

УДК 336.711

JEL CLASSIFICATION: E50; G21

Марич М.Г.к.е.н, доцент, Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна**Сопівник Л.І.**бакалавр, Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича,
м. Чернівці, Україна**Marych Maksym**

Ph.D. (Economics), Associate Professor

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University,
Chernivtsi, Ukraine**Sopivnyk Lesia**bachelor, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University,
Chernivtsi, Ukraine

ІННОВАЦІЙНІ МЕХАНІЗМИ РИТЕЙЛУ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

INNOVATIVE MECHANISMS IN RETAIL BANKING OF UKRAINE

***Анотація.** У статті досліджено сучасний стан ритейлу – банківської роздрібної торгівлі вітчизняної економіки, що на сьогодні займає лідируюче становище на ринку банківських послуг України; здійснено оцінку стану роздрібного обслуговування клієнтів на депозитному та кредитному ринках України; висвітлено основні проблеми управління банківською роздрібною торгівлею в Україні; проаналізовано вплив факторів на процес залучення засобів клієнтів. Розглядається ринок ритейлу та механізми залучення роздрібних клієнтів, для формування партнерських зв'язків із банками. Визначаються основні завдання, що постають перед банками, також інноваційні механізми та інструменти їх реалізації. Пропонується на основі результатів проведеного дослідження: застосувати на практичному досвіді можливості банківського ритейлу, здійснювати залучення коштів клієнтів на довгостроковий період, удосконалити рівень віддаленого банківського обслуговування, сформуванати високоякісний депозитний та кредитний портфелі.*

***Ключові слова:** роздрібний бізнес, інноваційні механізми, банк, роздрібна торгівля, депозит, кредит банківський.*

***Abstract.** The article examines the current state of retail - banking retail trade of the domestic economy, which today occupy a leading position in the banking services market of Ukraine; assessment of the state of retail customer service in the deposit and credit markets of Ukraine; highlights the main problems of banking retail trade management in Ukraine; analyzed the impact of factors on the process of attracting funds from customers. We are considering the retail market and mechanisms for attracting retail customers to form partnerships with banks. The main challenges facing banks, as well as innovative mechanisms and tools for their implementation, are identified. Analyzed scientific approaches to determining the essence of the concepts of "retail," "banking retail. The approaches to highlighting innovative mechanisms of banking retail are*

Марич М.Г.: ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5400-0503>

e-mail: m.marych@chnu.edu.ua

Сопівник Л.І.: e-mail: sopivnyk.lesia@chnu.edu.ua

justified. The essence and structure of the innovative mechanism of banking retail has been clarified and approaches to the allocation of its types in the context of concretization of goals and objectives have been systematized. The rationale for the development of innovative mechanisms of banking retail, consisting in the development of theoretical and methodological provisions for the functioning of the banking sales system, was carried out, and from a practical point of view they are focused on improving the quality of customer service, reducing risks associated with the provision of retail banking services. It is proposed on the basis of the results of the study: to apply the possibilities of banking retail in practical experience, to attract customers' funds for a long period, to improve the level of remote banking services, to form high-quality deposit and credit portfolios.

Key words: retail business, innovative mechanisms, bank, retail trade, deposit, credit, bank retail.

Постановка проблеми. У повсякденному житті все частішого споживання з боку населення набувають продукти банківських послуг. В умовах активного розвитку роздрібно-банківського бізнесу та посилення конкуренції між інститутами грошово-кредитної сфери, українські банки починають приділяти значну увагу своїй клієнтській базі, розуміючи, що їх майбутній успіх напряду залежатиме від партнерських відносин із клієнтами та рівня їх задоволення послугами, що надаються з боку банку.

Поняття «ритейл» у сучасному розумінні взаємопов'язане із процесами та механізмами збуту товарів і послуг кінцевим споживачам, тому його досить часто порівнюють із сукупністю технологій та механізмів роздрібно-торгівлі. При умові існуючих механізмів реалізації та постійного вдосконалення асортименту товарів та послуг, а також урізноманітнення використання продуктів науково-технічного прогресу для забезпечення роздрібних продаж, механізми банківського ритейлу постійно удосконалюються та розвиваються.

В Україні на сьогодні банки широко використовують стратегію агресивного захоплення ринку, утримання клієнтів шляхом впровадження інноваційних технологій збуту і післяреалізаційного обслуговування ринку банківських продуктів. Однак ефективному провадженню ритейлу у банківській сфері на сьогодні, становлять перешкоду розвиток інфляційних процесів, зменшення ставки реальної заробітної плати та низька платоспроможність з боку населення, високий рівень витрат на впровадження інноваційних технологій та тривалий час їх окупності, що в кінцевому призводить до зростання кредитних ризиків, а також відсутність банківського реагування на потенційні загрози, що підвищення ризиків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні закономірності та механізми банківського ритейлу, висвітлені у наукових працях американськими та західноєвропейськими вченими А.Тверськи, Д.Аріелі, В.Смітом та Д.Канеманом, які в основу своїх досліджень поклали поведінкові теорії вибору та прийняття рішень споживачами. Дослідження сутності, змісту та особливостей ритейлу, а також банківського ритейлу знайшли відображення у публікаціях українських та закордонних учених а саме: О.Зверева, Ф.Котлера, О. Лапко, Б.Санто, О. Барановський, А.Харченко, Р.Маркіна, В.Сторов, О.Чкалова. Проте не дивлячись на велику кількість наукових видань та публікацій, присвячених тематиці банківського ритейлу, залишаються заперечливими питання пов'язані із конкретизацією понять «банківський ритейл» та «роздрібний банківський бізнес», дослідження суті, структури та видів інноваційних механізмів банківського ритейлу.

Формулювання цілей дослідження. Метою роботи є дослідження та удосконалення теоретичних основ, удосконалення науково-методичних підходів а також розвиток практичних шляхів щодо функціонування інноваційних механізмів ритейлу в банківському секторі. Відповідно до мети було сформульовано наступні цілі дослідження: охарактеризувати теоретичні основи роздрібно-банківського бізнесу; висвітлити

особливості банківського ритейлу; здійснити оцінку розвитку роздрібного банківського бізнесу в Україні; визначити основні проблеми управління банківським ритейлом та запропонувати напрямки їх покращення.

Виклад основних результатів досліджень. Поняття роздрібного маркетингу визначається як соціально-економічний процес задоволення людських потреб за рахунок вільного обміну цінними послугами та товарами. Проте роздрібна торгівля, не повинна обмежувати себе економічною діяльністю у сфері торгівлі. Механізми роздрібної торгівлі суттєво урізноманітнилися у зв'язку із впровадженням новітніх технологій у сфері реалізації, зміною ряду товарів та послуг.

Формування товарної сітки роздрібної торгівлі банку зосереджене на традиційних та нетрадиційних зовсім нових банківських послугах, зокрема на роздрібній торгівлі, іншим словом процес ритейлу. «Ритейл» з англійської мови – роздрібна торгівля. Основною особливістю якого є пропонування придбати товари та послуги широкого асортименту, зосереджені в одному місці [2, с.48-49].

Роздрібне банківське обслуговування являється одним із найперспективніших напрямків у сфері фінансових послуг, адже саме тут спостерігається один з найвищих рівнів конкуренції. Однією з ключових проблем ринку роздрібного банківського обслуговування є низький рівень довіри населення до інститутів банківської системи, який спровокований кризами 2008-2014 років, що в кінцевому призвело до незадовільного попиту на банківські послуги. Виділяють багато підходів до визначення суті та класифікації роздрібних банківських послуг, однак найбільш точного значення надає С.Б.Гладкова [9, с.46]. Вчена виокремлює три групи роздрібних банківських операцій:

1. Операції спрямовані на обслуговування клієнтів – фізичні особи, які не пов'язані із службою будь-якої установи.
2. Корпоративно-роздрібні операції, це операції покликані на обслуговування фінансової взаємодії фізичних осіб із організаціями що наприклад, є потенційними клієнтами банку або ж мають укладені з ним договори.
3. Умовні роздрібні операції, ті які здійснюються як з фізичними так і з юридичними особами, однак за технологією свого використання при однакових операціях з фізичними особами [2, с.54].

Якщо говорити про механізми роздрібної торгівлі вони суттєво змінилися із впровадженням інновацій та науково-технічного прогресу. Широкого значення набувають сучасні та перспективні організаційні механізми роздрібної торгівлі на основі дистанційного самообслуговування, бізнес в режимі онлайн для збільшення кількості безготівкових розрахунків.

Віддалений банкінг – це взаємопов'язаний набір інформаційних та Інтернет-технологій, а також інноваційні інструменти, що використовуються банками для надання своїх послуг клієнтам без їх безпосереднього відвідування банку за рахунок самообслуговування. Дана технологія включає в себе домашній банкінг, що надає змогу будь-якій особі отримати банківську послугу, не виходячи з дому. На сьогодні існують такі види електронного банкінгу: телефонний банкінг, SMS-банкінг, інтернет-банкінг, комп'ютерний банкінг, відеобанкінг [7, с.77].

Окремі елементи механізму збуту можна виокремити на незалежні структурні утворення, однак вони можуть функціонувати тільки разом з іншими підсистемами банку, такими як планування банку, побудова системи управління, процес розробки та впровадження нових банківських технологій. Тому організацію продажу кожного нового продукту слід вивчати як організаційно-економічну інновацію. Важливим чинником для підвищення рівня продажів нових банківських продуктів є процес обслуговування клієнтів, під яким розуміється сукупність усіх організаційних та економічних факторів, що перебувають у взаємозв'язку з клієнтами банку [10, с.443].

На сьогодні сегмент ритейлу знаходиться на етапі формування та встановлення, саме тут відбувається напружена конкуренція між багатьма банками, які є вагомими гравцями та аутсайдерами. Наскільки позитивним чи негативним є процес розвитку банківського ритейлу недоцільно оскільки це встановлює ринок і воно є необхідністю для банківської сфери, та фізичних осіб – споживачів банківських продуктів. Серед яких можна виділити наступні:

- надання кредитів на поточні потреби;
- розміщення готівки на депозитних рахунках;
- організація процесу кредитування;
- обслуговування платіжних карток;
- організація пенсійних служб;
- управління активами;
- довічне управління майном;
- приймання комунальних платежів;
- інвестиційні послуги;
- оренда індивідуальних банківських ящиків [3, с.50-51].

В умовах розвитку банківської сфери надання послуг з допомогою електронних систем стають вирішальними зокрема це такі послуги як: електронні гроші, послуги, які надаються з використанням банківських карток, та послуги віддаленого банкінгу.

Однак для ефективного розвитку банківської роздрібною торгівлі в сучасних умовах необхідно врахувати наступні її особливості:

- цифровий досвід – саме інноваційні технології привертають значну увагу клієнтів, покращують якість надання банківських послуг та підвищують лояльність клієнтів;
- багатоканальна торгівля – спеціалізований підхід до покупця, клієнт бажає придбати продукт будь-де та будь-яким способом, створення різноманітних каналів збуту, тим самим забезпечуючи клієнту цілісний споживчий досвід;
- нові формати – підвищення рівня електронної комерції, гібридний підхід до просування та впровадження послуг;
- персоналізація – формування індивідуальної пропозиції для кожного окремого клієнта, аналіз поведінки покупців, індивідуальний підхід до кожного з клієнтів [12, с.16].

Тому коли на ринку банківських послуг наростає конкуренція банки все частіше використовують альтернативні канали для продажу операцій. До основних напрямків розвитку банківського роздрібного бізнесу є: платформізація, використання аналітичних даних, інновації, цільові групи та сегменти ринку, автоматизація процесів, ідентифікація, дотримання чинного законодавства та його модернізація, оптимізація бізнес-процесів, підвищення рентабельності мережі філій, зацікавленість банківських інституцій у використанні соціальних мереж інтернету [11].

Притому банківські установи організують роздрібні банківські мережі таким чином, щоб надання будь-якої із банківських послуг була доступна в кожному відділенні банку незалежно чи це торговельний майданчик чи термінал. Відділення банків повинні знаходитись якомога ближче до споживача, тим самим передбачає діяльність їх значної кількості та формування банківських мереж спрямованих на якісне самообслуговування клієнтів [17, с. 319]. Якщо ж брати до уваги самі банківські установи, то виникає потреба у розширенні асортименту їхньої операції, що об'єктивно впливає з конкурентного середовища яке поступово складається на вітчизняному ринку. Крім того, в умовах кризових явищ в економіці країни, через інфляційні процеси кредитні операції банків не в змозі забезпечити належний рівень прибутковості, що розширює тенденції до універсалізації банківської справи та створення повноцінного ринку банківських послуг [1, с.56].

При даних умовах ринку банківських послуг можна визначити як взаємодіють між собою комерційні банки динаміку яких відображена на рис. 1, та інших економічних суб'єктів з юридичними та фізичними особами. Станом на 1 січня 2018 року дозвіл на

ведення банківської діяльності мали 82 банківські установи, з них 38 банків з іноземним капіталом, з початку 2017 року, кількість функціонуючих банків скоротилася із 96 до 82 банківських установ. Починаючи із 2014 року внаслідок подій які відбувалися на території Сходу країни до 87 банківських установ внаслідок погіршення платоспроможності було запроваджено тимчасову адміністрацію. Загалом у січні 2018 року в двох установах адміністрація залишається чинною.

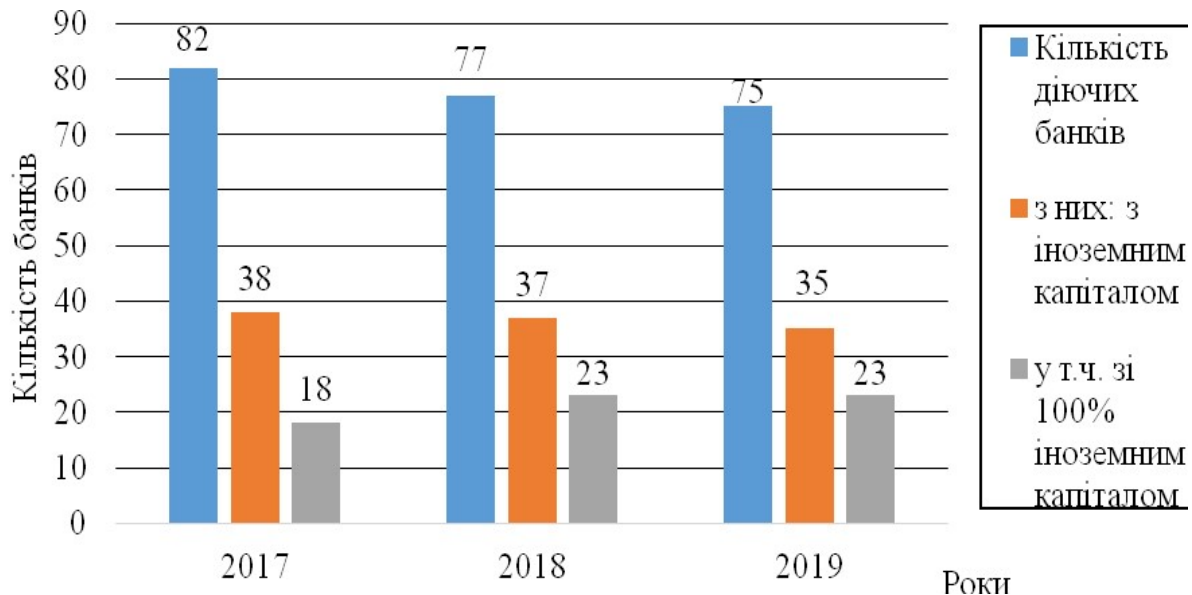


Рисунок 1. Динаміка зміни кількості банків в Україні у 2017-2019 рр.

Джерело: сформовано на основі даних НБУ [13]

Як видно із рис. 1, за аналізований 2018 рік кількість діючих банків скоротилася на 5 банків, кількість функціонуючих банківських установ на 01.01.2019 року становила 77 банків. У 2019 році процедуру ліквідація пройшли ще 2 банки і загальна кількість діючих банків становила 75 установ.

Слід відмітити, що протягом 2018-2019 рр. кількість функціонуючих банків із 100% іноземним капіталом залишилася незмінною, і їх питома вага складала 30% від загальної кількості тобто 23 банки. Найважливішою причиною суттєвих змін у банківському секторі залишається непрозорість функціонування значної кількості банків та приналежність до олігархічних планів.

Необхідним залишається розглянути інформацію щодо сумарних активів вітчизняних комерційних банків за 2017-2019 рр. (табл. 1). Отже, як бачимо з табл. 1, сумарний обсяг активів українських комерційних банків у 2018 році зріс у порівнянні з 2017 роком на 25872 млн. грн., а у 2019 році ще на 133595 млн. грн. Якщо брати до уваги кредитний портфель комерційних банків у 2018 році він зростає на 7,9 процентних пункти, але у 2019 році вони спадають на 85430 млн. грн.

Кредити суб'єктам господарювання у 2019 році набувають тенденції до зменшення на 95308 млн. грн. порівняно із минулим періодом (9220001 млн. грн.), на противагу кредити надані фізичним особам збільшуються у 2018 та 2019 рр. відповідно на 26085 та 9878 млн. грн. У свою чергу резерви за активними операціями банків у 2018 році зростають на 45383 млн. грн. а у 2019 році навпаки зменшуються на 64216 млн. грн. порівняно із 2018 роком (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз сумарних активів українських комерційних банків
за 2017-2019 рр., млн грн.

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Відхилення (+/-)	
				2018/2017	2019/2018
Активи (усього)	1333831	1359703	1493298	25872	133595
Надані кредити	1036745	1118860	1033430	82115	-85430
Кредити суб'єктам господарювання	865971	922001	826693	56030	-95308
Кредити фізичним особам	170774	196859	206737	26085	9878
Вкладення в цінні папери та довгострокові інвестиції	425803	480615	539466	54812	58851
Резерви за активними операціями банків	511062	556445	492229	45383	-64216

Джерело: складено авторами на основі даних [13]

Проаналізувавши динаміку сумарних активів та види кредитних послуг комерційних банків України, наступним кроком доцільно буде здійснити аналіз депозитного портфелю вітчизняних банків, дослідити депозитну політику банку, в основі якого лежить визначення досягнутого рівня розвитку депозитних відносин банків з клієнтами (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз динаміки депозитного портфелю комерційних банків України за 2017-2019 рр.
млн. грн.

Період	2017 рік	2018 рік	2019 рік	Відхилення (+/-)	
				2018/2017	2019/2018
Залишки коштів на кінець періоду					
Всього	793475	780075	1071666	-13400	291591
Динаміка депозитного портфеля(власники рахунків)					
Домогосподарства	444676	437689	576126	-6987	138437
Юридичні особи	348799	342386	433731	-6413	91345
Динаміка депозитного портфеля(валюта вкладення),					
У національній валюті	426418	420043	642711	-6375	222668
В іноземній валюті	367056	360033	428955	-7023	68922
Динаміка депозитного портфеля(термін)					
Поточні	364547	351251	32541	-13296	-318710
Строкові	428928	428824	38182	-104	-390642

Джерело: складено авторами на основі даних [13]

Згідно даних, що відображені у табл. 2, депозитний портфель в Україні станом на 1 січня 2020 року становив 1071666 млн. грн., що на 291591 млн. грн. більше ніж в минулому періоді зокрема з них: депозити домогосподарств (фізичних осіб) – 576126 млн. грн., депозити суб'єктів господарювання – 433731 млн. грн. В депозитному портфелі українських комерційних банків переважають строкові депозити, величина яких у 2019 році складає 38182 млн. грн., тоді як поточні депозити займають 32541 млн. грн. Станом на 01.01.2020 р. валютна структура депозитного портфеля комерційних банків України складалась на 642711 млн. грн. із вкладів у національній валюті, та вкладів в іноземній валюті на 428955 млн. грн.

Останніми роками спостерігається тенденція до збільшення обсягу гривневих депозитних вкладів порівняно із вкладами в іноземній валюті, зменшення поточних депозитів на 318710 млн. грн. та строкових вкладів на 390642 млн. грн., депозити юридичних та фізичних осіб збільшуються відповідно на 91345 та 138437 млн. грн.

Далі здійснимо аналіз результатів роботи банківської системи України в цілому. Для кращого розуміння побудуємо графік (рис. 2)

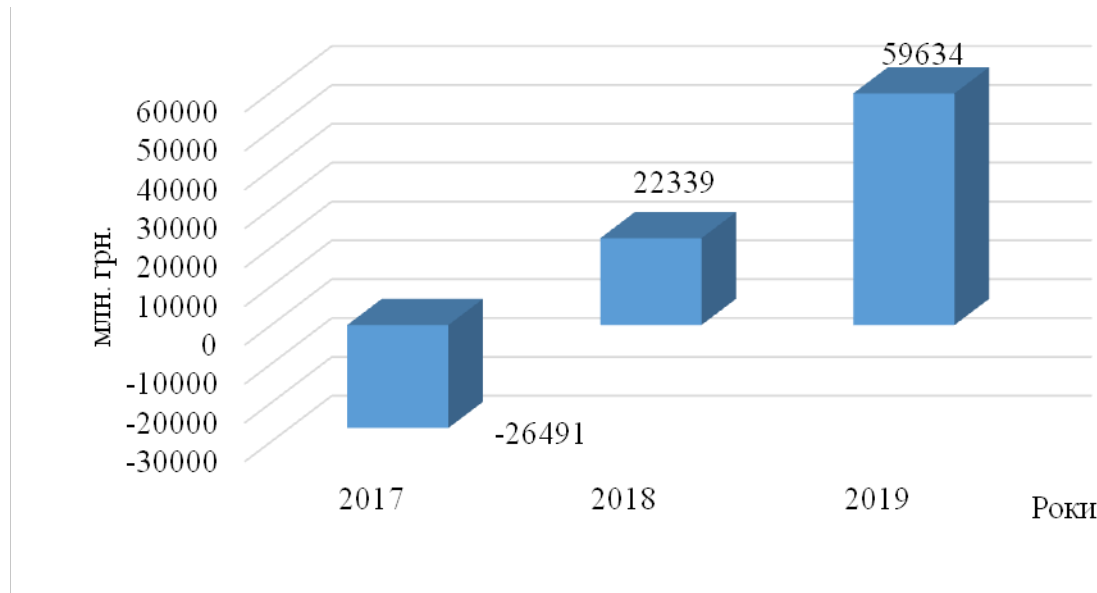


Рисунок 2. Динаміка фінансових результатів функціонування комерційних банків України у 2017-2019 рр.

Джерело: сформовано авторами за даними НБУ [13]

Як видно з рис. 2 в результаті функціонування банківських установ у 2017 році вони отримували збиток у розмірі 26491 млн грн, переважно це зумовлено значним обсягом відрахувань в резерви на тлі, зменшення процентних та комісійних доходів.

Встановлено, що період 2018-2019 рр., діяльність комерційних банків України була беззбитковою. Так у 2018 році вони отримали чистий прибуток у розмірі 22339 млн. грн., а у 2019 році величина чистого прибутку зростає в 2,7 рази до 59634 млн. грн.. Таке збільшення для функціонування банківських структур є доцільним оскільки більший обсяг чистого прибутку дасть змогу розширювати свої фінансові можливості, вийти на фінансовий ринок із зовсім новими аналогами продуктів, підвищить ефективність функціонування установи.

Не менш важливим для функціонування банківських установ є розвиток каналів збуту, впровадження нових банківських інновацій, створення нових продуктів та послуг, а також нові методи отримання клієнтами існуючих продуктів та послуг. Одним із основних напрямків розвитку каналів збуту є активне впровадження та просування Інтернет-банкінгу, це напряму пов'язано із задоволенням потреб клієнтів, оскільки більшість послуг у відділеннях банків займають для людей багато часу [5]. Це такі послуги як: оплата комунальних платежів, здійснення готівкових переказів, оплата відсотків по кредиту. На сьогодні система Інтернет-банкінгу набирає все більшою популярності і може здійснювати за допомогою таких засобів як: телефону, персонального комп'ютера, Інтернету. Крім цих послуг виокремлюють також відеобанкінг – що представляє собою отримання банківських послуг через відеоконтакт із працівником банку.

Згідно даних Національного банку України, на початку 2017 року частка безготівкових розрахунків здійснюваних за допомогою платіжних карток становила 35,5%, а наприкінці 2017 року вона зростає до 38,5%. У 2018 році ринок електронної комерції зріс на

35% - до 1,6 млрд. доларів. Отже за підсумками 2019 року обсяг безготівкових розрахунків у 2019 році зростає на 48% [13].

На сучасному етапі розвитку банківських інновацій, найрозповсюдженішим видом являється Інтернет-банкінг, оскільки Інтернет технології надають змогу найефективніше використовувати, найзручніші для людей способи обробки інформації. Все більша популярність смартфонів як мережа доступу до Інтернету та пристрою для проведення оплати, диктують наявність спеціального мобільного додатка для Windows, iOS і Android.

Найрозвинутішим віддалений банкінг є у США, у порівнянні з іншими країнами світу, клієнти американських банків мають можливість отримувати через дистанційні канали збуту широкий спектр банківських послуг. Серед яких найвідоміші: торгівля на фондових біржах, страхування депозитів та отримання кредитів [15].

У європейських країнах дещо схожа картина, щороку кількість користувачів інтернет-банкінгом збільшується, зокрема у Європейському Союзі кількість користувачів, які користувались віддаленим банкінгом зросла із 28% у 2008 році до 55% у 2019 році (рис. 3).

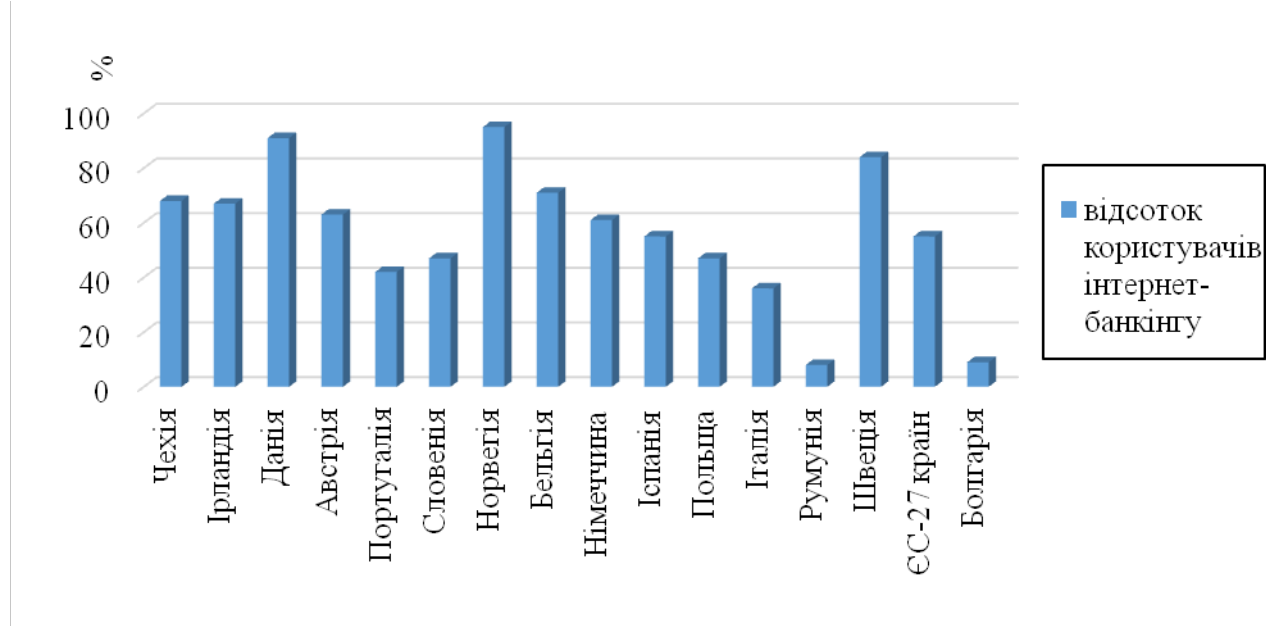


Рисунок 3. Використання Інтернет-банкінгу в європейських країнах у 2019 році.

Джерело: сформовано авторами на основі даних [16].

При цьому відсоток користувачів Інтернет-банкінгу варіюється в залежності від країни. Найвищий рівень користування віддаленим банкінгом спостерігається у скандинавських країнах. Зокрема у Данії у 2019 році серед загальної кількості користувачів банківських послуг 91% користуються інтернет-банкінгом, у Швеції – 84%, Ірландії – 67%. Але найвищий відсоток користувачів спостерігається у Норвегії який з 83% у 2017 році зріс до 95% у 2019 році.

Натомість в Україні повноцінні рішення Інтернет-банкінгу пропонуються десятима банками (табл.3). Як зазначають аналітики, типовими послугами інтернет-банкінгу для усіх банків є можливість отримання виписок по рахунках, здійснення гривневих платежів та процес переказу коштів між рахунками того чи іншого банку. Дистанційне обслуговування клієнтів, для України не є новим явищем. Інтернет-банкінг на території України починає існування з середини 90-х років, першим став Приватбанк, який починаючи з 2001 року запустив власну систему Приват24. Найбільшими і високотехнологічними на ринку згідно премії FINANCIAL CLUB AWARDS 2020 вважають Інтернет-сервіси «ПриватБанку», «Індустріалбанку». Однак лідером на ринку Інтернет-банкінгу залишається «Приватбанк», послугами якого користуються значна кількість користувачів.

Таблиця 3

Топ-10 банківських установ в номінація «Інтернет-банкінг» за 2020 рік

Рейтинг	Банк	Можливість створення віртуальних карток	Можливість оформлення кредитної заявки на сайті	Можливість самостійно встановлювати ліміти за картками	Проведення SWIFT-платежів	Можливість обміну валюти онлайн
1	ПРИВАТБАНК	Так	Так	так	Так	Так
2	ІНДУСТРИАЛ-БАНК	Так	Так	Так	Ні	Так
3	ОЩАДБАНК	Так	Ні	Так	Ні	Так
4	БАНК КРЕДИТ ДНІПРО	Ні	Так	Так	Ні	Так
5	ПУМБ	Ні	Так	Так	Ні	Ні
6	КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК	Ні	Ні	так	ні	Так
7	«КОНКОРД»	Так	Ні	так	Так	Так
8	ПРЕУС БАНК	Так	Ні	Так	Так	Ні
9	БАНК ФОРВАРД	Ні	Так	Так	Ні	Ні
10	ТАСКОМБАНК	Ні	Ні	так	ні	Так

Джерело: складено авторами на основі даних [14]

Це пояснюється тим, що даний банк є єдиним, у банкоматах якого можливе зняття готівки тільки за вказівкою номеру телефона без банківської картки з використання інтернет-банкінгу. Основною мотивацією банків у використанні Інтернет-банкінгу є підвищення конкурентоздатності. У кожному банку мобільний додаток, відрізняється не лише за дизайном, але й можливістю здійснюваних операцій (табл. 4).

Таблиця 4

Сервіси Інтернет-банкінгу комерційних банків України

Назва банку	Система інтернет-банкінгу	Можливості
Приват-Банк	Приват24	Перевіряти стан рахунку, поповнювати мобільний телефон, робити перекази, сплачувати комунальні платежі та багато інших послуг
Ощадбанк	Ощад 24/7 та CorpLight (для бізнесу)	Створювати шаблони платежів, здійснювати активацію карток, змінювати ліміти карток, перегляд історії проведених операцій
Універсалбанк	Monobank	Пропонує кешбек, залежно від товарів та послуг, оплачуючи картою банку йому повертається 2-20% товару чи послуги
Банк Кредит Дніпро	Freebank	Вхід у додаток за відбитком пальця, автоматичний підбір умов депозиту, персоналізація профілю через встановлення власного аватара,

Джерело: складено авторами на основі [4]

На сьогодні, у практиці банків використовуються такі технології збуту:

- пакетна пропозиція послуг – організація продажу клієнту певного набору послуг;

– крос-продажі – можливість продати додатковий банківський продукт;
 – кобрендингові програми – спільне розміщення на продуктах товарних знаків і просування брендів партнерів, що дозволяє реалізувати переваги партнерства. Це ефективний маркетинговий інструмент просування платіжних карт та залучення нових клієнтів. Характеристика окремих каналів міститься у табл. 5.

Таблиця 5

Характеристика альтернативних каналів збуту банківських продуктів

Канал продажу	Особливості продажу
Клієнт-банк	Клієнт отримує банківські послуги через пряме з'єднання його комп'ютера з банківським сервером через модем
Інтернет-банкінг	Здійснення банківських операцій через Інтернет
Банкомат	Проведення розрахунків і готівкових операцій з використанням платіжних карток здійснюється через автоматичні пристрої
Термінали	Автономні пристрої, встановлені у філіях банку, супермаркетах, вокзалах тощо
Контакт-центр	Системи пристроїв для автоматичного або напівавтоматичного з'єднання клієнта з фахівцями банку
Мобільний зв'язок	Здійснення транзакцій та отримання інформації власником рахунку з використанням мобільного телефону
Аутсорсинг	Залучення додаткових агентів з компаній-партнерів для продажу банківських продуктів та послуг

Джерело: [8, с. 63]

Інноваційні технології ведення банківської справи надають можливість: зменшити ризик, надання банківських послуг, підвищити ефективність функціонування банків, запропонувати якісніше обслуговування банків.

Нині банки України тільки частково впроваджують цифрові технології у власну діяльність. Наразі широко використовують Digital Marketing – технологія, що надає можливість розповсюджувати банківські продукти для великої кількості клієнтів, мінімізуючи витрати банку. Також у нашій країні все більша кількість банків децентралізовану фінансову систему як блокчейн за допомогою якого можна буде створювати електронний обіг всієї документації без додаткових відомостей, а також посилити захист банківських розрахунків [6, с. 63].

Великою популярністю користується Near Field Communication (NFC) – технологія що передбачає використання смартфонів при здійсненні різномірних розрахунків. За кордоном стало можливість використання чат-ботів та віртуальних помічників для покращення роботи банківських працівників у зв'язку з автоматизацією різних процесів.

Враховуючи вплив науково-технічного прогресу останні 10 років на розвиток та функціонування банківського ритейлу, доцільно виділити такі фактори впливу:

1. Глобалізаційні та інтеграційні процеси, впливають на рівень конкуренції учасників банківського ринку України, вимагаючи встановлення новітніх технологій.

2. Масове використання глобальної мережі Інтернет та перехід фінансового сектору в онлайн-режим.

3. Посилення конкуренції між банками та небанківськими установами через універсалізацію їх діяльності.

4. Технологічний розвиток, вимагає від банків оперативного управління, забезпечення банківських установ необхідною кількістю центрів самообслуговування, розроблення нових технологічних платформ [1, с. 55].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Роздрібний ринок банківських

послуг – це система економічних відносин, яка розвивається між його суб'єктами та забезпечує реалізацію попиту на різні послуги клієнтами. Завданнями банківського роздрібногo бізнесу є аналіз місця для відкриття нової філії банку, оцінка місця знаходження терміналу чи банкомату для визначення рівня окупності. У 2019 році спостерігається зростання конкуренції у сегменті кредитування роздрібних клієнтів, зокрема у напрямку високоприбуткового споживчого кредитування. Загальний обсяг депозитів зростає у 2019 році на 291591 млн. грн. порівняно із роком раніше. Однією з проблем на депозитному ринку залишається недовіра клієнтів до надійності банків. Щодо наданих кредитів комерційними банками, то вони збільшились у 2018 році на 82115 млн. грн., а в 2019 році зменшились на 85430 млн. грн.

Що стосується конкретних напрямів розвитку ритейлу, то можна виокремити наступні завдання для банківських установ:

- розвивати альтернативні канали збуту банківських продуктів та створити нові на основі ІТ-технологій;
- залучати депозити у фізичних осіб на довгостроковий період;
- переглянути та змінити умови надання споживчих позик;
- запровадити ефективні програми лояльності для роздрібних клієнтів банків.

Література

1. Васильєва Т. А., Кривич Я. М., Леміш І. О. Фактори впливу на стратегічне управління банківським ритейлом. *Механізм регулювання економіки*. 2018. № 3. С. 54-61. URL:
2. Голуб Г. Г. Ритейл у банківському секторі України. *SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF THE MODERN PERIOD OF UKRAINE*. 2018. № 2 (130). С. 53-56.
3. Демченко А. М. Сучасний стан банківського ритейлу в Україні. *Фінансовий простір*. 2014. № 3 (15). С. 48–52.
4. Дубина М., Шеремет О. Розвиток e-banking: світовий та вітчизняний досвід. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. №2(18). С.153-162. URL: <https://www.researchgate.net/publication/340507725>.
5. Зублюк О.Д. Ринок банківських послуг теоретичні аспекти організації і стратегічного розвитку в Україні. *Банківська справа*. 2016. № 5/6. С. 23-25.
6. Кириленко С. Нові підходи у наданні роздрібних банківських послуг в умовах розвитку цифрових мобільних технологій: досвід іноземних банків. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2016. Вип.4. С. 62-70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2016_4_7
7. Комісарчик О.В. Теоретичні аспекти роздрібногo банківництва. *Фінанси, облік і аудит: зб. наук. праць*. 2014. Вип. 15. С. 75-83.
8. Копилюк І.В., Тимчишин Ю.В., Музичка О.М. Організаційно-економічні засади банківського кредитування у сфері роздрібногo бізнесу. *Фінанси та банківська справа*. 2018. №3 (19). С. 62-66.
9. Купрієнко О. В. Тенденції розвитку роздрібногo бізнесу в сучасній банківській системі. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник тез доповідей XIII Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Суми. 2010. Т.1. С. 46-48.
10. Собків Й.О. Суть роздрібногo ринку банківських послуг та підходи до його сегментації. *Фінансова система України*. 2015. №18. С. 441-446.
11. Сидорова О.В., А. М. Демченко Ринок банківських послуг в Україні та механізми його дослідження. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць*. 2017. Том 2. № 2(23). С.60-67
12. Ярова А.В. Роздрібні послуги в діяльності банків. *Фінанси, облік і аудит*. 2016.

Випуск 1 (27). С. 164-173. URL: <http://faa.kneu.edu.ua>.

13. Офіційний веб-сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>

14. Офіційний веб-сайт інформаційного агентства «Фінансовий клуб»
URL: <https://finclub.net/ua/>

15. Digital Economy and Society Index 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>.

16. Individuals using the internet for internet banking. European Commission. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00099&plugin=1>.

17. Kuznyetsova, A., Kozmuk, N., Zherybylo, I., Sydorova, O., & Zvarych, M. (2018). The Essence of Retail and Development of Retail Banking Innovative Mechanisms in Ukraine. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 316-331. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-27>

References

1. Vasiljeva T. A., Krivich Ja. M., Lemish I. O. (2018). Faktori vplivu na strategichne upravlinnja bankivskim ritejlom [Factors influencing the strategic management of banking retail]. *Mexanizm reguljuvannja ekonomiki - The mechanism of economic regulation*, 3, 54-61 [in Ukrainian].

2. Golub G.G.(2018). Retail in the banking sector of Ukraine. *SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS OF THE MODERN PERIOD OF UKRAINE*, 2(130), 53-56 [in Ukrainian].

3. Demchenko A. M. (2014). The current state of banking retail in Ukraine. *Finansovij prostir*, 3(15), 48-52 [in Ukrainian].

4. Dubina M., Sheremet O. (2019). Development of e-banking: world and domestic experience. *Problemi i perspektivi ekonomiki ta upravlinnja*, 2(18), 153-162. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/340507725> [in Ukrainian].

5. Zubljuk O.D. (2016). Banking market theoretical aspects of organization and strategic development in Ukraine. *Bankivska sprava*, 5/6, 23-25 [in Ukrainian].

6. Kirilenko S. (2016). New approaches in the provision of retail banking services in the development of digital mobile technologies: the experience of foreign banks. *Visnik Ternopil'skogo nacional'nogo ekonomichnogo universitetu* [Bulletin of Ternopil National Economic University], 4, 62-70. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vtneu_2016_4_7 [in Ukrainian].

7. Komisarchik O.V. (2014). Theoretical aspects of retail banking. *Finansi, oblik i audit: zb. nauk. prac.*, 15, 75-83 [in Ukrainian].

8. Kopiljuk I.V., Timchishin Ju.V., Muzichka O.M. (2018). Organizational and economic principles of bank lending in the retail business. *Finansi ta bankivska sprava*, 3(19), 62-66 [in Ukrainian].

9. Kuprijenko O. V. (2010). Trends in retail business development in the modern banking system. *Problemi i perspektivi rozvitku bankivskoji sistemi Ukrajini: zbirnik tez dopovidej* [Problems and prospects of development of the banking system of Ukraine: a collection of abstracts]. XIII Vseukrajinska naukovopraktichna konferencija [XIII All-Ukrainian scientific-practical conference]. Sumy, 1, 46-48 [in Ukrainian].

10. Sobkiv J.O. (2015). The essence of the retail market of banking services and approaches to its segmentation. *Finansova sistema Ukrajini*, 18, 441-446 [in Ukrainian].

11. Sidorova O.V., Demchenko A. M. (2017). The market of banking services in Ukraine and mechanisms of its research. *Finansovo-kreditna dijalnist: problemi teoriji ta praktiki: zbirnik naukovix prac*, 2(23), 60-67 [in Ukrainian].

12. Jarova A.V. (2016). Retail services in banks. *Finansi, oblik i audit*, 1(27), 164-173. Retrieved from <http://faa.kneu.edu.ua> [in Ukrainian].

13. Oficijnyj sajt Nacionaljnogho banku Ukrajinjy [Official site of the National Bank of Ukraine]. Retrived from <http://bank.gov.ua>.
14. Oficijnij sajt informacijnogo agentstva «Finansovij klub» [Official site of the financial agency "Financial Club"]. Retrived from <https://finclub.net/ua/>
15. Digital Economy and Society Index 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>.
16. Individuals using the internet for internet banking. European Commission. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tin00099&plugin=1>.
17. Kuznyetsova, A., Kozmuk, N., Zherybylo, I., Sydorova, O., & Zvarych, M. (2018). The Essence of Retail and Development of Retail Banking Innovative Mechanisms in Ukraine. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 316-331. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-27>