

Ольга Прокопенко, Макпал Жоламанова, Валерій Мазуренко, Олена Козлянченко, Олексій Муравський

Покращення відносин з клієнтами в банківському секторі України шляхом розробки пріоритетних цифрових банківських продуктів і послуг: досвід Польщі

Поява нових гравців – фінтех-компаній, необанків і небанківських організацій – змінює структуру конкуренції в банківському секторі, знижує дохідність традиційних банківських операцій, а тому змушує банки шукати нові джерела доходу. У статті вивчається питання покращення відносин з клієнтами в банківському секторі України, яке пропонується реалізовувати шляхом розробки пріоритетних цифрових банківських продуктів і послуг. Використано метод опитування із застосуванням статистичного апарату невеликої унікальної вибірки, чий ступінь репрезентативності оцінювався за критерієм Стюдента. Він є трохи вищим, ближчим до рівня, що характеризує суттєвий вплив на сприйняття клієнтом банку всього комплексу цифрових операцій, у випадку польських банків (3,81 за максимально можливого балу 5,0), ніж українських (3,75), що вказує на більшу залученість народу Польщі та його готовність прийняти цифровізацію. Загалом банкам обох країн рекомендовано використовувати клієнтоорієнтований підхід у формуванні продуктової політики з використанням цифрових продуктів і послуг, який слід впроваджувати та розвивати на практиці в конкретних галузях, визначених під час опитування клієнтів.

Ключові слова: цифрова активність, цифрові технології, цифровізація, цифрова трансформація, відносини між банком і клієнтами

Класифікація JEL: G21, M15, O33



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.