

УДК 336.7

DOI: <https://doi.org/10.54929/pmt-issue2-2021-7>

## НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

### DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF DIVERSIFICATION OF BANKING SERVICES IN MODERN CONDITIONS

**Жаворонок А. В.**

кандидат економічних наук, доцент  
доцент кафедри публічних,  
корпоративних фінансів та фінансового посередництва,  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича  
ORCID ID: 0000-0001-9274-8240

**Artur Zhavoronok**

PhD (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Public,  
Corporate Finances and Financial Mediation,  
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

*У статті розглядається процес диверсифікації банківських послуг, виокремлюються проблеми і перспективи розвитку лізингу та факторингу в Україні як наявних пріоритетних напрямів урізноманітнення нетрадиційних видів банківських послуг. Визначено, що виробляючи модернізацію кредитних продуктів банків, українські комерційні банки намагаються запозичувати успішні європейські бізнес-моделі і застосувати їх, однак це не найуспішніший варіант. Безумовно, необхідно спиратися на досвід створення різних фінансових сервісів Європи, США та Азії, ринку Private Banking & Wealth Management, щоб не повторити помилок. Однак створення нових кредитних продуктів буде успішним, якщо дані продукти будуть адаптовані саме для української банківської системи. Також виокремлено всі переваги кредитного овердрафту, Інтернет-посередництва, Інтернет-банкінгу, GSM-банкінгу, телефонного банкінгу, ко-брендингу, call-центрів. Окрім цього визначено основні новації карткових технологій – безконтактні електронні платежі за технологією PayPass від MasterCard та технологією NFC (Near Field Communication).  
**Ключові слова:** банківська послуга, лізинг, факторинг, Інтернет-банкінг, GSM-банкінг, телефонний банкінг, ко-брендинг, call-центр, MasterCard, Near Field Communication.*

*В статье рассматривается процесс диверсификации банковских услуг, выделяются проблемы и перспективы развития лизинга и факторинга в Украине как имеющихся приоритетных направлений разнообразия нетрадиционных видов банковских услуг. Определено, что, производя модернизацию кредитных продуктов банков, украинские коммерческие банки пытаются заимствовать успешные европейские бизнес-модели и применить их, однако это не самый успешный вариант. Безусловно, необходимо опираться на опыт создания различных финансовых сервисов Европы, США и Азии, рынка Private Banking & Wealth Management, чтобы не повторить ошибки. Однако создание новых кредитных продуктов будет успешным, если данные продукты адаптируются именно для украинской банковской системы. Также выделены все преимущества кредитного овердрафта, Интернет-посредничества, Интернет-банкннга, GSM-банкннга, телефонного банкннга, ко-брендннга, call-центров. Кроме этого определены основные новации карточных технологий – бесконтактные электронные платежи по технологии PayPass от MasterCard и технологии NFC (Near Field Communication).  
**Ключевые слова:** банковская услуга, лизинг, факторинг, Интернет-банкннг, GSM-банкннг, телефонный банкннг, ко-брендннг, call-центр, MasterCard, Near Field Communication.*

*In the article considered the process of diversification of banking services and distinguishes problems and prospects of leasing and factoring in Ukraine as the existing priority areas of diversification of non-traditional types of banking services. It is determined that today domestic banks are mainly trying to modernize their credit products by implementing a flexible approach to lowering interest rates, increasing credit terms, reducing loan collateral requirements, in fact, without introducing radically new modernized credit products. By modernizing banks' credit*

*products, Ukrainian commercial banks are trying to borrow successful European business models and apply them, but this is not the most successful option. Of course, it is necessary to rely on the experience of creating various financial services in Europe, the United States and Asia, the market of Private Banking & Wealth Management, so as not to repeat mistakes. However, the creation of new credit products will be successful if these products are adapted specifically for the Ukrainian banking system. Also singled out the benefits of credit overdraft, Internet dealerships, Internet-banking, GSM-banking, telephone banking, co-branding, call-centers. Besides the basic card technology innovations – contactless electronic payment technology PayPass from MasterCard and technology NFC (Near Field Communication). It is noted that the banking system of Ukraine needs significant modernization in the field of diversification of own services. Today, domestic banks are mainly trying to modernize their credit products by implementing a flexible approach to lowering interest rates, increasing credit terms, reducing loan collateral requirements, in fact, without introducing radically new modernized credit products. The creation of new credit products will be successful if these products are adapted specifically for the Ukrainian banking system.*

**Key words:** banking service, leasing, factoring, Internet banking, GSM banking, telephone banking, co-branding, call center, MasterCard, Near Field Communication.

**Постановка проблеми.** Банківські послуги є невід'ємною частиною сучасного ринку, покупцями на якому є окремі особи, домогосподарства та юридичні особи. Диверсифікація банківських послуг – поки що недостатньо сформована частина банківського підприємництва. Мета її функціонування – підвищення доходів банків, покращення задоволення потреб клієнтів, розширення їх купівельних можливостей, що, у свою чергу, сприяє розвитку національної економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремим аспектам основних тенденції ринку банківських послуг багато уваги приділяється у наукових працях вчених: Андрищенко К. [1], Азаренкової Г. [2], Барановського О. [3], Дубини М. [4], Коваленко В. [5], Косач І. [6], Кужелева М. [7], Лаврова Р. [15], Маргасової В. [16], Самородова Б. [9], Шкарлета С. [11], Вовк В. [12], Зверякова М. [13] та інші.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми,** котрим присвячується означена стаття. Незважаючи на значну кількість публікацій з даної проблематики, єдиного комплексного підходу до можливого урізноманітнення банківських послуг, в залежності від їхніх переваг і недоліків, дотепер не вироблено. Відсутність такого підходу зменшує можливості збільшення прибутку банків, знижує їх платоспроможність, негативно впливає на стійкість їх фінансового положення.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою даної роботи є дослідження є визначення проблем диверсифікації банківських послуг та формування напрямів їх вдосконалення в сучасних умовах економічних умовах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В сучасних нестабільних умовах, як на ринку банківських послуг, так і в економіці загалом, а також враховуючи економіко-політичну ситуацію країни, використання і розвиток нових для банків продуктів є проблемним, але необхідним завданням для банківської системи України.

Процес диверсифікації банківських послуг передбачає в собі наявність як традиційних видів банківських послуг (кредити, депозити та розрахунково-касове обслуговування), так і нетрадиційних (лізинг, факторинг, трастові послуги, операції з

банківськими металами та ін.), а також – введення абсолютно нових видів послуг.

Протягом останніх років ринок лізингу в Україні швидко зростає. Сьогодні іноземні банки входять на ринок, спрощуючи доступ до фінансування та збільшуючи можливості таких фінансових інструментів як лізинг.

В подальшому очікується збільшення кількості лізингових компаній, засновниками яких є банки, що сприятиме більш широкому розповсюдженню лізингу як альтернативного інструменту фінансування. Упродовж останніх років кількість лізингових компаній збільшилася на 30%. Цьому сприяло декілька факторів:

- зростання зацікавленості у лізингу з боку іноземних банків, що увійшли на український ринок;
- зростання обізнаності щодо лізингу серед широкої громадськості та державних службовців;
- швидкий розвиток фінансових ринків України, а також кращий доступ до кредитних ресурсів.

При цьому малі і середні підприємства все ще не користуються перевагами лізингу в суттєвому обсязі. Великі підприємства на сьогодні залишаються головними споживачами лізингових продуктів [8].

Незважаючи на те, що Україна має досить високий потенціал для розвитку ринку лізингу, існують деякі проблеми, що стримують цей розвиток.

По-перше, доступ до фінансування. Вартість лізингу залишається відносно високою для лізингоотримувача, тому малі і середні підприємства все ще мало використовують переваги лізингу. Переважна більшість лізингових угод передбачає авансовий платіж, середня величина якого 20% від вартості предмету лізингу. Відсоткова ставка по лізингу вища за банківський кредит, крім того вимагається додаткове забезпечення окрім самого предмету лізингу. Але багато компаній, які сьогодні входять на ринок добре обізнані з існуючими умовами. Такі компанії вимагають менший авансовий платіж та забезпечення (іноді не вимагають взагалі), і приймають рішення по кредитуванню швидше орієнтуючись на грошовий потік ніж на кредитну історію. Вони також запроваджують простішу процедуру заявки та оформлення лізинго-

вих угод. Завдяки приходу на ринок таких нових компаній конкуренція буде зростати, що зробить лізинг більш доступним для середнього і малого бізнесу.

По-друге, податкове законодавство та Адміністративна реформа. Існуюче податкове законодавство містить деякі перепони щодо лізингу. Необхідно внести певні зміни до адміністративної та судової системи, щоб спростити процедуру повернення об'єкту лізингу, що зменшить вартість транзакції для лізингодавця. Уряд України висловив ідею, що лізинг буде важливим компонентом його компанії по розвитку інвестиційного клімату в Україні, шляхом внесення змін в існуюче законодавство.

По-третє недостатність знань. Відчувається гостра необхідність в тому, щоб малий і середній бізнес був більш обізнаним щодо лізингу. Не зважаючи на те, що IFC та інші донори проводять публічну освітню компанію стосовно лізингу як альтернативного фінансового інструменту, лише тільки великі компанії отримують переваги від використання цього інструменту. Крім того деякі банки-резиденти рекламують «лізингові послуги» як такі, що не відрізняються від банківського кредиту.

По-четверте, відсутність вторинного ринку для довгострокових активів. Не зважаючи на величезний попит на оновлення основних фондів в багатьох галузях економіки, включаючи сільське господарство та медицину, лізингові компанії не мають бажання давати в лізинг неліквідні активи. Наприклад, існує дуже добре розвинений вторинний ринок для автомобілів, і автомобілі займають найбільшу частину в лізинговому портфелі. Як очікується, автомобілі і в подальшому будуть надаватися в лізинг у великій кількості. Що ж стосується сільськогосподарської індустрії та медицини, то вони як і в державах з більш розвинутим ринком, залишаються без належної уваги.

По-п'яте, нерозвинуті Кредитні Бюро. Лізингові компанії відчувають труднощі аналізуючи потенціальних лізингоотримувачів внаслідок відсутності достатньої інформації про кредитну історію клієнта.

В країнах де лізинг складає суттєвий процент капітальних інвестицій, процедури аналізу суттєво спрощуються, оскільки простий телефонний дзвінок може надати інформацію про кредитну історію потенційного лізингоотримувача.

Цікавою є думка Я.В. Онищука, який до основних проблем, що перешкоджають успішному формуванню лізингових відносин в Україні відносить:

- несформованість на загальнодержавному рівні політики щодо перспектив розвитку лізингового кредиту;

- запровадження Закону України «Про фінансовий лізинг» визначив лише правові рамки для

операцій з фінансового лізингу. Угоди з оперативного лізингу нині трактується як оренда, що не відповідає природі лізингу та призводить до певних ускладнень у податковому обліку;

- надто жорстка система оподаткування лізингових операцій, наприклад, передача майна у фінансовий лізинг для цілей оподаткування тепер прирівнюється до його продажу в момент передачі;

- низький попит на товари вітчизняного товаровиробництва;

- низька платоспроможність усіх категорій споживачів при імпорті споживчих товарів;

- слабка державна підтримка, відсутність податкових пільг, у тому числі для структур, готових надати довгострокове кредитування [7].

Розвиток ринку лізингових послуг в Україні може стати доступним фінансовим механізмом та каталізатором розвитку капіталомістких галузей економіки, особливо машинобудування, а також малого та середнього бізнесу.

Проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про фінансовий лізинг» та деяких інших законодавчих актів» розроблено з метою усунення існуючих у чинному законодавстві розбіжностей у визначенні поняття «лізинг», удосконалення механізмів здійснення операцій лізингу, створення необхідних умов для залучення через механізм лізингу інвестицій в оновлення техніки та технології.

Розвиток ринку лізингу через прийняття запропонованого законопроекту дозволить:

- здійснити технічне та технологічне переоснащення підприємств, підвищити конкурентоспроможність економіки держави;

- прискорити розвиток малого та середнього бізнесу, в тому числі підприємств аграрно-промислового комплексу;

- збільшити обсяги інвестицій у національну економіку;

- підвищити обсяги реалізації нового обладнання;

- поліпшити конкурентне середовище на фінансовому ринку [7].

Політика держави щодо формування та розвитку ринку лізингу в Україні має бути спрямована на:

- дотримання учасниками ринку лізингу вимог законодавства;

- забезпечення захисту прав учасників ринку лізингу і створення умов для розвитку добросовісної конкуренції на ринку лізингу;

- забезпечення рівних можливостей для доступу до ринку лізингових послуг;

- сприяння інтеграції лізингу в європейський та світовий ринки.

Таким чином, розглянуті проекти позитивно вплинуть на розвиток ринку лізингу та сферу виробництва, усуваючи існуючі у чинному законо-

давстві суперечності.

Прийняття їх посилить роль виробників на ринку фінансового лізингу, сприятиме створенню для них умов оподаткування стимулюючого характеру, зниженню вартості лізингових послуг, наданню можливості підприємствам оновити свої основні фонди, а також реконструювати старі та створити нові виробничі потужності [9].

Для активного розвитку лізингу в Україні доцільно провести комплекс наступних заходів, які сприятимуть вдосконаленню лізингових відносин:

- впровадити зниження вартості кредитних ресурсів до рівня, який би не перевищував 20% річних, для забезпечення ефективності лізингових операцій;

- зробити зниження вартості нотаріальних послуг з оформлення договорів лізингу з метою послаблення фінансового навантаження на учасників лізингової угоди;

- впровадити надання податкових пільг щодо операцій з міжнародного лізингу для ввезення на територію України високотехнологічного устаткування;

- організувати створення лізингових центрів, які б спеціалізувалися на обслуговуванні малих підприємств;

- зробити організацію при обласних лізингових центрах відділів з формування бази даних про попит та пропозицію на обладнання й устаткування;

- розробити державну програму підтримки лізингу, яка б передбачала залучення банківського сектору до розвитку лізингових послуг;

- реформувати податкове законодавство в частині стимулювання лізингових операцій – запровадження пришвидшеної норми амортизації для об'єктів лізингу, надання інвестиційних пільг при оподаткуванні прибутку підприємств, застосування спрощеної процедури повернення майна.

Факторинг є одним із раціональних шляхів, який може широко використовуватися в Україні для фінансування розвитку виробництва та кредитування інвестиційної діяльності національної економіки. Можливість одержання грошей за несплаченими вимогами й рахунками-фактурами є особливо важливим для малих і середніх підприємств. Оскільки сьогодні в Україні запроваджуються програми для підтримки малого і середнього бізнесу, факторинг може зайняти почесне місце в системі інструментів ефективного державного регулювання підприємницької діяльності. Однією з причин недостатньої популярності факторингових послуг є недостатня інформованість про його можливості, проте світовий досвід доводить потребу розвитку й ефективність цього виду фінансового обслуговування.

Основними перевагами факторингового фінансування для клієнта є:

- відсутність впливу суми фінансування на за-

боргованість за кредитами в балансі клієнта за зменшення обсягу дебіторської заборгованості;

- своєчасне одержання коштів клієнтом унаслідок передачі дебіторської заборгованості;

- поєднання фінансування з сервісом, який включає кредитний менеджмент, бухгалтерський облік, захист від ризиків і консалтинг;

- відсутність потреби в наданні заставного забезпечення [6].

На українському ринку факторинг залишається екзотичним фінансовим інструментом, оскільки існує чимало перешкод для його поширення. Серед них насамперед – недосконалість законодавчої бази, а саме відсутність єдиного законодавчого акту у сфері факторингової діяльності. Існує потреба розробки Закону про факторингову діяльність, який буде сприяти розвитку цього фінансового інструмента. Наприклад, варто створити норми, за яких зміна кредитора в зобов'язанні не призводила б до погіршення становища боржника. Слід сказати, що цей принцип є загальноновизнаним у світі.

На відміну від розвинених країн в Україні факторинговими операціями здебільшого займаються не спеціалізовані компанії, а банки (понад 90% ринку). Серед проблем розвитку ринку факторингу в Україні виділено ключові:

- домінування банків, для яких факторинг займає лише частину портфелю серед інших послуг, в той час як для спеціалізованої факторингової компанії цей вид операцій є профільним;

- використання банком при оцінюванні потенційного клієнта факторингу схеми, ідентичної при кредитуванні, неврахування того, що факторинг не є аналогом кредиту й спрямований на зростання продажів та рентабельності;

- здійснення банками як факторингу лише фінансування без додаткових послуг, що суперечить світовій практиці та сутності факторингу;

- якість послуг факторингу в Україні не контролюється, у законодавстві не закріплено вимоги щодо стандартів якості факторингових послуг фінансових установ.

Факторинг слід популяризувати в Україні. Постійна й кропітка робота з підвищення рівня обізнаності про такі послуги і поліпшення іміджу факторингу повинні дати непогані результати. Поступово негативне ставлення до факторингу як до кредитора «останньої інстанції» зійде нанівець, і факторинг стане сприйматися бізнес-спільнотою як зручний фінансовий інструмент для ефективного розвитку компаній. Слід розробити довгострокову програму розвитку факторингу, що включатиме в себе як пряму рекламу таких послуг, проведення конференцій для представників бізнесу та журналістів, так і співпрацю з вишами країни для підготовки майбутніх кадрів для факторингових компаній.

Посткризова ситуація змусила всі комерційні банки скоротити свої витрати, тому аутсорсинг в українській банківській сфері переживає новий підйом. Сьогодні банкам дешевше звернутися до зовнішніх підрядникам для продажу, або для розробки нового продукту, або його просування, або для обробки кредитної документації, ніж, наприклад, створювати новий структурний підрозділ [4].

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

Разом з тим використання овердрафту на єдиному рахунку дозволяє збільшити число каналів продажів кредитних продуктів. Наприклад, при відкритті єдиного поточного рахунку з овердрафтом банк може ініціювати проведення всіх необхідних дій для розгляду заявки на споживчий кредит. Схвалити один невеликий ліміт, наприклад, на кредит у формі овердрафту і другий великий ліміт – на споживчий кредит. Укласти до єдиного поточного рахунку додаткову угоду, відповідно до якого видаткові операції можуть бути проведені в обсязі великого ліміту на споживчий кредит. У цьому випадку після проведення клієнтом операції в обсязі великого ліміту для клієнта автоматично відкривається споживчий кредит, а великий ліміт буде анульований або зменшений на суму кредиту.

Не можна не враховувати той факт, що модифікація кредитних продуктів і їх похідних будуть чинити істотний вплив на діяльність комерційних банків. Так, поява нових інструментів Інтернет-комунікацій, наприклад, таких як соціальні мережі, які вже зараз вельми популярні не тільки у користувачів – фізичних осіб, а й у підприємців, які проводять активну політику просування своїх компаній у віртуальному просторі, істотно змінить екзогенні та ендогенні параметри банківського бізнесу.

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

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

Наявність даної функції дозволить істотно підвищити лояльність клієнтів до обслуговуючому банку, прозорість бізнесу клієнтів і його контрагентів. Крім того, в банку з'явиться низькозатратний інструмент залучення потенційних клієнтів, а в разі інтеграції з кредитним процесом – і їх фінансування. Для клієнта бізнес-мережа банку буде додатковим каналом пошуку потенційного ринку збуту серед клієнтів банку і ділових контактів за потребами або пропозицій, регіоном діяльності, галузі, власникам, а також забезпечить можливість додаткового фінансування банком укладених угод через систему електронних торгів. Крім цього, мережеві сервіси та моделі можуть сприяти не тільки ефективному обслуговуванню існуючих клієнтів, а й залученню малозабезпечених і незахищених верств населення, а також починаючих підприємців і стартап-проектів на обслуговування, скорочення ризиків роботи з даними сегментами за рахунок системного управління і жорсткої параметризації даних проектів у банківському бізнес-інкубаторі. Тим самим банки зможуть отримати додаткове джерело доходів і диверсифікувати свій бізнес, а також забезпечити реалізацію соціальної політики держави, а також політики, спрямованої на підтримку малого і мікробізнесу [3].

Клієнти стають розбірливими та вимогливими: зросли запити до якості та вартості банківських послуг. Це стосується і корпоративних клієнтів, і фізичних осіб. У свою чергу, зміцніли українські комерційні банки. У корені змінилася конкурентне середовище.

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

Також у кредитних організацій з іноземними інвестиціями добре розвинені партнерські відносини один з одним, що дає позичальникам можливість погашати кредити в банках-партнерах без комісії.

Для підвищення ефективності нетрадиційних послуг банку рекомендується більш використовувати сучасні системи дистанційного обслуго-

вування клієнтів, які дають змогу оперативно, за допомогою використання традиційних засобів зв'язку одержувати необхідну для клієнта інформацію і здійснювати ряд операції з банківськими інструментами прямо з будинку або офісу (одержання довідки про курси валют, інформації про стан рахунків клієнта, проведення платежів за рахунками клієнта, блокування карткового рахунка). Особливо зручним для клієнта є використання під час роботи традиційних засобів зв'язку – телефонів, мобільних телефонів або мережі Інтернет, що не потребує наявності спеціально обладнаних інформаційних систем і апаратно-програмних комплексів.

Інтернет-банкінг – системи управління рахунком через мережу Інтернет. Системи Інтернет-банкінгу дають змогу:

- у будь-який час одержувати виписки з інформацією про платежі, проведені за допомогою платіжних карт;
- одержувати оперативну інформацію про поточний стан картрахунка;
- самостійно поставити карту в стоп-лист у випадку її втрати/крадіжки;
- виконувати платежі з поточного рахунка;
- виконувати платежі з картрахунка за комунальні послуги і послуги зв'язку та ін [5].

Використання Інтернет-банкінгу є можливим за наявності доступу до персонального комп'ютера, підключеного до мережі Інтернет, а також наявності в банку спеціальних систем, що уможливають надання таких послуг.

GSM-банкінг (мобільний банкінг) – системи обслуговування, що надають інформаційний сервіс за рахунком, відкритим у банку. Системи мобільного банкінгу дають змогу:

- за запитом одержувати на мобільний телефон інформацію про суму грошових коштів, які доступні для використання в даний момент;
- одержувати повідомлення, що підтверджують проведення операцій за рахунком, у тому числі і за картрахунком. Такі повідомлення формуються і відправляються на мобільний телефон клієнта після проведення за рахунком платежу або операції зняття готівки;
- самостійно з мобільного телефона поставити картку в стоп-лист у випадку виявлення її зникнення;
- одержувати на мобільний телефон повідомлення про надходження коштів на рахунку [5].

Телефонний банкінг – системи управління рахунком по телефону з тоновим набором. Системи телебанкінгу дають змогу:

- прослуховувати інформацію про курси основних валют, про ставки розміщення коштів на депозит та інші послуги банку;
- прослуховувати й одержувати на факс оперативну інформацію про поточний стан рахунку

карти;

- одержати виписку за рахунком платіжної карти на факс;
- самостійно поставити платіжну карту в стоп-лист у разі її втрати або крадіжки;
- виконувати платежі з картрахунка за комунальні послуги і послуги зв'язку, інші платежі [5].

На сьогодні наявність у комерційних банків нетрадиційних систем дистанційного обслуговування клієнтів є дуже важливим чинником, що впливає на рівень залучення й утримання клієнтів для банку.

Фінансова стійкість банку залежить від ефективності системи управління, що забезпечує підтримку необхідного рівня значень фінансових показників, до яких включені капіталізація і управління капіталом, ліквідність, якість і диверсифікація активів, диверсифікація пасивів. Рівень ліквідності безпосередньо залежить від організації процесу управління активами та пасивами, що визначає якість і міру диверсифікації прибуткових активів і ресурсної бази. Стан прибуткових активів багато в чому залежить від кредитно-інвестиційної політики банку і є показником якості управління кредитним ризиком. Зокрема, диверсифікація є аксіомою при формуванні кредитного портфелю, яка передбачає розміщення кредитів серед широкого кола позичальників, враховуючи сферу діяльності та їх географічне розташування, з метою хеджування кредитного ризику.

Банки з достатньою диверсифікацією кредитного портфелю менш чутливі до фінансового стану окремих позичальників, ринків/галузей економіки. Але деякі дослідження ставлять під сумнів цю сталу думку. Група економістів Лондонської бізнес школи, інституту технологій Нью-Джерсі та бізнес-школи Штерна при Нью-Йоркському університеті дослідили безпосередньо вплив диверсифікації кредитів по галузевому, секторальному та географічному ознакам на характеристики ризику і доходу (база дослідження – 105 італійських банків). Найбільш шкідливим типом диверсифікації кредитування виявилася галузева диверсифікація для банків з помірним і високим профілем ризику та привела до зменшення показників результативності банків. Диверсифікація по секторах погіршила результативність банків з високим профілем ризику, для банків з помірним профілем ризику разом зі збільшенням дохідності зростає і ризик. Географічна диверсифікація у банках з помірним ризиком позначилася позитивно, а для банків з високим профілем ризику – зниження ризику зменшує і дохідність. Найменшу користь диверсифікація принесла банкам з високим профілем ризику, для яких вона посилено рекомендується або навіть є обов'язковою [10].

Крос-продажі, перехресні продажі, комбінований продукт, комісійні продажі – все це активно

використовується в співпраці на рівні брендів. Взаємодія у формі спільної стратегії з використанням комунікаційних каналів для розвитку ринкової ніші задля високої ефективності та отримання прибутку має назву ко-брендінгу. Ко-брендінг можна вважати драйвером зростання ринку банківських послуг, головною метою якого є отримання прибутку за рахунок розширення клієнтської бази та підвищення активності продажу і використання банківських продуктів. За рахунок ко-брендінгу зазнали розвитку іпотечне кредитування, споживче кредитування, автокредитування, лізинг, факторинг і форфейтинг, карткові продукти, мобільний банкінг тощо. Перетин клієнтських баз учасників ко-брендінгу дозволяє проводити її сегментацію на рівні продуктів, що підвищує ефективність взаємної співпраці через точне налаштування продуктової пропозиції з урахуванням переваг і можливостей клієнта. Крім того відкривається можливість нововведень у власних продуктивних пропозиціях для інших сегментів ринку фінансових послуг.

Найбільш показовим є ко-брендінг банків і страхових компаній, які використовують його як інструмент підвищення операційної ефективності. Мотивацією участі банків у страхуванні є отримання додаткового комісійного доходу в умовах скорочення кредитних портфелів і падіння відсоткової ставки, утримання постійних клієнтів, нарощування кредитних ресурсів за рахунок залучення резервів страхових компаній, використання таких активів як клієнтська база та точки продаж, диверсифікація діяльності та розширення продуктового ряду з використанням новітніх інформаційних технологій. В залежності від рівня інтеграції, формою банківської технології продаж може бути: агентська угода (незалежні продукти), кооперація (спільні продукти та бази даних), фінансовий супермаркет (об'єднані бізнес-процеси).

На сьогодні вже можна достатньо навести прикладів вдалої взаємодії банків і страхових компаній, зокрема щодо класичних послуг (страхування життя, пенсійне страхування, медичне страхування та ін.), а також включення страхування повернення кредитів до комплексу методів управління кредитним ризиком, страховки в карткові продукти. Підтвердженням поширення взаємодії вітчизняних банків і страхових компаній є прийняття в квітні 2011 року Правил співробітництва банків та страховиків, пов'язаного з кредитуванням [11].

Традиційно ІТ більш розвинуті в банках ніж в інших сегментах ринку, але вони також й більш закриті та не орієнтовані на зміни. Проте диверсифікація організаційної структури, ко-брендінгові процеси потребують відкритої роботи на рівні ІТ-платформ та ІТ-стратегій для зниження ризиків і підвищення ефективності.

Драйверами розвитку ІТ є засоби обчислю-

вальної техніки, а, останнім часом, також і засоби комунікацій. Диверсифікація банківського бізнесу обумовлена зростаючим попитом. Банки вимушені диверсифікувати свої продукти та послуги, щоб повною мірою задовольняти потреби клієнтів. Прикладом цього є роздрібний банківській бізнес, який орієнтований на масового клієнта та вимагає модернізації ІТ-платформи, скорочення витрат, оптимізації бізнес-процесів. Тобто банкам необхідно пропонувати клієнтам прості для сприйняття, зручні, надійні та швидкі інструменти. Таким інструментом, безумовно, є Інтернет-банкінг. Його подальше поширення обумовлено не тільки перевагами та зручностями для клієнтів, а також необхідністю скорочення витрат, оптимізації процесів, перерозподілу певного навантаження з офісів, call-центру на канал дистанційного обслуговування. Інтернет-банкінг має нереалізований потенціал ко-брендінгових програм в рамках співпраці з іншими фінансовими та не фінансовими організаціями. Зараз мають місце тільки перші спроби розрахунків по страхуванню, продажу страхових продуктів через Інтернет-банкінг. Згідно глобального дослідження програм лояльності на першому місці за активністю використання ко-брендінгових продуктів стоять пластикові картки, які використовуються для розрахунків і сегментації клієнтських баз. Подальша перспектива – спільне використання смарт-карт. Для ко-брендінгу та інших специфічних продуктів для банків пропонується новий продукт страхування скиммінгу – страхування ризиків власників пластикових карт від несанкціонованого доступу до їх рахунку з використанням карт і банкомату.

Останньою новацією карткових технологій є безконтактні електронні платежі за технологією PayPass від MasterCard. Для її прийняття та поширення на національних ринках потрібні банки-новатори як емітенти та еквайери, а також час та інвестиції. Іншою технологією є NFC (Near Field Communication) – технологія безпроводного високочастотного зв'язку малого радіусу дії, яка дає можливість обміну даними між мобільними телефонами, смарт-картками, платіжними терміналами, системами контролю доступу тощо. Дослідження MasterCard мобільних і безконтактних платежів в країнах Європи підтвердило, що використання нових технологій платежів перебуває в стадії зростання.

**Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Таким чином, банківська система України потребує значної модернізації в сфері диверсифікації власних послуг. На сьогоднішній день вітчизняні банки в основному намагаються модернізувати свої кредитні продукти шляхом реалізації гнучкого підходу до питання зниження процентних ставок, збільшення термінів кредитування, зниження вимог до

забезпечення за кредитами, по суті, не вводячи кардинально нових модернізованих кредитних продуктів. А іноземні банки забезпечують доступ до сучасних технологій, які сприяють підвищенню культури управління в кредитних організаціях, розвитку конкуренції між кредитними організаціями та вдосконалення сучасного банківської справи, а також сприятливо впливають на реальний сектор, тим самим забезпечуючи стабільну збалансовану кредитну політику. Виробляючи модернізацію кредитних продуктів банків, українські комерційні

банки намагаються запозичувати успішні європейські бізнес-моделі і застосувати їх, однак це не найуспішніший варіант. Безумовно, необхідно спиратися на досвід створення різних фінансових сервісів Європи, США та Азії, ринку Private Banking & Wealth Management, щоб не повторити помилок. Однак створення нових кредитних продуктів буде успішним, якщо дані продукти будуть адаптовані саме для української банківської системи.

### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Andriushchenko K., Ishchenko M., Sahaidak M., Tepliuik M., & Domina O. Prerequisites for the creation of financial and credit infrastructure of support for agricultural enterprises in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2019. Volume 14, Issue 2, P. 63-75. [http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.06](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.06)
2. Azarenkova G., Shkodina I., Samorodov B., Babenko M., & Onishchenko I. The influence of financial technologies on the global financial system stability. *Investment Management and Financial Innovations*. 2018. 15(4). P. 229-238. [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(4\).2018.19](https://doi.org/10.21511/imfi.15(4).2018.19)
3. Baranovskiy O. I., Levchenko V. P., & Polishchuk Y. A. Non-bank financial institutions' activity under force majeure. *Actual Problems of Economics*. 2015. 6 (168). P. 332-340.
4. Дубина М. В. Економічна суть та види фінансових послуг. *Світ фінансів*. 2016. №3(48). С. 124–135.
5. Kovalenko V. V., Bolgar T. M., Yevtushenko O. A., & Pestovska Z. S. Competitiveness of banks in the modern conditions of financial market development. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 2. № 29. P. 3-12. <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v2i29.171731>
6. Kosach I. A., Zhavoronok A. V., Fedyshyn M. F., & Abramova A. S. Role of commission receipts in formation of the revenue of the commercial bank. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 4 (31). P. 22-30. <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v4i31.190781>
7. Kuzheliev M., Rekunenko A., Boldova M., Zhytar M., & Stabias S. Modeling of structural and temporal characteristics in the corporate securities market of Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. 2. 2019. C. 260-269. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.22](https://doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.22)
8. Mints O., Marhasova V., Hlukha H., Kurok R., & Kolodizieva T. Analysis of the stability factors of Ukrainian banks during the 2014–2017 systemic crisis using the Kohonen self-organizing neural networks. *Banks and Bank Systems*. 2019. 14(3). P. 86-98. [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(3\).2019.08](https://doi.org/10.21511/bbs.14(3).2019.08)
9. Samorodov B. V., Azarenkova G. M., Golovko O. G., Miroshnik O. Yu., & Babenko M. V. Credit risk management in the bank's financial stability system. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 4 (31). P. 301-310. <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v4i31.190920>
10. Fedyshyn M. F., Abramova A. S., Zhavoronok A. V., Marych M. G. Management of competitiveness of the banking services. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 1 (28). P. 64-74. <https://doi.org/10.18371/fcaptop.v1i28.163340>
11. Shkarlet S., Dubyna M., Vovk V., & Noga M. (2019). Financial service markets of Eastern Europe: a compositional model. *Economic Annals-XXI*, 176 (3-4), 26-37. <https://doi.org/10.21003/ea.V176-03>
12. Vovk V. Y., Zhezherun Y. V., & Kostohryz V. H. Bank lending to small and medium-sized enterprises: the experience of Ukraine and Poland. *The bulletin of the national academy of sciences of the Republic of Kazakhstan*. 2019. Volume 2 (378). P. 70-78. <https://doi.org/10.32014/2019.2518-1467.42>
13. Zveryakov M., Kovalenko V., Sheludko S. & Sarah E. FinTech sector and banking business: competition or symbiosis. *Economic Annals-XXI*. 2019. №175(1-2). P. 53-57. <https://doi.org/10.21003/ea.v175-09>
14. Жаворонок А. В. Тенденції розвитку ринку банківських депозитів в Україні. *Проблеми економіки*. 2018. №3. С. 184-190.
15. Lavrov R., Beschastnyi V., Nikolenko L., Yousuf A., Kozlovskiy S., & Sadchykova I. Special aspects of the banking institutions rating: a case for Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2019. 14(3), P. 48-63. [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(3\).2019.05](https://doi.org/10.21511/bbs.14(3).2019.05)
16. Margasova V., Muravskiy O., Vodolazska O., Nakonechna H., Fedyshyn M. & Dovgan L. Commercial Banks as a Key Element in Regulating Cash Flows in the Business Environment. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. 2019. Volume-8 Issue-4. P. 4537-4543. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D8465.118419>

### REFERENCES:

1. Andriushchenko, K., Ishchenko, M., Sahaidak, M., Tepliuik, M., & Domina, O. (2019). Prerequisites for the creation of financial and credit infrastructure of support for agricultural enterprises in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. Vol. 14. Issue 2. Pp. 63-75. [http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14\(2\).2019.06](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.14(2).2019.06)
2. Azarenkova, G., Shkodina, I., Samorodov, B., Babenko, M., & Onishchenko, I. (2018). The influence of financial technologies on the global financial system stability. *Investment Management and Financial Innovations*. 15(4). Pp.

229-238. [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(4\).2018.19](https://doi.org/10.21511/imfi.15(4).2018.19)

3. Baranovskyi, O. I., Levchenko, V. P., & Polishchuk, Y. A. (2015). Non-bank financial institutions' activity under force majeure. *Actual Problems of Economics*. 6 (168). Pp. 332-340.

4. Dubyna, M. V. (2016). Ekonomichna sutj ta vydy finansovykh posluh [Economic nature and types of financial services]. *Svit finansiv – The world of finance*. 3(48). Pp. 124-135. (in Ukrainian).

5. Kovalenko, V.V., Bolgar, T.M., Yevtushenko, O.A. & Pestovska, Z.S. (2019). Competitiveness of banks in the modern conditions of financial market development. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Vol. 2. № 29. Pp. 3-12. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i29.171731>

6. Kosach, I. A., Zhavoronok, A. V., Fedyshyn, M. F. & Abramova, A. S. (2019). Role of commission receipts in formation of the revenue of the commercial bank. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Vol. 4 (31). Pp. 22-30. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190781>

7. Kuzheliev, M., Rekunenko, A., Boldova, M., Zhytar, M., & Stabias, S. (2019). Modeling of structural and temporal characteristics in the corporate securities market of Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. 2. Pp. 260-269. [https://doi.org/10.21511/imfi.16\(2\).2019.22](https://doi.org/10.21511/imfi.16(2).2019.22)

8. Mints, O., Marhasova, V., Hlukha, H., Kurok, R., & Kolodzieva, T. (2019). Analysis of the stability factors of Ukrainian banks during the 2014–2017 systemic crisis using the Kohonen self-organizing neural networks. *Banks and Bank Systems*. 14(3). Pp. 86-98. [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(3\).2019.08](https://doi.org/10.21511/bbs.14(3).2019.08)

9. Samorodov, B.V., Azarenkova, G.M., Golovko, O.G., Miroshnik, O.Yu. & Babenko, M.V. (2019). Credit risk management in the bank's financial stability system. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Vol. 4 (31). Pp. 301-310. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i31.190920>

10. Fedyshyn, M. F., Abramova, A. S., Zhavoronok, A. V., & Marych, M. G. (2019). Management of competitiveness of the banking services. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. Vol. 1 (28). Pp. 64-74. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i28.163340>

11. Shkarlet, S., Dubyna, M., Vovk, V., & Noga, M. (2019). Financial service markets of Eastern Europe: a compositional model. *Economic Annals-XXI*. 176 (3-4). Pp. 26-37. <https://doi.org/10.21003/ea.V176-03>

12. Vovk, V. Y., Zhezherun, Y. V., & Kostohryz, V. H. (2019). Bank lending to small and medium-sized enterprises: the experience of Ukraine and Poland. The bulletin of the national academy of sciences of the Republic of Kazakhstan. Volume 2 (378). Pp. 70-78. <https://doi.org/10.32014/2019.2518-1467.42>

13. Zveryakov, M., Kovalenko, V., Sheludko, S., & Sharah, E. (2019). FinTech sector and banking business: competition or symbiosis? *Economic Annals-XXI*. 175(1-2). Pp. 53-57. <https://doi.org/10.21003/ea.v175-09>

14. Zhavoronok, A. V. (2018). Tendenciyi rozvytku rynku bankivskykh depozytiv v Ukrayini [Trends in the development of the bank deposit market in Ukraine]. *Problemy ekonomiky – Problems of economy*. 3. Pp. 184-190. (in Ukrainian).

15. Lavrov, R., Beschastnyi, V., Nikolenko, L., Yousuf, A., Kozlovskiy, S., & Sadchykova, I. (2019). Special aspects of the banking institutions rating: a case for Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 14(3). Pp. 48-63. [https://doi.org/10.21511/bbs.14\(3\).2019.05](https://doi.org/10.21511/bbs.14(3).2019.05)

16. Margasova, V., Muravskiy, O., Vodolazska, O., Nakonechna, H., Fedyshyn, M., & Dovgan, L. (2019). Commercial Banks as a Key Element in Regulating Cash Flows in the Business Environment. *International Journal of Recent Technology and Engineering*. Volume-8. Issue-4. Pp. 4537-4543. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D8465.118419>