	23550,42	17,18	33,40										
5	ОЩАДБАНК	6066,85	4,42											
6	УКРСОЦБАНК	21746,21	15,86	25,25										
7	УКРСИББАНК	27971,10	20,40											
8	УНІВЕРСАЛ БАНК	4811,10	3,51	41,00										
9	АЛЬФА-БАНК	5371,28	3,92	63,50										
10	ОТП БАНК	15728,99	11,47	32,50										
11	ВТБ БАНК	3212,17	2,34											
12	НАДРА	14968,09	10,92											
13	ФОРУМ	4771,61	3,48	37,00										
14	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	4843,44	3,53											
15	ПУМБ	3913,64	2,85											
16	КРЕДИТПРОМБАНК	3241,21	2,36											
17	БРОКБІЗНЕСБАНК	2505,45	1,83											
18	СВЕДБАНК	5244,08	3,82	40,00										
19	УКРГАЗБАНК	2980,79	2,17											
20	УКРПРОМБАНК	2902,43	2,12											
21	РОДОВІД БАНК	2272,72	1,66											
22	ЕРСТЕ БАНК	4050,12	2,95											
23	Середня розрахункова ставка (СРС)									40,96				
24	Середньозважена ставка за даними НБУ									23,70				
25	Розмах варіації				38,25									

Таблиця Б.2 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2010 рік

N з/п	Рік	2010												
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації					
Питома вага (%)	Тариф кредит													
2	всього	122942,36	100,00											
3	ПРИВАТБАНК	19046,33	15,49	57,40	0,34	53,63	9,20	84,67	0,18					
4	ОЩАДБАНК	4614,52	3,75											
5	УКРСОЦБАНК	1095,03	0,89											
6	УНІВЕРСАЛ БАНК	3340,66	2,72	56,46										
7	АЛЬФА-БАНК	4306,14	3,50	31,47										
8	ОТП БАНК	9399,54	7,65											
9	ВТБ БАНК	2715,89	2,21	43,13										
10	НАДРА	12547,63	10,21											
11	ФОРУМ	3889,05	3,16											
12	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	3815,62	3,10											
13	ПУМБ	3111,54	2,53											
14	КРЕДИТПРОМБАНК	2525,59	2,05											
15	БРОКБІЗНЕСБАНК	2382,99	1,94											
16	СВЕДБАНК	5427,42	4,41	52,25										
17	УКРГАЗБАНК	2517,64	2,05											
18	ЕРСТЕ БАНК	3241,49	2,64	55,00										
19	ПРАВЕКС-БАНК	3768,25	3,07	57,39										
20	СБЕРБАНК РФ	1221,49	0,99	45,39										
21	ІНДЕКС-БАНК	1928,21	1,57											
22	ДЕЛЬТА БАНК	3468,59	2,82											
23	Середня розрахункова ставка (СРС)									49,81				
24	Середньозважена ставка за даними НБУ									23,50				
25	Розмах варіації				24,99									

Таблиця Б.3 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2011 рік

№ з/п	Рік	2011											
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.			Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації				
Питома вага (%)	Тариф кредит		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку										
2	всього	126 191,78	100,00										
3	ПРИВАТБАНК	24348,90	19,30	60,01	0,07	52,62	14,84	220,31	0,29				
4	ОЩАДБАНК	4012,40	3,18	23,56									
5	УКРСОЦБАНК	15732,60	12,47	36,39									
6	АЛЬФА-БАНК	7021,80	5,56	52,64									
7	ОТП БАНК	7021,80	5,56										
8	ВТБ БАНК	3258,20	2,58	48,03									
9	ФОРУМ	3402,50	2,70										
10	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	3371,90	2,67										
11	ПУМБ	4529,60	3,59	66,47									
12	КРЕДИТПРОМБАНК	2207,60	1,75										
13	БРОКБІЗНЕСБАНК	2303,00	1,83	37,39									
14	СВЕДБАНК	4139,60	3,28	52,62									
15	УКРГАЗБАНК	2476,20	1,96										
16	ПРАВЕКС-БАНК	3269,20	2,59										
17	СБЕРБАНК РФ	1208,30	0,96	30,87									
18	ДЕЛЬТА	6082,20	4,82	66,46									
19	УКРЕКСІМБАНК	939,60	0,74										
20	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	2139,10	1,70	50,88									
21	ВІЕЙБІ БАНК	1721,30	1,36	66,47									
22	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	2259,80	1,79	67,58									
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			50,72									
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			26,10									
25	Розмах варіації			44,02									

Таблиця Б.4 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2012 рік

№ з/п	Рік	2012												
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.			Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації					
Питома вага (%)	Тариф кредит		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку											
2	всього	125 011,12	100,00											
3	ПРИВАТБАНК	19103,35	15,28	66,25	0,20	50,96	11,12	123,75	0,21					
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	9419,50	7,53	40,10										
5	ОЩАДБАНК	2306,71	1,85	33,76										
6	УКРСОЦБАНК	12456,15	9,96											
7	УКРСИББАНК	8864,60	7,09											
8	УНІВЕРСАЛ БАНК	1687,79	1,35	37,00										
9	АЛЬФА-БАНК	4521,75	3,62	50,96										
10	ОТП БАНК	5132,52	4,11	45,71										
11	ВТБ БАНК	3352,59	2,68	53,48										
12	НАДРА	10571,05	8,46											
13	ФОРУМ	1753,04	1,40	71,95										
14	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	3063,91	2,45	54,49										
15	ПУМБ	3384,66	2,71	68,45										
16	БРОКБІЗНЕСБАНК	2688,41	2,15	45,85										
17	УКРГАЗБАНК	1797,44	1,44	53,00										
18	ПРАВЕКС-БАНК	2085,05	1,67	49,00										
19	ДЕЛЬТА	9107,18	7,29	53,23										
20	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	2189,37	1,75	49,13										
21	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	2711,35	2,17	42,33										
22	БАНК РУССКИЙ СТАНДАРТ	2211,25	1,77	66,47										
23	Середня розрахункова ставка (СРС)									51,83				
24	Середньозважена ставка за даними НБУ									29,40				
25	Розмах варіації				38,19									

Таблиця Б.5 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2013 рік

N з/п	Рік	2013												
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації					
Питома вага (%)	Тариф кредит													
2	всього	137 346,00	100,00											
3	ПРИВАТБАНК	23769,37	17,31	70,01	0,46	48,98	15,28	233,57	0,31					
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	7809,35	5,69	40,80										
5	ОЩАДБАНК	2520,63	1,84	33,76										
6	УКРСОЦБАНК	11399,82	8,30											
7	УКРСИББАНК	6956,56	5,06											
8	АЛЬФА-БАНК	4831,17	3,52	50,96										
9	ОТП БАНК	5924,36	4,31	47,49										
10	ВТБ БАНК	3010,26	2,19	50,66										
11	НАДРА	10579,61	7,70	86,15										
12	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	3245,44	2,36	54,49										
13	ПУМБ	3759,14	2,74	40,65										
14	БРОКБІЗНЕСБАНК	2662,12	1,94	35,85										
15	УКРГАЗБАНК	2080,26	1,51											
16	ПРАВЕКС-БАНК	1660,70	1,21	34,74										
17	ДЕЛЬТА	19471,04	14,18	53,23										
18	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	2023,42	1,47	49,13										
19	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	4293,38	3,13	32,33										
20	БАНК РУССКИЙ СТАНДАРТ	2942,58	2,14	77,33										
21	ІДЕЯ БАНК	2166,62	1,58	48,98										
22	ФІДОБАНК	1674,07	1,22	42,13										
23	Середня розрахункова ставка (СРС)									49,92				
24	Середньозважена ставка за даними НБУ									28,70				
25	Розмах варіації				53,82									

Таблиця Б.6 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2014 рік

№ з/п	Рік	2014							
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації
Питома вага (%)	Тариф кредит								
1	Банки України								
2	всього	135 094,45	100,00						
3	ПРИВАТБАНК	22126,57	16,38		0,06	51,78	14,42	207,98	0,28
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	8757,61	6,48	48,80					
5	ОЩАДБАНК	2377,46	1,76	33,76					
6	УКРСОЦБАНК	14949,03	11,07	64,87					
7	УКРСИББАНК	7431,10	5,50	36,01					
8	УНІВЕРСАЛ БАНК	1971,06	1,46						
9	АЛЬФА-БАНК	4851,46	3,59						
10	ОТП БАНК	6360,73	4,71	64,82					
11	ВТБ БАНК	1773,40	1,31						
12	НАДРА	17373,32	12,86						
13	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	4395,51	3,25						
14	ПУМБ	3092,87	2,29	72,32					
15	УКРГАЗБАНК	1457,64	1,08	30,73					
16	ПРАВЕКС-БАНК	2044,03	1,51						
17	ДЕЛЬТА	21719,72	16,08	44,30					
18	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	1515,96	1,12	57,16					
19	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	3677,29	2,72						
20	ІДЕЯ БАНК	2167,90	1,60	54,75					
21	ФІДОБАНК	1357,97	1,01						
22	БАНК ФОРВАРД	1278,46	0,95						
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			50,75					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			27,00					
25	Розмах варіації			38,56					

Таблиця Б.7 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2015 рік

№ з/п	Рік	2015							
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія банку	Коефіцієнт варіації
Питома вага (%)	Тариф кредит								
2	всього	104879,06	100,00						
3	ПРИВАТБАНК	26105,48	24,89						
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	6683,13	6,37	42,53					
5	ОЩАДБАНК	2947,03	2,81	32,25					
6	УКРСОЦБАНК	16920,59	16,13	61,61					
7	УКРСИББАНК	7205,17	6,87	43,23					
8	УНІВЕРСАЛ БАНК	2321,60	2,21						
9	АЛЬФА-БАНК	3941,94	3,76	50,40					
10	ОТП БАНК	6360,00	6,06	65,00					
11	ВТБ БАНК	727,28	0,69						
12	ПУМБ	3214,93	3,07	61,00					
13	УКРГАЗБАНК	1479,90	1,41						
14	ПРАВЕКС-БАНК	1296,05	1,24		-0,02	57,43	11,60	134,52	0,21
15	СБЕРБАНК РФ	572,06	0,55						
16	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	1334,91	1,27	53,86					
17	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	3062,03	2,92	47,00					
18	ІДЕЯ БАНК	1608,95	1,53	68,00					
19	ФІДОБАНК	1698,32	1,62	61,43					
20	БАНК ФОРВАРД	951,91	0,91						
21	КРЕДОБАНК	1455,09	1,39	68,91					
22	АКЦЕНТ БАНК (А-БАНК)	1202,98	1,15						
23	Середня розрахункова ставка (СРС)				54,60				
24	Середньозважена ставка за даними НБУ				30,60				
25	Розмах варіації				36,66				

Таблиця Б.8 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2016 рік

N з/п	Рік	2016							
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.			Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації
Питома вага (%)	Тариф кредит		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку						
1	Банки України								
2	всього	101528,38	100,00						
3	ПРИВАТБАНК	19722,84	19,43						
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	5143,24	5,07						
5	ОЩАДБАНК	2911,06	2,87						
6	УКРСОЦБАНК	20786,53	20,47	72,73					
7	УКРСИББАНК	4556,91	4,49	57,00					
8	УНІВЕРСАЛ БАНК	1777,06	1,75						
9	АЛЬФА-БАНК	5240,16	5,16	58,47					
10	ОТП БАНК	4666,30	4,60	67,27					
11	ВТБ БАНК	464,63	0,46						
12	ПУМБ	3432,13	3,38	65,26					
13	УКРГАЗБАНК	1193,91	1,18	53,68					
14	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	1944,34	1,92	67,87					
15	ПЛАТИНУМ БАНК (ПтБ)	1965,32	1,94	78,36					
16	ІДЕЯ БАНК	1947,83	1,92	42,30					
17	БАНК ФОРВАРД	1179,67	1,16	77,82					
18	КРЕДОБАНК	2190,86	2,16	68,91					
19	АКЦЕНТ БАНК (А-БАНК)	2147,35	2,12						
20	МЕГАБАНК, Харків	585,89	0,58	56,37					
21	МАРФІН БАНК	505,61	0,50						
22	МІСТО БАНК	467,49	0,46						
23	Середня розрахункова ставка (СРС)			63,84					
24	Середньозважена ставка за даними НБУ			30,60					
25	Розмах варіації			36,06					

Таблиця Б.9 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2017 рік

N з/п	Рік	2017 (1 кв.)*							
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку	Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації
Питома вага (%)	Тариф кредит								
1	Банки України								
2	всього	122065,95	100,00						
3	ПРИВАТБАНК	25099,12	20,56						
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	3558,49	2,92	48,70					
5	ОЩАДБАНК	3347,56	2,74	49,60					
6	УКРСОЦБАНК	10061,71	8,24	72,73					
7	УКРСИББАНК	4049,77	3,32	57,00					
8	УНІВЕРСАЛ БАНК	2166,48	1,77						
9	АЛЬФА-БАНК	5642,90	4,62	60,84					
10	ОТП БАНК	5441,04	4,46	61,57					
11	ПУМБ	3650,53	2,99						
12	УКРГАЗБАНК	1269,34	1,04						
13	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	2139,59	1,75	60,60	0,15	60,84	9,05	81,83	0,15
14	ІДЕЯ БАНК	2078,37	1,70	62,27					
15	БАНК ФОРВАРД	1065,19	0,87	77,82					
16	КРЕДОБАНК	2357,54	1,93	69,99					
17	АКЦЕНТ БАНК (А-БАНК)	2371,89	1,94						
18	МЕГАБАНК, Харків	759,61	0,62	56,37					
19	МАРФІН БАНК	453,09	0,37						
20	МІСТО БАНК	490,98	0,40						
21	ПИРЕУС БАНК МКБ	623,28	0,51						
22	ТАСКОМБАНК	543,74	0,45						
23	Середня розрахункова ставка (СРС)				61,59				
24	Середньозважена ставка за даними НБУ				29,50				
25	Розмах варіації				29,12				

* - для уніфікації вхідних даних, аналізувалися дані з одного джерела, дані в якому по 2017 рік (1.кв)

Таблиця Б.10 – Зведені статистичні дані за кредитами банків України за 2018 рік

N з/п	Рік	2018 (1 кв.)*												
		Споживчі кредити домашнім господарствам (млн. грн.)	Грн.			Медіана	Середнє квадратичне відхилення	Дисперсія	Коефіцієнт варіації					
Питома вага (%)	Тариф кредит		Коефіцієнт кореляції з масштабом банку											
2	всього	130962,91	100,00											
3	ПРИВАТБАНК	39434,00	30,11	63,55	0,002	59,88	10,47	109,62	0,17					
4	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	9133,67	6,97	49,92										
5	ОЩАДБАНК	4083,55	3,12	56,00										
6	УКРСОЦБАНК	13053,10	9,97	75,57										
7	УКРСИББАНК	2414,17	1,84	74,60										
8	АЛЬФА-БАНК	9391,70	7,17	59,88										
9	ОТП БАНК	4261,05	3,25	73,83										
10	ПУМБ	5207,13	3,98	51,80										
11	УКРГАЗБАНК	6138,02	4,69	50,84										
12	СБЕРБАНК РФ	5149,48	3,93	51,12										
13	КРЕДІ АГРИКОЛЬ БАНК	3 276,87	2,50	73,12										
14	ІДЕЯ БАНК	3770,71	2,88	75,06										
15	КРЕДОБАНК	625,33	0,48											
16	МЕГАБАНК, Харків	763,19	0,58											
17	КРЕДИТ ДНІПРО	489,12	0,37	59,16										
18	ТАСКОМБАНК	673,89	0,51											
19	ПІВДЕННИЙ	464,47	0,35											
20	Середня розрахункова ставка (СРС)	62,65												
21	Середньозважена ставка за даними НБУ	32,90												
22	Розмах варіації	25,65												

* - дані про обсяги кредитів внесені на підставі офіційної звітної інформації банків за 1 квартал 2018 року.

Додаток В

Форма для оцінювання якості банківських послуг

Загальна інформація

Вік, років до 25 25-34 35-44 45-54 55-64 вище 65

Стать чоловік жінка.

Освіта базова середня вища

Сфера зайнятості найманий працівник власний бізнес інше _____

Рівень доходу, тис. грн. на міс. до 3 3-5 5-10 10-20 вище 20

I. МАТЕРІАЛЬНІСТЬ							
1. Обладнання банку.	Застаріле			Сучасне			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
2. Зовнішній вигляд персоналу.	Непрофесійний			Професійний			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
3. Інформаційні матеріали, пов'язані з послугою.	Неактуальні			Актуальні			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
II. НАДІЙНІСТЬ							
4. Підхід до вирішення проблем клієнта.	Байдужий			Зацікавлений			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
5. Рівень надання послуг з першого разу.	Незадовільний			Задовільний			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
6. Процедура ведення справ з банком.	Складна			Легка			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
7. Відповідність умов надання послуг рекламним матеріалам.	Мінімальна			Максимальна			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
8. Ведення записів банком.	Помилкове			Правильне			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
9. Надана персоналом інформація про послугу.	Часткова			Вичерпна			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь

III. РЕАКТИВНІСТЬ							
10. Надана інформація про термін виконання послуг.	Неточна			Точна			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
11. Тривалість обслуговування.	Повільне			Швидке			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
12. Рівень готовності персоналу допомогти клієнтам.	Закритий			Відкритий			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
13. Термін очікування в банку.	Неприйнятний			Прийнятний			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
14. Рівень інформування про альтернативні послуги чи способи їх надання.	Недостатній			Достатній			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
15. Поведінка персоналу у відповідь на запити клієнта.	Пасивна			Активна			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
IV. ВПЕВНЕНІСТЬ							
16. Атмосфера, створена поведінкою персоналу.	Недовірлива			Довірлива			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
17. Рівень надійності операцій банку.	Ризиковані			Безпечні			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
18. Рівень підготовки персоналу.	Некваліфікований			Кваліфікований			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
V. СПІВЧУТТЯ							
19. Підхід при роботі з клієнтом.	Стандартний			Індивідуальний			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
20. Розуміння потреб клієнта.	Поверхневе			Глибоке			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
21. Пріоритетність інтересів клієнта.	Низька			Висока			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь
22. Спосіб пояснення інформації про послугу.	Незрозумілий			Зрозумілий			
	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Значний ступінь	Середній ступінь	Незначний ступінь	Складно визначити	Незначний ступінь	Середній ступінь	Значний ступінь

Дата оцінювання _____

№ 28-03/18 від 29.08.2018 р.

До спеціалізованої вченої ради Д55.051.06
Сумського державного університету

ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Здійснена спеціалістами АТ «АЛЬФА-БАНК» оцінка доцільності практичного впровадження наукових результатів, отриманих Демків Юлією Михайлівною, при підготовці дисертаційної роботи на тему «Управління якістю банківських послуг», поданої в спеціалізовану вчену раду Д55.051.06 Сумського державного університету на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит, свідчить, що положення проведеного дослідження мають високий потенціал для практичної апробації.

Так, зокрема, при розробці конкретних практичних заходів, метою яких є підвищення якості надання банківських послуг АТ «АЛЬФА-БАНК», враховуються запропоновані Демків Ю. М. методичні засади оцінювання якості банківських послуг на основі анкетування клієнтів з використанням удосконаленого автором підходу SERVQUAL. Це дозволить підвищити ефективність комунікаційної політики банку та оптимізувати взаємовідносини із зацікавленими сторонами.

Директор відділення Сумське №3
АТ «Альфа-Банк»



С.К. Євтушенко



ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ»
ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА ДИРЕКЦІЯ

PUBLIC JOINT STOCK COMPANY «RAIFFEISEN BANK AVAL»
KHARKIV REGIONAL OFFICE

18.09.2018р. № ДЗ-Всн/644

На № _____

До спеціалізованої вченої ради Д55.051.06
Сумського державного університету

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційної роботи
Демків Юлії Михайлівни
на тему «Управління якістю банківських послуг»

Даною довідкою підтверджується, що в практичній діяльності Харківської обласної дирекції АТ «Райффайзен Банк Аваль» враховуються наукові рекомендації, викладені у дисертаційному дослідженні Демків Юлії Михайлівни на тему «Управління якістю банківських послуг», поданому в спеціалізовану вчену раду Д55.051.06 Сумського державного університету на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит.

Дисертаційна робота Демків Ю.М. містить науково-обґрунтовані результати щодо концепції побудови системи управління якістю банківських послуг з урахуванням її основних принципів і функцій та взаємодії основних підсистем забезпечення якості банківських послуг у процесі досягнення оптимальних значень фінансових та нефінансових показників функціонування банку, які мають практичну цінність для АТ «Райффайзен Банк Аваль», оскільки банк є маркетмейкером та орієнтований на підвищення якості послуг.

Розробки Демків Ю.М. стосовно оцінювання якості банківських послуг враховані в поточній діяльності Харківської обласної дирекції АТ «Райффайзен Банк Аваль».

Директор з питань роздрібного бізнесу
Харківської ОД
АТ «Райффайзен Банк Аваль»

О.М. Діденко

007921



До спеціалізованої вченої ради Д55.051.06
Сумського державного університету

№ 25/236 від 26.07.2018

ДОВІДКА ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Здійснена фахівцями Відділення АТ «ОТП Банк» в м. Суми оцінка доцільності практичного впровадження наукових результатів, отриманих Демків Юлією Михайлівною при підготовці дисертаційної роботи на тему «Управління якістю банківських послуг», поданої в спеціалізовану вчену раду Д 55.051.06 на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит, свідчить, що положення цього дисертаційного дослідження мають високий потенціал для практичної апробації.

Так, зокрема, отримані Демків Ю. М. результати щодо оцінювання кількісного впливу від впровадження банківських інновацій на основні результативні показники банківської діяльності, а також часового лагу, необхідного для досягнення позитивного фінансового ефекту для функціонування банку при запровадженні різних типів банківських інновацій мають практичну цінність з точки зору планування основних показників банківської діяльності для АТ «ОТП Банк», оскільки банк характеризується наявністю інноваційної складової у своїй діяльності.

Керуючий відділенням
АТ «ОТП Банк» в м. Суми



Є.І. Чернуха

вул. Жиянська, 43
Київ-33, 01601,
тел.: 0 44 490 0500
факс: 0 44 490 0501
Ліцензія НБУ № 191 від 05.10.2011
Всі види банківських послуг: www.otpbank.com.ua

ЗАТВЕРДЖУЮ
Перший проректор
Сумського державного
університету
В. Д. Карпуша
« » 2018 р.



АКТ

про впровадження результатів дисертаційної роботи
аспіранта кафедри фінансів, банківської справи та
страхування
Демків Юлії Михайлівни
присвяченого управлінню якістю банківських послуг
у навчальний процес
навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС»

«25» червня 2018 р.

м. Суми

Акт складено комісією у складі:

Голова: заступник директор навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС», доктор економічних наук, професор
Белова І.В.

Члени комісії: завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
доктор економічних наук, професор Школьник І. О.
заступник начальника навчально-методичного відділу,
кандидат економічних наук, доцент Криклій О.А.
заступник директора інституту з методичної роботи, практико-орієнтованої підготовки студентів та інтеграційних зв'язків із замовниками кадрів Крухмаль О.В.

В період з 18 червня 2018 р. по 22 червня 2018 р. комісія вивчила стан фактичного впровадження результатів дисертаційної роботи Демків Юлії Михайлівни на тему «Управління якістю банківських послуг» в навчальний

процес навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС» Сумського державного університету.

Комісія розглянула такі матеріали:

1. Дисертаційну роботу Демків Юлії Михайлівни «Управління якістю банківських послуг».
2. Робочі програми курсів зі спеціальностей/напрямів підготовки: 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» (освітнього ступеня «Бакалавр», «Магістр»), 6.030509 «Облік і аудит», 6.030502 «Економічна кібернетика».

За результатами проведеної роботи комісією встановлено, що:

1. Розроблені у дисертаційній роботі Демків Ю. М. теоретико-методологічні, науково-методичні та практичні положення впроваджені в навчальний процес з наступних дисциплін:
 - 2.1. «Фінансовий менеджмент» (викладається для студентів денної форми навчання освітнього ступеня «магістр» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа і страхування» (освітня програма «Банківська справа»)) – тема: «Органи управління та організаційна структура в банку»;
 - 2.2. «Банківська справа» (викладається для студентів денної форми навчання освітнього ступеня «бакалавр» напрямів підготовки 6.030509 «Облік і аудит», 6.030502 «Економічна кібернетика») – тема: «Новітні тенденції в банківській справі»;
 - 2.3. «Маркетинг у банку» (викладається для студентів денної форми навчання освітнього ступеня «бакалавр» напрямку підготовки 6.030508 «Фінанси і кредит») – тема: «Продуктова політика банку»;
 - 2.4. «Організація продажів банківських продуктів» (викладається для студентів денної форми навчання освітнього ступеня «магістр» спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа і страхування» (освітня програма «Фінанси та банківська справа»)) – теми: «Складові елементи продажів», «Методи стимулювання продажів».

2. Застосування результатів дисертаційної роботи Демків Юлії Михайлівни в навчальному процесі навчально-наукового інституту бізнес-технологій «УАБС» Сумського державного університету дало змогу адаптувати вказані дисципліни до умов сучасних трансформаційних процесів в освіті, поглибити їх теоретико-методичні основи та підвищити якість підготовки фахівців з економічних спеціальностей.

Голова комісії:



І. В. Белова

Члени комісії:



І. О. Школьник

О. А. Криклій

О. В. Крухмаль

Додаток Д

Список опублікованих праць

Статті у наукових виданнях України

1. Демків Ю. М. Проблема різноманітності тлумачення «банківська послуга». Електронне наукове фахове видання «Проблеми системного підходу в економіці» (*Index Copernicus*). 2011. Випуск 3. С. 12-20 (0,37 друк. арк.).
2. Демків Ю. М. Проблематика сучасної інтерпретації категорії «якість». Бізнес Інформ (*DOAJ та ін.*). 2011. №10. С. 163-166 (0,41 друк. арк.).
3. Демків Ю. М. Специфічність сприйняття якості послуги. Всеукраїнський науково-виробничий журнал ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА (*Index Copernicus*). 2012. №2(28). С. 226-232 (0,62 друк. арк.).
4. Демків Ю. М. Проблема стандартизації якості банківської діяльності. Научный журнал: Культура народів Причорномор'я. 2012. №237. С. 31-34 (0,41 друк. арк.).
5. Демків Ю. М., Леонов С. В. The problem of positioning in evaluation of the banking services quality. Збірник наукових праць Nauka i Studia (*Index Copernicus*). 2014. № 1(111). С.38-46 (0,39 друк. арк.). *Особистий внесок: обґрунтовано комплексний підхід до оцінювання якості БП (0,30 друк. арк.).*
6. Демків Ю. М., Самусевич Я. В. Роль якості банківських послуг у забезпеченні ефективності функціонування банків України. Актуальні проблеми економіки (*EBSCOhost та ін.*). 2017. №2(188). С. 242-248 (0,58 друк. арк.). *Особистий внесок: розроблено підхід до оцінювання взаємозв'язку лояльності вкладників та рентабельності активів банку (0,40 друк. арк.).*
7. Demkiv I. M., Lyeonov S. V., Samusevych Y. V. The measurement of influence of innovations' implementation on the commercial banks performance. Науковий вісник Полісся (*CrossRef та ін.*). 2018. №1(13). Ч.

2. С. 68-76 (0,84 друк. арк.). *Особистий внесок: обґрунтовано роль банківських інновацій у підвищенні результативності банку (0,5 друк. арк.).*
8. Демків Ю. М., Леонов С. В., Самусевич Я. В. Оцінювання якості банківських послуг на основі підходу SERVQUAL: сучасна інтерпретація. Збірник наукових праць «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики» (*Web of Science та ін.*). 2018. №2(25). С. 47-55 (0,62 друк. арк.). *Особистий внесок: запропоновано перелік критеріїв якості БП та характеристик їх оцінювання (0,35 друк. арк.).*
9. Demkiv Yu. M. The ISO 9001 International Standards in a System of the Banking Services Quality Management. *Business Ethics and Leadership* (Academic Resource Index ResearchBib, Google Scholar, ROAD, EZB, Scilit, OCLC WorldCat, EconBiz). 2018. Vol. 2(3). Pp. 94-102 (0,38 друк. арк.).

Тези доповідей на науково-практичних конференціях

10. Демків Ю. М. Проблема стандартизації якості банківської діяльності. Інтеграційні пріоритети України в сучасному геоeкономiчному просторі: матеріали науково-практичної конф. (м. Сімферополь, 28-29 вересня 2012 р.). Сімферополь, 2012. С. 21-23 (0,13 друк. арк.).
11. Демків Ю. М. Концепція управління якістю в системі загального менеджменту. Актуальність комплексного управління якістю в банківській сфері. Економічні аспекти сучасних технологій, управління в економіці, науці, освіті в ХХІ столітті в умовах фінансової кризи: матеріали міжнародної науково-практичної конф. (Сімнадцяті Ліберманівські читання) (м. Харків, 31 жовтня 2012 р.). Харків, 2013. С. 59-64 (0,25 друк. арк.).
12. Демків Ю. М. Концептуальна система управління якістю банківських послуг. Маркетингове управління конкурентоспроможністю:

тези доповідей IV Міжнар. науково-практ. конф. молодих вчених (м. Дніпропетровськ, 29 березня 2013 р.). Дніпропетровськ: 2013. С. 75-76 (0,09 друк. арк.).

13. Демків Ю. М. Формирование модели управления качеством банковских услуг. ФІНАНСОВА СИСТЕМА УКРАЇНИ: проблеми та перспективи розвитку в умовах трансформації соціально-економічних відносин: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практ. конф. (м. Севастополь, 16-18 травня 2013 р.). Сімферополь: ДІАЙП, 2013. С. 95-97 (0,13 друк. арк.).