

УДК 336.71

DOI: 10.32342/2074-5354-2020-2-53-4

*К.Д. СЕМЕНОВА,*

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічного аналізу  
Одеського національного економічного університету

*Н.В. ТАРАСЕВИЧ,*

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри банківської справи  
Одеського національного економічного університету

## МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ КЛІЄНТСЬКОГО КАПІТАЛУ НА ДОХОДИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

У статті визначено сутність клієнтського капіталу, його специфіку та значення для економічної діяльності банківських установ. Розглянуто особливості клієнтського капіталу, які характеризують його як відносно стійку систему елементів, що дозволяють сформувати надійні, довгострокові та взаємовигідні відносини банківської установи з клієнтами. Зазначено структурні компоненти клієнтського капіталу банківських установ, до яких відносять: бренд; ділову репутацію; наявність стійкої ресурсної бази; розвинуту мережу каналів продажу банківських продуктів і надання послуг та ін.

Визначено основні фактори клієнтського капіталу, що впливають на формування загальних доходів банків, для чого використано кореляційний аналіз. Здійснено кількісну оцінку взаємозв'язків результативності банківської діяльності та складових клієнтського капіталу. Побудовано регресійну модель залежності доходів банківських установ від найбільш впливових факторів, якими виявилися кількість платіжних карток банківської установи, сума депозитних коштів та величина клієнтського кредитного портфеля банку. На основі побудованої моделі розраховано коефіцієнти еластичності для встановлення факторів, вплив на які дозволить підвищити результативність діяльності банківських установ.

На основі побудованої моделі запропоновано напрями підвищення ефективності використання клієнтського капіталу банківських установ. З метою широкого впровадження цифрового банкінгу необхідне: покращання системи гарантування безпеки платежів; покращання правового регулювання цифрового банкінгу; запровадження нових нетрадиційних банківських послуг. З метою вдосконалення клієнтської політики банків необхідним є розширення видів депозитних рахунків клієнтів, їх диверсифікація для всіх категорій вкладників; підвищення якості їх обслуговування; застосування індивідуального підходу до клієнтів банку.

**Ключові слова:** клієнтський капітал, доходи банку, клієнтська база, клієнтоорієнтований підхід, моделювання, фактори впливу.

В статье определена сущность клиентского капитала, его специфика и значение для экономической деятельности банковских учреждений. Рассмотрены особенности клиентского капитала, которые характеризуют его как относительно устойчивую систему элементов, позволяющих сформировать надежные, долгосрочные и взаимовыгодные отношения банковского учреждения с клиентами. Выделены структурные компоненты клиентского капитала банковских учреждений, к которым относятся: бренд; деловая репутация; наличие устойчивой ресурсной базы; развитая сеть каналов продаж банковских продуктов и оказания услуг, прочее.

Определены основные факторы клиентского капитала, влияющие на формирование общих доходов банков, для чего использован корреляционный анализ. Осуществлена количественная оценка взаимосвязей результативности банковской деятельности и составляющих клиентского капитала. Построена регрессионная модель зависимости доходов банков от наиболее существенных факторов, которыми оказались количество платежных карт банковского учреждения, сумма депозитных средств и величина клиентского кредитного портфеля банка. На основе построенной модели рассчитаны коэффициенты эластичности для установления факторов, воздействие на которые позволит повысить результативность деятельности банковских учреждений.

На основе построенной модели предложены направления повышения эффективности использования клиентского капитала банковских учреждений. С целью широкого внедрения цифрового банкинга необходимо: улучшение системы обеспечения безопасности платежей; улучшение правового регулирования цифрового банкинга; внедрение новых нетрадиционных банковских услуг. С целью совершенствования клиентской политики банков необходимым является расширение видов депозитных счетов клиентов, их диверсификация для всех категорий вкладчиков; повышение качества их обслуживания; использование индивидуального подхода к клиентам банка.

*Ключевые слова:* клиентский капитал, доходы банка, клиентская база, клиентоориентированный подход, моделирование, факторы влияния.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** У банківській сфері отримання реальних конкурентних переваг може принести ефективно використання клієнтського капіталу, який і забезпечує домінуюче становище банку на фінансовому ринку. Концентрація уваги на клієнтському капіталі як основному генераторі ринкової вартості та включення його як одного з факторів підвищення ефективності діяльності банку – основне завдання менеджменту сучасної банківської установи. У цих умовах особливої важливості набувають питання кількісної оцінки факторів клієнтського капіталу та їх включення у загальний процес формування банківських доходів. Це дозволяє оцінити мультиплікативний ефект клієнтської бази банку, яка є фундаментом у підвищенні його ринкової вартості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Глобалізація світової економіки, інтеграція економічних та банківських систем сприяли зростанню конкурентної боротьби за клієнтів та розвитку клієнтоорієнтованого підходу в діяльності окремих суб'єктів господарювання. Питання сутності клієнтського капіталу, взаємозв'язку його елементів та оцінки ефективності функціонування висвітлені багатьма зарубіжними вченими, зокрема

такими, як Дж. Гелбрейт, Л. Едвінсон, Т. Стюарт, Т. Сакайя, К. Свейбі, Е. Брукінг та ін. Дослідженням складу, змістового наповнення клієнтського капіталу присвячено також праці вітчизняних науковців В.А. Верби, О.В. Кендюхова, М.С. Компанцева, Т.М. Литвиненко, А.Н. Козирєва, А. Чухно, О.О. Тищенко та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Клієнтський капітал – достатньо складна та відносно нова економічна категорія, що обумовлює існування безлічі його наукових трактувань. Це призводить до неоднозначності розуміння цієї категорії, відсутності обґрунтованого методичного інструментарію його оцінювання та визначення впливу на результативність економічної діяльності. Тому вирішення завдань підвищення ефективності діяльності вітчизняних банківських установ потребує систематизації наукових підходів до розкриття сутності клієнтського капіталу та ефективності його використання.

**Метою статті** є визначення впливу факторів клієнтського капіталу на формування доходів банків шляхом моделювання взаємозв'язків результативності банківської діяльності та складових клієнтської бази.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У сучасних умовах розвитку банківської системи України важливими стратегічними завданнями банківських установ у контексті підвищення ефективності їх діяльності є формування надійних взаємозв'язків з клієнтами; утримання існуючих та активне залучення нових клієнтів; формування стійкої ресурсної бази; ефективне управління клієнтським капіталом.

Клієнтський капітал банку створює капітал взаємовідносин з клієнтами. Ця частина капіталу пов'язана зі становищем банку на фінансовому ринку, його зв'язками з клієнтами і партнерами, які йому вдалося встановити. У цьому контексті клієнтський капітал банку розглядається як «додаткова цінність, яку отримує установа внаслідок пропозиції клієнту вигідних умов співробітництва і формування на цій основі довгострокових взаємовідносин з ним» [1, с. 54].

Більш змістовне наповнення має визначення клієнтського капіталу як «суми всіх взаємовідносин з клієнтами, визначених глибиною (проникнення), шириною (охоплення і частка ринку) і рентабельністю взаємовідносин установи з усіма її клієнтами» [2, с. 38].

Головною сутністю клієнтського капіталу є його здатність забезпечити принцип позитивного зворотного зв'язку з клієнтами банку, споживачами банківських продуктів та послуг. Це особливо актуально в умовах сучасної жорсткої конкуренції банківських установ за лояльність клієнтів, підтримання конкурентоспроможності на фінансовому ринку. Клієнтський капітал концентрується у двох складових: системі стійких взаємозв'язків зі споживачами та лояльністю й задоволеності клієнтів [3, с. 516].

Клієнтський капітал являє собою стійке позитивне ставлення клієнтів до установи і (або) її продуктів (послуг), які є засобом створення додаткового доходу, надає додаткові переваги на ринку [4, с. 37]. Відносини компанії (установи) із споживачами – клієнтами перетворюються в кінцевий результат її діяльності, що завершується отриманням прибутку [5, с. 104].

До клієнтського капіталу банку слід віднести такі компоненти: бренд; ділову репутацію; наявність інсайдерів в орга-

нізаціях-партнерах; наявність великих корпоративних клієнтів; наявність стійкої депозитної ресурсної бази; розвинена мережа каналів продажу банківських продуктів і надання послуг та ін.

Для аналізу впливу клієнтського капіталу банку на його доходи доцільно використовувати економіко-математичні методи моделювання взаємозв'язків, оскільки «сучасна економічна діяльність господарюючих суб'єктів неможлива без оцінки зв'язків між різними чинниками та результативними показниками» [6, с. 8].

Найбільш ефективним з точки зору вирішення завдань моделювання зв'язків у соціально-економічній сфері є метод кореляційно-регресійного аналізу [7, с. 4]. Метод дозволяє побудувати рівняння регресії, здійснити статистичне оцінювання тісноти зв'язку між результативною і факторними ознаками, дати економічну інтерпретацію отриманих результатів.

Для вирішення завдань дослідження і побудови багатофакторної кореляційно-регресійної моделі як результативного показника обрано суму загальних доходів банківської установи за рік ( $Y$ ), тис. грн. Незалежними факторними ознаками виступили:

- кількість активних платіжних карток банківської установи ( $X_1$ ), одиниць;
- кількість діючих банківських автоматів ( $X_2$ ), одиниць;
- кількість діючих платіжних терміналів банківської установи ( $X_3$ ), одиниць;
- сума залучених депозитів клієнтів банківської установи ( $X_4$ ), млн грн;
- сума виданих кредитів клієнтам (фізичним та юридичним особам) банківської установи ( $X_5$ ), млн грн.

При цьому перші три факторних ознаки є показниками цифровізації банківської діяльності та впровадження сучасних технологій у діяльність банківських установ; четвертий та п'ятий факторні ознаки є показниками кількісного збільшення клієнтської бази банку.

Побудову регресійної моделі здійснено на основі просторової інформації за 16 банківськими установами України, для чого використано дані Національного банку України станом на 01.01.2020 р. (табл. 1).

Таблиця 1

## Вихідні дані для кореляційно-регресійного аналізу впливу факторів клієнтського капіталу на формування банківських доходів

Банківська установа	Результативний показник Y	Факторні показники				
		X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>
ПАТ «ПриватБанк»	33491240	29714370	20131	116827	231386	61033
ПАТ «Ощадбанк»	7663155	8433788	2288	25349	198809	65168
ПАТ «Укрексімбанк»	2928705	707967	697	4860	75340	53279
АБ «Укргазбанк»	4348811	846459	671	972	103553	38986
ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»	10765083	4737952	2873	20492	66616	47878
АТ «УкрСиббанк»	6400679	2006838	1256	4249	44356	21371
ПАТ «ПУМБ»	6214884	1930748	655	3463	42554	32886
ПАТ «Альфа Банк»	7718734	1092932	200	167	59281	39199
ПАТ «Сбербанк»	3312209	563009	325	2568	7175	11571
ПАТ «Південний»	2101502	397820	160	120	19601	13059
ПАТ «ОТП Банк»	4527107	412625	1020	12002	35179	25311
ПАТ «А-Банк»	1515440	650984	10	181	5168	4868
ПАТ «Форвард»	313846	582036	25	20	1678	1372
ПАТ «Універсал Банк»	2108122	551270	126	93	14339	9743
ПАТ «Банк Восток»	929719	164007	42	42	8892	6705
ПАТ «Ідея Банк»	1441489	73427	26	62	4125	4138

Джерело: складено авторами за матеріалами [8].

Реалізація кореляційно-регресійного аналізу здійснювалася в редакторі *MS Excel* за таким алгоритмом.

На першому етапі для встановлення тісноти зв'язку між результативним показником та всіма відібраними в ході теоретичного аналізу факторами за допомогою інструменту аналізу «Кореляція» попередньо визначено коефіцієнти парної кореляції. Результати показали наявність тісного зв'язку між усіма факторними ознаками та результативним показником.

На другому етапі шляхом застосування інструменту аналізу «Регресія» побудовано попередню регресійну модель і здійснено оцінку рівня значущості факторів за *t*-критерієм Стюдента. Модель виявилася в цілому значущою, однак, базуючись на отриманих критеріях Стюдента та спираючись на попередні теоретичні обґрунтування, з неї було виключено два фактори: загальна кількість банкоматів банківської установи і кількість платіжних терміналів.

На третьому, заключному, етапі здійснено побудову регресійної моделі без ви-

ключених незначущих факторів. Результати наведено в табл. 2.

Отже, регресійна модель, що відображає залежність доходів банків від найбільш значущих факторів, має вигляд:

$$Y = 1059972,88 + 1,239X_1 - 63,654X_4 + 164,357X_5.$$

Критерій Фішера *F* та його рівень значущості свідчать про те, що побудована модель у цілому є адекватною (встановлений рівень значущості склав 0,05). Множинний коефіцієнт детермінації  $R^2$  має високе значення і показує, що 96,2% загальної варіації доходів банків обумовлено включеними факторами, і лише 3,8% пояснюється впливом інших, не врахованих у моделі, факторів. Тобто модель у цілому є достатньо точною.

Оскільки значення коефіцієнта кореляції *R* наближається до 1, то модель відображає тісний зв'язок між досліджуваним результативним показником і факторами, що до неї увійшли. Значення *t*-статистики Стюдента кожного з факторів та рівень значущості показали істотність їх у моделі.

## Результати кореляційно-регресійного аналізу доходів банківських установ

Регресійна статистика				
Множинний R	0,98091099			
R-квадрат	0,96218637			
Нормований R-квадрат	0,95273296			
Стандартна помилка	1716691,31			
Спостереження	16			
Дисперсійний аналіз				
	df	SS	F	Значущість F
Регресія	3	8,99863E+14	101,781952	8,43315E-09
Залишок	12	3,53643E+13	2,947E+12	–
Усього	15	9,35227E+14	–	–
	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Стандартна помилка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-значення</i>
Y-перетин	1059972,88	758029,8235	1,39832609	0,18732282
Змінна X 1	1,23908643	0,123247638	10,0536322	3,3801E-07
Змінна X 4	-63,653676	22,4297028	-2,8379189	0,01495436
Змінна X 5	164,356704	50,12691913	3,27881121	0,00659464

Джерело: отримано авторами на основі MS Excel за матеріалами [8].

Таким чином, отримана модель цілком придатна для практичного використання, і можна дати її економічну інтерпретацію. При цьому слід звернути увагу на те, що згідно з побудованою моделлю між першим і п'ятим факторами та результативним показником існує прямий зв'язок, що є очевидним, а обернений зв'язок між обсягом залучених депозитів та доходами банків можна пояснити тим, що із зростанням обсягів залучених коштів банків відповідно збільшується витратна частина банківської діяльності.

Модель показала, що збільшення загальної кількості активних платіжних карток в обігу на 1 шт. приводить до зростання доходів банківської установи в середньому на 1239 грн, додаткове залучення депозитів на 1 тис. грн призводить до зменшення доходів банку в середньому на 63,65 грн, а зростання виданих кредитів на 1 тис. грн збільшує доходи банку в середньому на 164,36 грн.

Оскільки результативний показник і фактори в побудованій моделі мають різну методику обчислення й різні одиниці вимірювання, то на основі коефіцієнтів регресії неможливо встановити, які з факторів здійснюють найбільший вплив на загальні доходи банків. Для цього доцільно визначити коефіцієнти еластичності за формулою:

$$E_i = a_i \cdot \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}}, \quad (1)$$

де  $a_i$  – коефіцієнт регресії  $i$ -го фактора;

$\bar{X}_i, \bar{Y}$  – відповідно середні значення кожного  $i$ -го фактора та результативного показника.

Наведемо розрахунки коефіцієнтів еластичності для кожного фактора:

$$E_1 = 1,239 \times 3304139,5 / 5986295,3 = 0,684;$$

$$E_4 = -63,654 \times 57378,3 / 5986295,3 = -0,610;$$

$$E_5 = 164,357 \times 27285,4 / 5986295,3 = 0,749.$$

Отже, найбільший вплив на формування доходів банків чинить обсяг виданих кредитів та кількість платіжних карток, а саме: зростання обсягу виданих кредитів на 1% приводить до збільшення доходів банківської установи на 0,75%, а збільшення кількості платіжних карток на 1% сприяє зростанню доходів на 0,68%. Тобто можна зазначити, що збільшення позитивного ефекту банківської діяльності обумовлене практично рівною мірою зростанням рівня цифровізації, впровадженням сучасних банківських технологій і нарощуванням ресурсної бази, яка перетворюється в ефективні кредитні ресурси.

**Висновки.** У результаті проведеного дослідження встановлено, що на формування загальних доходів банківських установ найбільший вплив мають такі фактори, як кількість платіжних карток, обсяги депозитів та кредитів. Варіація доходів банків більш ніж на 96% обумовлюється цими факторами. Отже, модель клієнтського капіталу може використовуватися в системі вимірювання ефективності банківського маркетингу, яка пов'язує джерела зростання клієнтського капіталу та фінансові результати діяльності банків. Банки, які мають намір бути конкурентоспроможними на фінансовому ринку, мають активно застосовувати нові технології цифрової трансформації, щоб стати більш динамічними та ефективними в задоволенні потреб клієнтів. З метою широкого впровадження цифрового банкінгу необхідне: покращання системи гарантування безпечності платежів як для покупців, так і для продавців банківських продуктів та послуг; покращання правового регулювання цифрового банкінгу; створення умов для масового запровадження системи цифрових підписів, які дозволятимуть безпомилково ідентифікувати особу; розробка та запровадження нових нетрадиційних банківських послуг, більш адаптованих до електронного способу надання.

З метою вдосконалення клієнтської політики банків необхідне: розширення

кола депозитних рахунків юридичних і фізичних осіб строком «до запитання», що дозволить навіть в умовах незначних фінансових накопичень повніше задовольняти потреби клієнтів банку і підвищити зацікавленість інвесторів у розміщенні коштів на рахунках у банку; розвиток нових видів вкладів та їх диверсифікація для всіх категорій вкладників і підвищення якості їх обслуговування, особливо з урахуванням дуже обмеженого переліку видів депозитів окремих банків; стимулювання залучення депозитних ресурсів через більшу диференціацію процентної ставки за різними видами вкладів, особливо в умовах тенденції до її зниження; використання індивідуального підходу (прагнення банку надати клієнту особливі пільги); впровадження ефективних заходів щодо залучення депозитних коштів переважно на строкові депозити, оскільки чим більша питома вага депозитних залучених коштів клієнтів банку на довгостроковій основі, тим більш стабільною є ресурсна база банку.

Упровадження цих заходів дозволить підвищити здатність банківських установ одержувати економічні вигоди з усіх складових компонентів клієнтського капіталу, реально зміцнити надійність банків та спроможність виконувати покладене на них завдання з перетворення заощаджень в інвестиції, яких дуже гостро потребує вітчизняна економіка.

### Список використаної літератури

1. Пэйн Э. Руководство по CRM: Путь к совершенствованию менеджмента клиентов. Минск: Паблшер. 2007. 384 с.
2. Saint-Onge H., Armstrong C. The Conductive Organization. *Oxford, Elsevier Inc.* 2004. P. 37–59.
3. Компанцев М.С. Клієнтський капітал як маркетинговий актив. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг.* 2010. Вип. 2. С. 512–519.
4. Кендюхов О.В. Ефективність управління клієнтським капіталом. *Економіка промисловості.* 2008. № 4. С. 37–40.
5. Литвиненко Т.М. Клієнтський капітал як основа визначення ефективності маркетингу. *Теоретичні та прикладні питання економіки.* 2016. Вип. 2. С. 99–107.
6. Кулинич О. І. Метод статистичних рівнянь залежностей: функціональні можливості та критерії застосування. *Статистичні методи та інформаційні технології аналізу соціально-економічного розвитку:* зб. текстів доповідей XIX Міжнародної на-

уково-практичної конференції, 23 травня 2019 р. Хмельницький: Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова. 2019. С. 8–23.

7. Янковой О.Г. Моделирование парных зав'язків в економіці: навч. посіб. Одеса: Оптимум. 2001. 198 с.

8. Офіційний сайт Національного банку України URL: <http://www.bank.gov.ua> (дата звернення: 10.08.2020).