

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра банківської справи

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 072«Фінанси, банківська справа та страхування »
за магістерською програмою професійного спрямування
«Управління діяльністю банків на фінансовому ринку»,
на тему:
«Управління корпоративним бізнесом банку»

Виконавець:
студентки ФФБС 63 К
Койчева Діана Сергіївна

Науковий керівник:
Д.е.н., доц.
Жердецька Лілія Вікторівна

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Еволюційний розвиток економіки в багатьох країнах призвів до того, що основною рушійною силою ринку став не продавець, а покупець. Певна стабілізація політичного та економічного життя, а також прагнення до міжнародної інтеграції сприяло становленню вітчизняного фінансового ринку як ринку покупця і загострення конкурентної боротьби між основними його учасниками – банками. У той же час спрямована на зміцнення стабільності банківської системи політика зумовила посилення позицій на ринку великих універсальних комерційних банків, що мають або створюють розвинену філіальну мережу, що володіють значним капіталом і можливостями диверсифікації продуктового ряду.

Помірні темпи інфляції, гнучка грошово-кредитна політика, а також універсалізація банківської діяльності, чітко спостерігається як на світовому, так і на українському банківському ринку, що призводить до того, що традиційні методи боротьби за клієнта стають малоефективними. Незважаючи на це, банки не тільки прагнуть освоювати нові ринки і покращувати свою конкурентну позицію, але і підвищувати рівень прибутковості. В таких умовах на перше місце в ряду ключових чинників підвищення ефективності банківського бізнесу виходять зусилля банку в сфері залучення клієнтів і, просування власних продуктів, цілком засноване на вивченні потреб споживачів. У зв'язку з цим, поряд з роботою по розробці і впровадженню нових банківських продуктів і логістикою банківського обслуговування, особливу увагу керівники банку та служби маркетингу повинні приділяти інструментам взаємодії з клієнтурою як реальною, так і потенційною.

Проте, у більшості комерційних банків спостерігається відсутність продуманого довгострокового плану з освоєння ринку, що призводить до втрати витрачених на просування засобів. Таке положення пов'язане як з відсутністю стратегічної спрямованості багатьох банків, так і з недостатньою розробленістю теоретичних основ бізнес-планування в області розробки і просування банківських продуктів.

Однак не варто применшувати важливість даного аспекту банківської діяльності. Від того, наскільки обґрунтованими будуть ті чи інші інструменти взаємодії між банком і клієнтурою, залежить не тільки рентабельність окремого банку, а й ефективність банківської системи в цілому. Діяльність банку по просуванню своїх товарів повинна враховувати і негативне ставлення української громадськості до банківського бізнесу, що склалося під впливом різних криз і фінансового шахрайства; і високий рівень ризику втрати репутації, який безпосередньо пов'язаний з банківською надійністю і стійкістю. Без урахування цих факторів результатом діяльності банку по просуванню продуктів може стати відтік капіталу з банківської сфери.

Особливої актуальності, в зв'язку з цим, набуває як розробка методологічного апарату побудови і реалізації стратегії банку по просуванню своїх товарів, так і формалізація процесу моніторингу і контролю ефективності даної стратегії з внутрішньобанківських позицій і з боку наглядових органів.

У той же час проблеми освоєння нових ринків, поліпшення конкурентної позиції, залучення нових клієнтів і вдосконалення банківського обслуговування

залишаються маловивченими, і більшість українських банкірів діє на ринку, керуючись виключно власною інтуїцією.

Важливість розвитку корпоративного управління в банках визначається декларованим прагненням України до розвитку економічних відносин із країнами ЄС та виходу на ринок банків з іноземним капіталом, що й зумовлює підвищення уваги науковців до цієї проблеми.

Мета роботи – обґрунтування теоретичних засад й практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності управління корпоративним бізнесом банку.

Відповідно до поставленої мети в результаті дослідження потрібно було вирішити такі **завдання**:

1. Визначити фінансову структура комерційного банку як інструменту ефективного управління бізнес-напрямами.

2. Дати характеристику корпоративного бізнесу банку.

3. Розглянути наукові засади управління корпоративним бізнесом банку: стратегії просування продуктів та послуг.

4. Проаналізувати конкурентну ситуацію в корпоративному сегменті банківського ринку України.

5. Дослідити тенденції розвитку основних сегментів банківського бізнесу.

6. Дати порівняльну оцінку ефективності корпоративного та роздрібною сегментів банківського ринку України.

7. Побудувати модель чинників ефективності корпоративного бізнесу банків.

8. Оцінити ефективність діяльності банків за бізнес-моделями.

9. Обґрунтування напрямів покращання процесів управління корпоративним бізнесом АБ «Південний».

Об'єкт дослідження – процеси обслуговування банками корпоративних клієнтів.

Предмет дослідження – теоретико-методичні засади процесів управління корпоративним бізнесом банків.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань використовувались загальнонаукові та специфічні методи наукового пізнання. Логіко-діалектичний метод – для визначення сутності фінансової структури та корпоративного бізнесу банку. Методи аналізу, синтезу та порівняльного аналізу – для дослідження тенденцій розвитку та оцінки ефективності корпоративного сегменту банківського бізнесу. Метод системного аналізу та узагальнення – для виявлення чинників підвищення ефективності ПАТ АБ «Південний». Графічний та побудови аналітичних таблиць – для наочного відображення результатів дослідження. Метод побудови матриць – для оцінки стратегій розвитку корпоративного бізнесу банків.

Інформаційною базою дослідження є: Конституція України, закони й інші правові акти України, постанови, звіти і статистичні дані Національного банку України, Міністерства фінансів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України; дані Світового банку та Організації економічного співробітництва і розвитку, Європейської Комісії, матеріали наукових конференцій, звіти та аналітичні матеріали ПАТ АБ „Південний”, а також наукові публікації, присвячені проблемам розвитку корпоративного бізнесу банків.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (56 найменувань) та 3-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 113 сторінок. Основний зміст викладено на 106 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 20 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: Жердецька Л.В., Койчева Д.С. Оцінювання конкурентної ситуації в корпоративному сегменті банківського ринку України. «БІЗНЕС-НАВІГАТОР». 5 (61)/2020. 20 с.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі роботи **«ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМ БІЗНЕСОМ БАНКУ»** визначено фінансову структуру комерційного банку, як інструмент ефективного управління бізнес-напрямами; розглянуто зміст корпоративного бізнесу банку; запропоновано наукові засади управління корпоративним бізнесом банку на основі формування стратегій просування продуктів та послуг. Комерційними банками представлений великий спектр сучасних банківських продуктів і послуг для корпоративних клієнтів. Комерційні банки, сьогодні займають важливу позицію на ринку України, вони створюють розвиваючи корпоративний бізнес, універсальні системи фінансового обслуговування, які відповідають потребам усіх типів клієнтів. Банки сьогодні займаються не лише розрахунково-касовим управлінням для корпоративних клієнтів, вони розробляють спеціальні програми та проекти, які допомагають досягти оптимізації бізнесу. Такий підхід сьогодні допомагає вирішити безліч проблем находячи індивідуальний підхід для кожного корпоративного клієнта, тарифи та процентні ставки сьогодні можна підібрати для кожної організації.

У другому розділі **«ОЦІНКА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМ БІЗНЕСОМ БАНКІВ УКРАЇНИ»** здійснено аналіз конкурентної ситуації в корпоративному сегменті банківського ринку України; виділені тенденції розвитку основних сегментів банківського бізнесу; проведено порівняльну оцінку ефективності корпоративного та роздрібно-го сегментів банківського ринку України. Корпоративний бізнес сьогодні займає не таку концентровану позицію, як роздрібний бізнес. Незважаючи на те, що банківський сектор значно зменшився порівняно з 2014 роком, корпоративний бізнес продовжує розвиватися, та боротися у конкурентному середовищі, розробляючи нові продукти та послуги. На основі проведеного порівняльного аналізу часток сформованих за рахунок роздрібно-го й корпоративного сегментів на ринку ресурсів та кредитів, можна стверджувати, що банківські установи залучають переважно кошти фізичних осіб, для подальшого розміщення на ринку корпоративного кредитування. Тобто, дана модель в цілому відповідає функції трансформації заощаджень населення у інвестиційний ресурс економічного розвитку (кредитування реального сектору економіки).

Сучасний стан економіки країни, карантинні заходи призвели до суттєвого скорочення частки роздрібно-го сегменту на кредитному ринку, що є негативним чинником фінансової стабільності банківського сектору та економіки в цілому.

У третьому розділі «**ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО БІЗНЕСУ БАНКІВ УКРАЇНИ**» обґрунтовано напрями підвищення ефективності корпоративного бізнесу ПАТ АБ «Південний»; розроблено науково-методичні засади запровадження сучасних стратегій розвитку корпоративного бізнесу в діяльність ПАТ АБ «Південний». З проведеного дослідження для подальшого ефективного розвитку АБ «Південний» та посилення його конкурентоспроможності на ринку банківських послуг варто виділити наступні заходи: Запровадження корпоративного управління, що уособлює систему відносин між керівництвом банку, його правлінням, акціонерами та іншими пов'язаними особами, і яка забезпечує структуру, через яку визначають цілі банку та способи їх досягнення. Корпоративне управління має на меті здійснення прибуткової та ефективної діяльності банку, захисту інтересів його акціонерів і вкладників та забезпечення якісного сервісу в банку; зменшення портфелю непрацюючих кредитів; удосконалення процентної та тарифної політики банку в аспекті здешевлення вартості залучених ресурсів; розширення кредитування та банківського обслуговування шляхом залучення великого корпоративного бізнесу, в тому числі державного сектору; збільшення частки на ринку в сегменті мікро-, малого й середнього бізнесу шляхом агресивного позиціонування банку; збільшення частки на ринку роздрібних кредитів; запровадження іпотечного кредитування, оскільки фінансування іпотечного кредитування це довгострокові кредитні ресурси, через сприяння у залученні ринком цінних паперів; запровадження нетрадиційних операцій, таких як лізинг (оперативний, фінансовий), факторинг та трастові послуги; запровадження віртуальних платіжних карток, що дозволить зменшити витрати на обслуговування «пластику», і сприятиме зростанню безготівкових розрахунків.

ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

Перелік найпоширеніших операцій комерційних банків із корпоративними клієнтами є досить великим. Центрами обслуговування міжнародних компаній надаються послуги із пост-експортного фінансування, фінансування міжнародної торгівлі, із емісії непокритих гарантій виконання договору та гарантій щодо авансового платежу, підтвердження експортних акредитивів на непокритій основі. З метою встановлення та зміцнення відносин із корпоративними клієнтами робота банку мусить бути орієнтована на потреби клієнтів, інтерес до бізнесу клієнта та участь у його розвитку, найбільшу реалізацію потенціалу банку, готовність до персональної роботи із великим клієнтом.

Так, на даному етапі розвитку корпоративного банківського бізнесу в Україні спостерігається більше недоліків аніж переваг корпоративного законодавства в питанні балансування інтересів міноритарних та мажоритарних акціонерів. Важливо розуміти, що національні фінансові ринки завжди матимуть свої особливості, тож одні й ті ж самі уніфіковані міжнародні стандарти фінансового регулювання матимуть різний вплив в умовах різних фінансових систем та можуть породжувати різні типи системного ризику. Прийняття міжнародних стандартів та принципів корпоративного управління вимагає розробки внутрішніх норм для фінансових

установ, котрі займаються питаннями національних відмінностей економічних систем.

Регулювання корпоративного банківського бізнесу в банках України потребує узгоджених та збалансованих заходів щодо посилення законодавчо-нормативної бази та саморегулювання під тиском підвищених вимог до професійних учасників ринку. Керівна та провідна роль у даному процесі належить державі та уповноваженим органам. Таким чином, у сфері регулювання корпоративного банківського бізнесу в банківській діяльності потребують вирішення два пріоритетні завдання. По-перше, це посилення державного регулювання за умов короткого часу ринкових відносин та триваючої нестабільності фондових ринків. По-друге, підтримка ринкового механізму саморегулювання шляхом підвищення інформаційної прозорості банків.

На основі теорії і аналізу матеріалів можна зробити висновок, що потрібно не тільки охоплювати нові ринки збуту і розвивати коло пропонованих послуг, щоб підвищити конкурентоздатність і прибутковість банку, але також потрібно сформулювати обґрунтовану маркетингову стратегію, яка дозволить займатися маркетинговими дослідженнями і тим самим з'ясувати реальні потреби і потреби клієнтів.

Сучасний ринок банківських послуг в Україні за даними Національного банку України за останні роки має тенденцію до зменшення гравців, так станом на 01.09.2020 р. кількість діючих банків становить 74 банківські установи, з яких 34 установи з іноземним капіталом та 23 установи зі 100% іноземним капіталом.

Усі ресурси банків можна згрупувати за основними сегментами: корпоративний бізнес, роздрібний бізнес, міжбанківський бізнес, інші.

Ресурси банків здебільшого формуються за рахунок сегментів корпоративного бізнесу та роздрібною бізнесу. Основну частину ресурсів банків формують кошти клієнтів – юридичних та фізичних осіб, а їх обсяги постійно зростають протягом досліджуваного періоду, відмічається незначна перевага коштів фізичних осіб над коштами юридичних осіб у ресурсах банків, також спостерігається зменшення частки міжбанківського бізнесу у формуванні ресурсів.

На основі проведеного порівняльного аналізу часток сформованих за рахунок роздрібною й корпоративного сегментів на ринку ресурсів та кредитів, можна стверджувати, що банківські установи залучають переважно кошти фізичних осіб, для подальшого розміщення на ринку корпоративного кредитування. Тобто, дана модель в цілому відповідає функції трансформації заощаджень населення у інвестиційний ресурс економічного розвитку (кредитування реального сектору економіки).

Сучасний стан економіки країни, карантинні заходи призвели до суттєвого скорочення частки роздрібною сегменту на кредитному ринку, що є негативним чинником фінансової стабільності банківського сектору та економіки в цілому.

В ході дослідження було відмічено погіршення якості кредитного портфелю банків України та зростання рівню очікуваних збитків кредитного портфелю. Масова збитковість досягалася за рахунок неякісних роздрібних кредитів, і причиною зростання очікуваних збитків стало погіршення якості корпоративних кредитів, націоналізація ПАТ «Приватбанк». Але вже, починаючи з 2018 року, якість кредитної діяльності банків дещо покращилася.

Більшість банків здійснюють переважно кредитування корпоративних клієнтів, частка корпоративних кредитів у портфелі є найвищим для груп банків з приватним капіталом і банків іноземних банківських груп і сягає 90%. Серед групи банків з державною часткою найнижчий показник відмічається у ПАТ КБ «Приватбанк», що пояснюється значним знеціненням корпоративних кредитів банку. Серед групи банків з державною часткою ПАТ КБ «Приватбанк» та АТ «Ощадбанк» належать до банківських установ з переважним роздрібним фондуванням, а АБ «Укргазбанк» та АТ «Укресімбанк» належать до банків з активним корпоративним фондуванням. ПАТ КБ «Приватбанк» серед державних банків залишається лідером на ринку дохідності банківських послуг, а банки з корпоративною бізнес-моделлю мають нижчу дохідність від отримання комісійних доходів.

Серед групи банків іноземних банківських груп до корпоративних можна віднести АТ «Сіті банк», АТ «ІНГ Банк Україна», АТ «Дойче Банк ДБУ» та АТ «СЕБ КОРПОРАТИВНИЙ БАНК», до роздрібних банків даної групи відносяться АТ «Ідея Банк» та АТ «БАНК ФОРВАРД». Показники діяльності АТ «Кредобанк» та АТ «Альфабанк» свідчать про універсальну бізнес-модель зі тенденцією зміщення акцентів на роздрібний ринок.

Серед групи банків з приватним капіталом притаманна бізнес-модель роздрібною банку АТ «Універсалбанк» та АТ «А-банк», які крім того отримують більш високу дохідність від надання банківських послуг. Дохідність від надання банківських послуг, що дещо вища середнього рівня по даній групі, серед корпоративних банків мають АТ «Юнекс банк» та АТ «Банк $\frac{3}{4}$ ».

Сформовані бізнес-моделі більшості банківського сектору на ринку України свідчать про збалансований розвиток ними сегментів роздрібною та корпоративного бізнесів, групи банків з приватним капіталом переважно відносяться до корпоративної бізнес-моделі у розрізі кредитування. Проте, банки роздрібною бізнес-моделлю мають вищу дохідність від надання послуг, що потребує додаткової оцінки корпоративного бізнесу банків.

Спираючись на досвід розвинених країн, можна стверджувати, що забезпечення оптимальних умов для розвитку економіки країни значним чином залежать від ефективної роботи банків.

Роздрібний сегмент банківського ринку є найбільш дохідним порівняно із корпоративним – ставка розміщення сягає до 30% роздрібною бізнесу значно перевищує показник корпоративного бізнесу до 15%.

Чиста процентна маржа є вищою за корпоративним сегментом за рахунок того, що за роздрібною бізнесом обсяги залучення перевищують обсяги розміщення, відповідно чистий процентний дохід може бути від'ємним. Однак за рахунок зростання ставок та обсягів кредитування чисте процентна маржа роздрібною сегменту набуває позитивного значення та постійно зростає. Ці тенденції й зумовлюють випереджаюче зростання ефективності роздрібною бізнесу порівняно із корпоративним сегментом.

Високе значення показника рентабельності характеризує ситуацію перевищення попиту над пропозицією на ринку, відповідно інтенсивність конкуренції в таких умовах мінімальна. Однак високий рівень показника рентабельності ринку робить його привабливим для потенційних конкурентів, що

приведе до зростання інтенсивності конкурентної боротьби. Зі збільшенням кількості учасників ринку зростає роль нецінової конкуренції, створюються умови, коли при незначному рівні рентабельності спостерігається висока інтенсивність конкуренції.

Найбільш прибутковим та таким, що відносно швидко зростає, є роздрібний сегмент банківського ринку. Проте його частка в кредитному портфелі банків нині є відносно незначною.

Для оцінки впливу за допомогою регресійної моделі було використано такі основні чинники: частка депозитів на вимогу / усього депозитів (за юридичними особами); резерви за кредитами / кредити бруто (за юридичними особами); кредити / депозити; капітал / активи; розмір (LN активів); змінна належності капіталу. Оцінку проведено на основі моделі множинної регресії, оскільки отримане рівняння регресії дозволить оцінити вплив незалежних змінних на показник ринкової частки. В результаті регресійного аналізу виведено рівняння, з якого випливає, що чинниками, які найбільше з усіх впливають на змінну Y це співвідношення капіталу до активів та співвідношення кредитів юридичних осіб до активів.

Для визначення бізнес-моделей банків в банківських системах було використано метод кластерного аналізу. Для якого було обґрунтовано 8 основних показників, що визначають сегментацію банківського бізнесу: відношення роздрібних депозитів до коштів клієнтів; відношення корпоративних депозитів до коштів клієнтів; відношення коштів банків до зобов'язань; відношення роздрібних кредитів до кредитів клієнтів; відношення корпоративних кредитів до кредитів клієнтів; відношення інвестицій до чистих активів; відношення високоліквідних активів до чистих активів; відношення капіталу до чистих активів. Та було обрано 20 найкрупніших банків, які функціонують на фінансовому ринку України за даними станом на 01.09.2020 року серед яких 4 банки з державною часткою 8 банків іноземних банківських груп та 8 банків з приватним капіталом. Методом найближчого сусіда було розраховано матрицю відстаней між об'єктами, що відповідає Евклідовій відстані. В результаті кластерного аналізу за даними обраних банків було сформовано 5 банківських кластерів зі схожими бізнес-моделями: «універсальна банківська бізнес-модель» за якої діяльність банків є диверсифікованою та практично однаково спрямована на всі сегменти ринку; «роздрібна банківська бізнес-модель», що має більш спрямовану діяльність на обслуговування фізичних осіб; «корпоративна банківська бізнес-модель», що має направленість на обслуговування юридичних осіб, «традиційна банківська бізнес-модель» яка є класичною, її суть полягає у залученні коштів фізичних осіб для подальшого кредитування юридичних осіб. І остання бізнес-модель банківської діяльності полягає здійсненні операцій здебільшого з цінними паперами – «інвестиційна». Було визначено, що серед 20 обраних банків 12 банків відносяться до «універсальної банківської бізнес-моделі» в тому числі і Акціонерний банк «Південний», основою чого є зростання попиту на споживчі кредити (через партнерські мережі магазинів), зниження відсоткової ставки на розміщення ресурсів, та складністю завоювання корпоративного сегменту банківського ринку. Вітчизняні банки здійснюють діяльність та намагаються розвиватися кожен відповідно до власної бізнес-моделі.

Акціонерний банк «Південний» є банком збалансованого бізнес-міксу, але потребує посилення позицій в малому та середньому і роздрібному бізнесі за умови утримання позицій в корпоративному секторі.

Сформовано основні недоліки послуг та функціонування АБ «Південний»: недосконалий мобільний додаток; труднощі переказів з карти на карту; відсутність послуги оформлення розстрочки на споживчі товари; відсутність відділень у деяких містах України; недостатня кількість відділень і банкоматів.

Для визначення позиції АБ «Південний» серед найбільших 20 банків України станом на 01.09.2020 р. було досліджено: величину чистих активів, процентні доходи корпоративного і роздрібного бізнесу, обсяги кредиторської заборгованості корпоративного та роздрібного бізнесу та обсяги коштів клієнтів корпоративного та роздрібного бізнесу. В результаті дослідження було з'ясовано, що АБ «Південний»: за величиною чистих активів посідає 11 місце; процентні доходи від корпоративного бізнесу значно переважають розмір процентних доходів від роздрібного бізнесу; входить в десятку банків з найбільшим розміром кредиторської заборгованості корпоративного бізнесу; не значне переважання коштів фізичних осіб над коштами юридичних осіб.

Дана позиція АБ «Південний» говорить про корпоративну направленість банківських продуктів, хоча позиції по залученню корпоративних клієнтів є досить складною в сучасних умовах діяльності підприємств при значних карантинних обмеженнях.

З проведеного дослідження для подальшого ефективного розвитку АБ «Південний» та посилення його конкурентоспроможності на ринку банківських послуг запропоновано наступні заходи: запровадження корпоративного управління, зменшення портфелю непрацюючих кредитів; удосконалення процентної та тарифної політики банку в аспекті здешевлення вартості залучених ресурсів; розширення кредитування та банківського обслуговування шляхом залучення великого корпоративного бізнесу, в тому числі державного сектору; збільшення частки на ринку в сегменті мікро-, малого й середнього бізнесу шляхом агресивного позиціонування банку; збільшення частки на ринку роздрібних кредитів; запровадження іпотечного кредитування; запровадження нетрадиційних операцій (лізинг, факторинг та трастові послуги); запровадження віртуальних платіжних карток для зменшення витрат на обслуговування «пластику» і сприянню зростання безготівкових розрахунків.

АНОТАЦІЯ

Койчевої Д.С.,

«Управління корпоративним бізнесом банку»,

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» за магістерською програмою «Управління діяльністю банків на фінансовому ринку»,

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – діяльність банку на корпоративному ринку.

Визначено фінансову структуру комерційного банку як інструмент ефективного управління бізнес-напрямами. Охарактеризовано поняття «корпоративний бізнес банку». Розглянуто наукові засади управління корпоративним бізнесом банку.

Проведен аналіз конкурентного середовища у корпоративному сегменті банківського ринку України; виділені тенденції розвитку основних сегментів банківського бізнесу; проаналізована ефективність роздрібного та корпоративного бізнесу України

Здійснено моделювання чинників ефективності корпоративного бізнесу банків; проведена оцінка ефективності діяльності банків за бізнес-моделями; обґрунтовані напрями покращання процесів управління корпоративним бізнесом АБ «Південний».

Ключові слова: Корпоративний бізнес банку, фінансова структура, банківська система, банк, банківська ефективність.

ANNOTATION

Koicheva D.S,
" Management of Bank's Corporate Business Segment ",
qualification work for a master's degree in specialty
072 "Finance, Banking and Insurance" for the master's program
"Management of banks in the financial market",
Odessa National Economic University
Odessa, 2020

The master's qualification work consists of three sections. The object of research is the bank's activity in the corporate market.

The financial structure of a commercial bank as a tool for effective business management is defined. The concept of "corporate business of the bank" is described. The scientific principles of corporate business management of the bank are considered.

The analysis of the competitive environment in the corporate segment of the banking market of Ukraine is carried out; highlighted trends in the development of major segments of the banking business; the efficiency of retail and corporate business of Ukraine is analyzed.

Modeling of factors of efficiency of corporate business of banks is carried out; an assessment of the efficiency of banks according to business models; substantiated directions of improvement of corporate business management processes of JSB "Southern".

Keywords: Corporate business of the bank, financial structure, banking system, bank, banking efficiency.