

УДК 336.7

МАРКЕТИНГ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

МІЩЕНКО Володимир Іванович,

доктор економічних наук, професор

професор кафедри економіки та менеджменту

Інституту банківських технологій та бізнесу ДВНЗ «Університет банківської справи»

МІЩЕНКО Світлана Володимирівна,

доктор економічних наук, доцент

професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Інституту банківських технологій та бізнесу ДВНЗ «Університет банківської справи»

Анотація. Досліджено особливості маркетингу цифрових інновацій на ринку банківських послуг, обґрунтовано, що в сучасних умовах банки повинні орієнтуватися на використання цифрових технологій на основі онлайн- і мобільних сервісів, а оптимальним напрямом їхньої діяльності є поєднання традиційних банківських технологій з інноваціями фінтехкомпаній, що дозволить сформувати нову структуру індустрії банківських послуг.

Ключові слова: маркетинг, банківські послуги, цифрові інновації, платежі, кредитування, цифровий банкінг, цифрова інфраструктура.

Постановка проблеми. Необхідність забезпечення стабільного розвитку банківської системи потребує переходу на нові цифрові сервіси та використання інноваційних технологій надання послуг. Останнім часом поширення набуває використання інтелектуальних алгоритмів і програм, які дозволяють визначати та ефективно аналізувати споживчі настрої та побажання клієнтів і сприяють впровадженню нових банківських продуктів і послуг [1, с. 25; 2, с. 53]. Новітні цифрові сервіси сприяють суттєвій трансформації всіх фінансових технологій, а в перспективі будуть ще більш різноманітними та комплексними [3, с. 368; 4, с. 23]. Крім того, посилюється конкуренція між банками і небанківськими фінансовими установами, переважно fintech-компаніями, які вже сьогодні спроможні надавати значну кількість банківських послуг на більш вигідних для клієнтів умовах [5, с. 47; 6, с. 141].

Уже 2016 року порівняно з 2008-м світові інвестиції в цифрові фінансові технології збільшилися у 12 разів – майже до 60 млрд дол. США. Лідерами в цьому напрямі є США, Китай, Великобританія, Індія, Південна Корея, Австралія. Очікується, що у 2020 р. з використанням цифрових

Аннотация. Исследованы особенности маркетинга цифровых инноваций на рынке банковских услуг, обосновано, что в современных условиях банки должны ориентироваться на использование цифровых технологий на основе онлайн- и мобильных сервисов, а оптимальным направлением их развития – сочетание традиционных банковских технологий с инновациями финтехкомпаний, что позволит сформировать новую структуру индустрии банковских услуг.

Ключевые слова: маркетинг, банковские услуги, цифровые инновации, платежи, кредитование, цифровой банкинг, цифровая инфраструктура.

технологій буде здійснено близько 25–28% платежів і переказів та надано до 25% інших видів банківських послуг [7, с. 12; 8, с. 165], а це потребує розроблення нових методів і підходів до здійснення маркетингу цифрових інновацій на ринку банківських послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі дослідженню питань маркетингу цифрових інновацій на ринку банківських послуг до останнього часу приділялось недостатньо уваги. Лише окремі аспекти цієї проблеми знайшли відображення у наукових працях В. Кравця [21], В. Кротюка [31], В. Кузнецова [22], І. Лютого [1], С. Науменкової [12], П. Сенища [21], Б. Соколова [8], Є. Тимка [13], І. Шумила [17] та інших учених. Однак банківська практика наполегливо ставить завдання щодо пошуку нових методів та інструментів здійснення маркетингу цифрових інновацій на ринку банківських послуг.

Метою статті є дослідження методів та інструментів здійснення маркетингу цифрових інновацій на ринку банківських послуг в умовах запровадження нових цифрових бізнес-моделей діяльності вітчизняних банків.

Виклад основного матеріалу. У контексті організації маркетингу цифрових інновацій на ринку банківських послуг основна увага дослідників зосереджена на процесах здійснення платежів, розрахунків і переказу грошей [9, с. 64; 10, с. 36]; кредитуванні [11, с. 42; 12, с. 54]; розвитку механізмів функціонування цифрових банків і небанківських фінансових установ [13; 14, с. 15]; удосконаленні методів управління персональними фінансами [15, с. 29; 16, с. 24], а також на формуванні принципово нової інфраструктури та допоміжних сервісів, що пов'язані з наданням банківських послуг [17, с. 10; 18, с. 25]. Тому ключовими складовими проведення маркетингу таких послуг є визначення ємності певного сегмента ринку, потенційного попиту, оскільки клієнту заздалегідь складно визначити свою потребу в інноваційній послугі, а також те, що головним завданням маркетингу є не просто формування пропозиції банківської послуги, а чітке визначення її переваг для клієнта. При цьому слід мати на увазі, що специфікою маркетингу цифрових інновацій на ринку банківських послуг повинен бути підхід, що орієнтований на молодші вікові групи клієнтів [19, с. 87; 20, с. 148].

На нинішній день найбільш популярною цифровою банківською послугою є здійснення розрахунків і платежів з мобільних пристроїв. Оплата в один дотик стає загальним глобальним трендом. Поряд із традиційними інструментами електронних платежів розраховуватися можна за допомогою смартфонів або інших електронних пристроїв, які обладнані спеціальними чипами, що зберігають необхідні для здійснення трансакцій дані [21, с. 58; 22, с. 124].

На ринку мобільних платежів функціонують як банки, так і небанківські установи. Зокрема, в цьому сегменті активно працюють Google, Apple, платіжні платформи Samsung, LG, Microsoft, створюються національні платіжні системи. А 2017 року світовий обсяг мобільних платежів перевищив 700 млрд дол. США, а їхня частка у загальному обсязі роздрібною торгівлі поки що становить лише 4–5%. Однак ситуація розвивається динамічно. Важливість такої послуги обумовлена, перш за все, тим, що значна кількість людей – близько 2 млрд осіб, особливо в країнах, що розвиваються, не мають банківських рахунків [23, с. 34].

Найбільших успіхів у сфері мобільних платежів досягла Південна Корея, яка вже найближчим часом планує повсюдне поширення Інтернет-банкінгу. Серед небанківських платіжних цифрових сервісів, які надають перевагу індиві-

дуальним та клієнтоорієнтованим підходам, можна назвати англійські електронні платіжні системи Skrill та Transfer Wise, а також американські компанії Venmo/Braintree, яка ввійшла до складу міжнародної платіжної системи PayPal, та WePay. З 2015 року партнером системи Transfer Wise є ПриватБанк.

Сучасні системи грошових онлайн-переказів включають сервіси з переказу грошей, електронні гаманці, канали виведення грошей, шлюзи приймання онлайн-платежів тощо. Перспективи для здійснення переказу грошей має використання технології blockchain, яка може стати новим способом укладення угод без участі третіх сторін [13].

Однією із головних банківських операцій є кредитування, на яке припадає близько 60% прибутку банків [11, с. 36; 24, с. 192]. Однак і ця доволі традиційна банківська послуга в умовах цифрової економіки набуває суттєвих змін. Починаючи 2008 року, у світовій практиці активно розвивається так зване «P2P-кредитування», яке використовують, переважно, небанківські установи, хоча останнім часом його активно починають застосовувати й банки. Суть P2P-кредитування полягає в тому, що банки або небанківські фінансові установи надають інформаційну платформу для зв'язку між розрізненими кредиторами та інвесторами, завдяки чому фізичні особи можуть безпосередньо надавати кошти в позику іншим фізичним особам або бізнесу. Як зазначається у науковій літературі, 2015 року світові обсяги P2P-кредитування становили близько 64 млрд дол. США, а 2020-го можуть досягти 300 млрд дол. США [13].

Найбільш відомим провайдером послуг P2P-кредитування є британська компанія Zopa. Активно працюють на цьому ринку американські компанії Prosper і Lending Club, британська Funding Circle, канадська Communitylend, німецька Smava, міжнародна компанія Kiva та інші. Очікується, що 2020 року лише в США обсяг P2P-кредитування становитиме понад 120 млрд дол. США. 2017-го в Китаї функціонувало вже близько 4 000 майданчиків для P2P-кредитування.

Метод «народного кредитування» активно використовується у Швеції, Німеччині, Франції, Голландії, Австралії, Польщі та інших країнах [13].

У зв'язку з тим, що в багатьох країнах P2P-кредитування законодавчо ще не врегульовано, його розглядають по-різному, зокрема, як: банківську послугу (кредитну або депозитну), фі-

нансовий інструмент, форму «придбання товарів у групах», різновид цифрової послуги, заснованої на електронних грошах, інструмент довірчого управління, інструмент надання консультаційних послуг з пошуку потенційних позичальників тощо [25; 26, с. 72; 27, с. 48].

Національний банк України визначає P2P-кредитування «як спосіб позичання коштів між особами, які не пов'язані між собою, без залучення фінансового посередника (банку, кредитної спілки тощо)» [25]. При цьому важливо зазначити, що в моделі P2P-кредитування банк функціонує не як фінансовий посередник, а виконує суто технічні функції, які полягають у наданні послуги щодо пошуку потенційних кредиторів і позичальників, за що банк отримує певну суму комісійних. Разом з тим банк не несе відповідальності за повернення наданого кредиту і не гарантує одержання доходу. Однак банк обов'язково докладає зусиль до зменшення рівня ризику, перевіряючи платоспроможність позичальника на основі оцінки його кредитного рейтингу, проведення скорингу тощо. Роль додаткового запобіжника може виконувати страхування кредиту, але головним фактором зниження ризику залишається репутація самого банку.

Переваги для банків при використанні механізму P2P-кредитування полягають у тому, що для них відсутній ризик ліквідності, вони не зобов'язані формувати резерви під кредитні операції, а ризик неповернення кредиту перекладається на третю особу.

Для вкладників переваги полягають, перш за все, у можливості одержати значно вищу дохідність, порівняно з дохідністю депозитів. Однак такі операції потребують більш високого рівня компетенції та схильності до ризику, оскільки через відсутність правового врегулювання такі операції ще залишаються недостатньо стандартизованими та прозорими. Серед головних ризиків P2P-кредитування НБУ виділяє відсутність чітко визначеної відповідальності учасників угоди і гарантування вкладів з боку ФГВФО, а також можливість здійснювати банками опосередковане кредитування пов'язаних осіб, не відображаючи такі операції у бухгалтерській звітності [25].

Розвиток P2P-кредитування спонукав окремі країни до запровадження нормативних і регуляторних актів. Так, у Великобританії регулятор має право встановлювати для окремих груп компаній граничні суми таких кредитів, розмір процентної ставки, а також певні критерії відпо-

відності, які характеризують його кредитний рейтинг, рівень платоспроможності тощо.

В Україні вперше послуги P2P-кредитування 2015 року розпочав надавати ПриватБанк, пропонуючи вищу дохідність (у середньому +5% річних від базових ставок за вкладками). Станом на 01.04.2016 обсяг P2P-кредитування в Україні становив 1,5 млрд грн [25]. Проте такі інвестиції для фізичних осіб ще залишаються більш ризиковими, ніж банківські вклади.

Перспективним напрямом використання цифрових технологій, які принципово змінюють традиційну структуру банківської системи, є поява необанків – цифрових банків нового покоління, які почали з'являтися у всьому світі після 2008 року спочатку на базі наявної банківської інфраструктури, а пізніше – як нові самостійні банки [13; 22]. Специфіка діяльності необанків полягає в тому, що вони функціонують в онлайн-режимі на основі використання технологій цифрового доступу та управління рахунками, що є у мобільному додатку. Співробітництво з традиційними банками дає необанкам офіційне право на проведення операцій і дозволяє мінімізувати свої витрати за рахунок економії на персоналі та приміщеннях.

У Польщі 2012 року з'явився Mbank – онлайн-структура з високотехнологічною IT-платформою, що має понад 200 функцій. Угорська група OTP Group створила аналогічний Touch Bank, який орієнтується на клієнтів сегмента affluent – «середній клас і вище». У Великобританії упродовж 2014–2016 рр. було зареєстровано шість необанків. Разом з тим слід відмітити, що створення таких банків є достатньо дорогою інвестицією і потребує значних коштів на підтримку діяльності [28, с. 8; 29, с. 16].

В Україні перший небанк – Monobank створено 2017 року. Відкриття і використання рахунку в цьому банку безплатні, а клієнт підключається до платіжної системи MasterCard. Сьогодні Monobank працює у партнерстві з ПАТ «Універсал банк» та активно формує власну клієнтську базу.

Останнім часом з'являються цифрові технології, які дають можливість формувати певну структуру портфеля цінних паперів з використанням цифрових алгоритмів (робо-адвайзинг), управляти персональними фінансами тощо [30, с. 94]. Так, американська Credit Karma забезпечує своїм клієнтам доступ до кредитного рейтингу та кредитної історії, а також веде облік усіх фінансових продуктів, якими користується клієнт. Крім того, використання банками цифрових

технологій у поєднанні з широкою клієнтською базою і регуляторними можливостями сприяє формуванню цифрових фінансових установ нового покоління – IT-корпорації. Так, у структурі корпорації Google вже налічується понад 30 fintech-стартапів у сфері автентифікації, безпеки, API для банківських послуг, кредитування, платіжних і розрахункових технологій тощо.

У зв'язку з поширенням цифрових технологій зростають і обсяги кібершахрайства. Як свідчать дослідження, вітчизняні банки ще недостатньо уваги приділяють захисту коштів своїх клієнтів від шахраїв. Майже половина банків віддають перевагу боротьбі з наслідками кібератак, а не інвестуванню коштів у захист даних і рахунків клієнтів та попередження таких випадків у майбутньому [8; 12; 22]. Поліпшення ситуації потребує від банків посилення уваги до організації процесу надання цифрових послуг і побудови адекватної системи внутрішнього контролю та моніторингу авторизаційних запитів і еквайрингових трансакцій з метою зниження ризику шахрайства.

Крім того, у зв'язку з активним поширенням цифрових технологій важливого значення набу-

ває забезпечення гарантій відшкодування втрат клієнтів, що виникли через шахрайські дії третіх осіб [31, с. 7; 32, с. 34]. Для цього, на наш погляд, у законодавчих і нормативних документах необхідно передбачити реалізацію принципу «нульової відповідальності», згідно з яким такі втрати з рахунків клієнтів банки повинні компенсувати автоматично за власний кошт або з використанням коштів спеціально створених для таких цілей спільних страхових фондів.

Висновки і пропозиції. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що в сучасних умовах банки повинні орієнтуватися на використання цифрових фінансових технологій шляхом активного запровадження онлайн- і мобільних сервісів та підвищення рівня їхньої технічної надійності. Оптимальним напрямом подальшого розвитку і забезпечення стабільного функціонування систем банківського маркетингу стає поєднання традиційних банківських технологій із перевагами та технологічними інноваціями fintech-компаній, що дозволить сформува-ти нову структуру індустрії надання фінансових послуг і забезпечити реалізацію клієнтоорієнтованої стратегії розвитку банківського бізнесу.

Список використаних джерел

1. Лютий І. О. Вплив фінансового сектору на функціонування економічної системи / І. О. Лютий, С. В. Міщенко // *Фінанси України*. – 2007. – № 3. – С. 14–28.
2. Міщенко С. Вдосконалення інституційної структури нагляду за фінансовим сектором / С. Міщенко // *Банківська справа*. – 2007. – № 1. – С. 41–56.
3. Науменкова С. В. Фінансова інклюзивність: економічний зміст та підходи до вимірювання / С. В. Науменкова // *Актуальні проблеми економіки*. – 2015. – № 4. – С. 363–371.
4. Лютий І. О. Проблеми розвитку сучасного міжнародного фінансового ринку та інтеграційний курс України / І. О. Лютий, В. І. Міщенко // *Фінанси України*. – 2006. – № 5. – С. 21–31.
5. Міщенко С. В. Проблеми оцінки впливу стабільності функціонування грошово-кредитної сфери на економічну безпеку країни / С. В. Міщенко // *Фінанси України*. – 2010. – № 7. – С. 35–49.
6. *Современные подходы к управлению устойчивостью бизнеса* / под ред. А. Н. Ряховской, О. Г. Крюковой. – Москва : Финансовый университет, 2012. – 280 с.
7. Міщенко В. І. Особливості посткризового реформування фінансового сектору України / В. І. Міщенко // *Фінанси України*. – 2010. – № 10. – С. 3–14.
8. Соколов Б. І. Роль платежних систем в забезпеченні устойчивого розвитку національної економіки / Б. І. Соколов, С. В. Міщенко // *Проблеми сучасної економіки*. – 2015. – № 2 (54). – С. 163–168.
9. Міщенко В. І. Організація ф'ючерсного валютного ринку / В. І. Міщенко, С. В. Науменкова // *Фінанси України*. – 1998. – № 10. – С. 60–69.
10. Naumenkova S. Transition to Inflation Targeting in Ukraine: New Tools for Monetary Policy / S. Naumenkova, O. Malutin, S. Mishchenko // *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*. – 2015. – № 166. – P. 31–39.
11. Мищенко С. В. Стимулирование кредитования как фактор экономического роста / С. В. Мищенко // *Вестник Финансового университета*. – 2013. – № 1(73). – С. 35–45.
12. Науменкова С. В. Обстеження збалансованості попиту та пропозиції на кредитному ринку: досвід центральних банків / С. В. Науменкова // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. – 2014. – № 10(163). – С. 51–57. – (Економіка).

13. Тимко Е. Финансовый муравейник: что представляет собой финтех-индустрия [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forbes.ru>.
14. Науменкова С. В. Функціонування недержавних пенсійних фондів на ринку фінансових послуг України / С. В. Науменкова // Фінанси України. – 2010. – № 4. – С. 3–16.
15. Міщенко В. Доларизація: причини та наслідки для економіки України / В. Міщенко, А. Сомик // Вісник НБУ. – 2007. – № 5. – С. 28–31.
16. Науменкова С. В. Підвищення доступності фінансових послуг: актуальні питання регуляторної практики / С. В. Науменкова // Фінанси України. – 2013. – № 10. – С. 20–33.
17. Шумило І. Теоретичні і практичні аспекти аналізу стану фінансової системи економіки / І. Шумило, В. Міщенко, Р. Лисенко // Вісник НБУ. – 2006. – № 3. – С. 6–11.
18. Міщенко С. В. Вдосконалення системи безготівкових роздрібних платежів / С. В. Міщенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2014. – № 5(158). – С. 22–28.
19. Науменкова С. В. Обґрунтування методичних підходів до оцінки стійкості фінансової системи: інформаційно-аналітичний матеріал / С. В. Науменкова, Р. С. Лисенко, Д. С. Попов та ін. ; Центр наукових досліджень Національного банку України. – Київ, 2006. – Вип. 6. – 162 с.
20. Міщенко С. В. Формування ефективної структури фінансового сектору України / С. В. Міщенко. – Київ, 2009. – 246 с.
21. Сенищ П. М. Світовий досвід та перспективи розвитку електронних грошей в Україні : науково-аналітичні матеріали [Електронний ресурс] / П. М. Сенищ, В. М. Кравець, В. І. Міщенко ; Центр наукових досліджень Національного банку України. – Київ, 2008. – Вип. 10. – 145 с. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/docscatalog>.
22. Кузнецов В. А., Шамраев А. В., Пухов А. В. Предоплаченные инструменты розничных платежей – от дорожного чека до электронных денег / В. А. Кузнецов, А. В. Шамраев, А. В. Пухов. – Москва : Маркет ДС, 2008. – 304 с.
23. Науменкова С. Фінансова інклюзивність та проблеми забезпечення доступу населення до базових фінансових послуг в Україні / С. Науменкова // Вісник НБУ. – 2014. – № 11. – С. 31–37.
24. Науменкова С. В. Поняття системного ризику та підходи до визначення системно значущих банків / С. В. Науменкова, В. І. Міщенко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2014. – Вип. 1 (105). – С. 186–196.
25. Національний банк ініціює врегулювання питання Р2Р-кредитування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=30375585.
26. Науменкова С. В. Макропруденційні інструменти в механізмі забезпечення фінансової стабільності / С. В. Науменкова, В. І. Міщенко // Фінанси України. – 2015. – № 10. – С. 53–76.
27. Міщенко В. І. Гнучкий режим курсоутворення: етапи запровадження та можливі наслідки для економічного розвитку України : науково-аналітичні матеріали / В. І. Міщенко, І. А. Нідзельська, А. П. Кулінець, С. О. Шульга ; Центр наукових досліджень Національного банку України. – Київ, 2010. – Вип. 15. – 124 с.
28. Науменкова С. В. Сучасні проблеми капіталізації банківської системи України / С. В. Науменкова, В. І. Міщенко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2013. – № 2. – С. 3–11.
29. Міщенко В. Капіталізація банківської системи України: сьогодення та перспективи / В. Міщенко // Вісник НБУ. – 2013. – № 7. – С. 11–17.
30. Науменкова С. В. Використання структурованих цінних паперів для фінансування корпорацій в Україні / С. В. Науменкова, Т. Г. Буй // Фінанси України. – 2010. – № 2. – С. 89–101.
31. Кротюк В. Л. Еволюція підходів до оцінки капіталу в Базельських угодах / В. Л. Кротюк, В. І. Міщенко // Банківська справа. – 2005. – № 4. – С. 3–9.
32. Міщенко В. І. Проблеми вдосконалення управління державними корпоративними правами / В. І. Міщенко, С. В. Науменкова // Економіка України. – 2002. – № 5. – С. 29–36.
33. Міщенко С. Сутність економічного капіталу та його роль у забезпеченні фінансової стійкості банку / С. Міщенко // Вісник НБУ. – 2008. – № 1. – С. 58–64.