

УДК 336.71

## СУЧАСНИЙ СТАН БАНКІВСЬКОГО РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

**Андрій Миколайович ДЕМЧЕНКО**

аспірант Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ)

*Анотація. У статті здійснено аналіз сучасного стану банківського ритейлу, виявлено тенденції та напрями його розвитку. Вивчено вплив потреби населення у фінансових послугах та змін ринкових умов на формування продуктового ряду банківського ритейлу.*

*Аннотация. В статье осуществлен анализ современного состояния банковского ритейла, выявлены тенденции и направления его развития. Изучено влияние потребности населения в финансовых услугах и изменений рыночных условий на формирование продуктового ряда банковского ритейла.*

**Ключові слова:** інноваційні банківські продукти, банківський ритейл, депозитний портфель, платіжна картка.

**Ключевые слова:** инновационные банковские продукты, банковский ритейл, депозитный портфель, платежная карточка.

**Постановка проблеми.** В умовах світової економічної інтеграції важлива роль належить сфері обігу банківських продуктів. Вона є невід'ємною складовою розвитку економічних відносин. Від ситуації у вітчизняному ритейлі залежить задоволення першочергових потреб десятків мільйонів українців, тому поліпшення якості банківських продуктів, розширення каналів їх продажу, доступності і простоти у використанні є тими питаннями, які сьогодні актуалізуються науковцями та фахівцями-практиками фінансово-кредитного сектору економіки.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Аналіз наукових публікацій, присвячених дослідженню розвитку ринку банківських продуктів показав, що багато уваги приділяється організації дистанційного самообслуговування із застосуванням сучасного програмного забезпечення, перспективам переведення банківського бізнесу в електронний режим, максимізації банківських розрахунків, статистичним показникам зростання галузі. Вагомий внесок у питання дослідження банківських продуктів із сегменту ритейл внесли зарубіжні дослідники М. Портер, Ж. Тіроль, С. Авдашева, Н. Розанова. В Україні дослідженням конкуренції в галузі банківництва, зокрема роздрібною торгівлі банківськими продуктами, займаються С. Онікієнко, М. Тельсевич, О. Рудакова, О. Чуб, І. Медведева, А. Головіна та інші. Проте перелічені дослідження є фрагментарними та не дають комплексного бачення розвитку вітчизняного ритейлу.

Ці питання лягли в основу даної статті, метою якої є проведення глибокого аналізу сучасного стану українського ритейлу та виявлення напрямів і тенденцій його розвитку в майбутньому.

**Обґрунтування отриманих наукових результатів.** У 2013 р. і першому кварталі 2014 року банківська система України функціонувала в умовах сильної невизначеності в економіці, фінансової нестабільності, політичних потрясінь та іноземної окупації частини країни із загрозою вторгнення у східні та південні області. Відбувалася інтенсивна системна атака зовнішніх ринків на економіку держави, в тому числі, на банківську систему. Це спричинило відключення від СЕП частини території України, припинення повноцінного функціонування окремих банків Росії, зокрема ПАТ «Банк Русский Стандарт», захоплення банківських установ АР Крим.

За таких умов Національний банк України намагається запровадити заходи жорсткої регуляторної політики, зокрема взято під контроль певні обмеження з валютних операцій, прийнято рішення про затвердження обмінного курсу валюти відразу за формуванням ринкового.

Сьогодні банківська система України знову опинилася у кризі, яка кардинально відрізняється від попередніх. Відповідно, наявні антикризові плани та проекти виявились недієздатними.

За період формування банківської системи в Україні фінансові установи надавали пріоритет юридичним особам. Банки, часом, створювались безпосередньо на фондах великих підприємств

та були зосереджені на обслуговуванні цих підприємств. Діяльність з фізичними особами відбувалась досить пасивно. Проте з часом відбулась значна переорієнтація і на даний час більшість банківських установ віддає перевагу обслуговуванню фізичних осіб.

Це стало поштовхом для створення нових мереж, нових продуктів, відкриття нових відділень, збільшення персоналу, а також посилення конкуренції в банківській сфері. Поступово спектр послуг для фізичних осіб став значно ширшим за класичні послуги, які банки надають юридичним особам. На даний час фізичні особи мають можливість дистанційно самостійно керувати своїми рахунками, відкривати депозити та онлайн отримувати кредити, користуватись розрахунковим рахунком та овердрафтом.

Фінансово-економічні кризи, що відбулись в Україні у 1998 р. та 2008 р., змусили банки більшу увагу приділяти комплексному обслуговуванню громадян (приймання комунальних платежів, грошові перекази, окремі розрахунки, дорожні чеки та ін.). Ринок диктував свої потреби, що спонукало банківські установи до активного розвитку комісійно-посередницьких операцій та сприяло забезпеченню отримання стабільних доходів від обслуговування роздрібних клієнтів.

Поступово ритейл набув вагомого значення у розвитку банківського сектору. Потрібно зауважити, що кожен банк будував систему ритейлу, виходячи із власної стратегії, досвіду, можливостей та прогнозів на перспективу.

Банківський ритейл (retail banking) – це комплекс послуг та банківських продуктів для приватних споживачів.

На даний час сегмент ритейлу проходить формування в умовах напруженої конкуренції між багатьма банками, причому багато доволі потужних банків з іноземними інвестиціями не витримують конкурентної боротьби. Серед них ПАТ «Кредит Європа Банк», що належить голландській групі Credit Europe Bank, нідерландське ПАТ «ІНГ Банк Україна», шведське ПАТ «Сведбанк», ПАТ «СЕБ Банк», який входив в групу компаній SEB Group разом з компанією SEB Asset Management Ukraine. Причиною цього стала законодавча заборона надавати споживчі та іпотечні валютні кредити при одночасному підвищенні ризиковості у роботі з національною грошовою одиницею з огляду на нестійкий курс.

Однак для інших фінансових установ вихід конкурентів з ритейлу дасть можливість збільшити частку присутності на ринку. Більшість

комерційних банків у 2014 р. проводять політику закріплення існуючих позицій, оптимізації своїх бізнес-процесів і вдосконалення систем управління ризиками, оскільки загальноекономічна ситуація і регуляторна політика залишаються невизначеними.

Ринкові умови ставлять нові вимоги щодо розвитку банківського ритейлу, який сьогодні є необхідністю для банківського сектору та споживачів банківських продуктів, серед яких можна виділити:

- кредитування поточних потреб;
- розміщення грошових коштів на депозитних рахунках;
- обслуговування платіжних карт;
- private banking;
- організація пенсійного обслуговування;
- організація кредитування;
- управління активами;
- фінансові та майнові консультації;
- операції з обміну валюти;
- здійснення грошових переказів у національній та іноземній валюті;
- здійснення готівкових платежів;
- відкриття та ведення поточних рахунків фізичних осіб (в т.ч. карткових);
- обслуговування кредитних карткових рахунків;
- споживче кредитування під різні види забезпечення (та незабезпечених) кредитів;
- надання в оренду індивідуальних банківських скриньок;
- фінансове консультування та інформування;
- продаж та прийняття на вклади банківських металів;
- іпотечне кредитування на первинному та вторинному ринках житлової нерухомості;
- довірче управління майном;
- телефонний банкінг та домашній банкінг;
- дистанційні консультаційні центри (таких як «гаряча лінія»);
- консультаційні послуги (персональний менеджер);
- видача іменних та дорожніх чеків;
- оплата товарів та послуг юридичних осіб;
- інвестиційні послуги (акції, облігації, ФФБ тощо);
- приймання комунальних платежів та ін.

Формування продуктового ряду банківського ритейлу обумовлюється результатами глибокого та всебічного вивчення потреб населення в фінансових послугах і включає, в першу чергу, створення комплексних продуктів, що макси-

мально задовольняють ці потреби. Параметри та сутність таких продуктів змінюється в залежності від зміни ринкових умов та потреб клієнтів.

При цьому роздрібні банківські мережі організують таким чином, щоб забезпечити можливість надання будь-якої з існуючих послуг в кожному відділенні (торгівельному майданчику чи терміналі) банку. Банківські відділення мають знаходитися в безпосередній близькості до споживача, що передбачає необхідність функціонування їх значної кількості та формування мереж, спрямованих на комплексне обслуговування населення.

За даними НБУ, у першому кварталі 2014 року в Україні зареєстровано 18488 відділень банків і 23243 банкомати, 221,2 тис. платіжних терміналів, з яких 192,3 тис. – торгові Р05-термінали [1]. Зростає також кількість платежів через системи інтернет-банкінгу [4].

Масовий характер активізації банками власних фінансових та маркетингових зусиль на ринку ритейлу стали очевидною передумовою виділення роздрібною бізнесу із комплексу традиційних банківських послуг та його організаційного оформлення як окремого напрямку банківської діяльності. Комплексний підхід до обслуговування приватних осіб, активне просування фінансових послуг для населення, всестороннє залучення до сфери банківського обслуговування широких верств населення підвищили рентабельність роздрібною бізнесу і його привабливість для вітчизняних банків.

У світовій банківській практиці виділяють три варіанти організації банківського ритейлу:

- організаційне виокремлення роздрібною бізнесу в структурі універсального банку як відокремленого самостійного напрямку банківської діяльності;

- створення окремого (спеціалізованого) банку, основним і єдиним напрямом діяльності якого є роздрібний бізнес;

- повне організаційне відокремлення ритейлу і створення дочірнього роздрібною банку у складі банківської (фінансової) групи.

На даний час в більшості розвинутих країн світу не відбувається швидкого зростання продажу банківських послуг приватним особам через наповнення даного сегмента ринку та зростання конкуренції між банками. Тому єдиний спосіб підтримки попиту на ці послуги – їхнє постійне удосконалення та пристосування до постійно змінюваних потреб потенційних споживачів.

Сучасний ритейл – це, перш за все, спектр

технологій (від організації бізнес-процесів в банку до каналів доставки продуктів населенню), тому управління банківським бізнесом повинно відрізнятися оперативністю реакції на зміни кон'юнктури ринку і безперервним пошуком нових цільових орієнтирів.

Ключове значення в цьому процесі відіграє зміна якісного складу потенційних споживачів банківських послуг. Все більше уваги до своїх бажань та потреб привертає молоде (компетентніше та активніше) покоління споживачів. Така категорія потенційних клієнтів бажає витратити якомога менше часу та ресурсів і прагне отримувати яскраво виражені індивідуалізовані послуги.

Інноваційні технології ведення банківського бізнесу та управління ним дозволяють, по-перше, запропонувати якісніше обслуговування клієнтів-фізичних осіб; по-друге, зменшити ризик, пов'язаний з наданням роздрібною банківських послуг; по-третє, підвищити результативність роботи банку з кожним клієнтом та рентабельність роздрібною напрямку діяльності в цілому.

Асортимент банківських послуг змінюється постійно і його склад визначається потребами різних груп клієнтів, їх пріоритетами та можливостями. Постійно проводиться пошук нових потреб у клієнтів та розробка принципово нових можливостей банків.

Впровадження інноваційних банківських продуктів зумовлює необхідність роз'яснення клієнтам їхнього змісту, підвищення фінансової культури споживачів та їх юридичної грамотності, посилення значення такого фактору, як довіра клієнтів.

На даний час класичні стандартні банківські послуги з приймання переказів, проведення платежів та поточного короткострокового кредитування частіше реалізуються через банкомати чи повністю автоматизовані відділення, котрі працюють цілодобово. Таким чином, відбувається збільшення обсягів операцій, що здійснюються через електронні інформаційні банківські системи, і зменшення витрат на персонал відділень, задіяних в обслуговуванні та консультуванні клієнтів.

Розширення спектру та альтернативних каналів ритейлу розглядається банками як необхідний крок на шляху створення віртуального банку. Функціонування такої фінансово-кредитної установи передбачає не просто відмову від традиційної стандартної мережі банківських відділень, а й перехід на віртуальні канали збу-

ту. Віртуальний банк означає цілковиту його реструктуризацію та докорінну зміну форм взаємодії з клієнтом.

Особливу увагу під час кредитування банки приділяють розвитку беззаставних готівкових кредитів і споживчих кредитів на купівлю товарів. Другим пріоритетним напрямом є автокредитування. Іпотека надається тільки тим клієнтам, яким для купівлі квартири не вистачає 30-40% від загальної вартості.

Значну увагу банки приділяють впровадженню програм, спрямованих на збільшення комісійних доходів, розвитку віддалених систем обслуговування діючих клієнтів, таких як: інтернет-банкінг, мобільний банкінг, зони самообслуговування, а також розвитку карткового бізнесу.

Структура депозитного портфеля фізичних осіб за 2013 рік змістилася у бік вкладів у гривні: їх приріст склав 38 % при зростанні валютних вкладів менше ніж на 1 %. Слід зазначити, що значно збільшилася частка строкових вкладів і подовжилися їх терміни: якщо середній депозит у 2012 році розміщувався на термін 2,5-3 місяці, то у 2013 році – на 6 місяців і більше. Цей показник є результатом введення нових депозитних продуктів з високими ставками. Проте із постійним ростом валютних ресурсів спостерігається постійна тенденція дострокового розірвання депозитних

угод, не зважаючи на втрати відсотків та виплати комісійних.

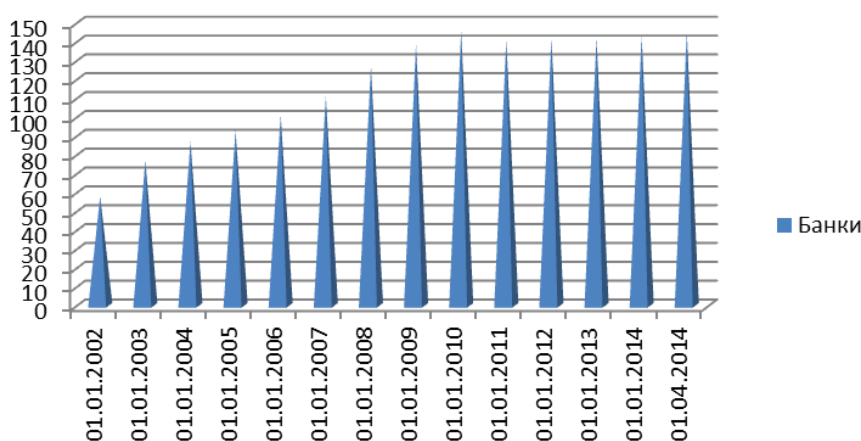
За даними НБУ, в лютому 2014 року населення зняло 7,6 % гривневих і 6,3% валютних вкладів. У грошовому еквіваленті це становило понад 19 млрд. гривень і 1,4 млрд. дол. США відповідно. Ці показники похитнули рівновагу банківської системи і змусили ввести тимчасові адміністрації до багатьох банків.

Поряд з цим, багатьом банкам вдається успішно протистояти проявам кризи та нестабільності. Так за підсумками 2013 року ПАТ «ОТП Банк» збільшив обсяг свого роздрібно-кредитного портфеля на 814 млн грн – до 5,9 млрд. грн. Такий результат активної роботи дозволив фінансовій установі увійти до п'ятірки лідерів у сегменті роздрібно-кредитування за версією видання «Капітал» [2].

За даними Національного банку України, приріст роздрібно-кредитування у банківській системі в 2013 році склав 3,7% (6 млрд грн), порівняно з 2012 р. і зріс до 167,8 млрд грн [3].

Функціонування та розвиток банківського ритейлу, інноваційних рішень та продуктів безпосередньо залежить від активності використання платіжних карток, що в свою чергу залежить від наявної системи та мережі використання таких платіжних засобів (рис. 1).

**Банки-члени карткових платіжних систем (шт.)**



*Рис. 1. Банки-члени платіжних карткових систем*

*Джерело: розроблено автором за даними НБУ [3]*

За даними рис. 1 видно, що з 2002 року кількість банків-учасників карткових платіжних системи України зростала і на 01.01.2014 р. склала

143 банки (станом на 01.01.2010 р. – 146 банків). Невелике зниження кількості банків-членів платіжних карткових систем відбулось в результаті

виходу 4 іноземних банків із сфери ритейлу.

Розглянемо динаміку росту держателів пла-

тіжних карток, кількості платіжних карток в обігу та активних платіжних карток на рис. 2.

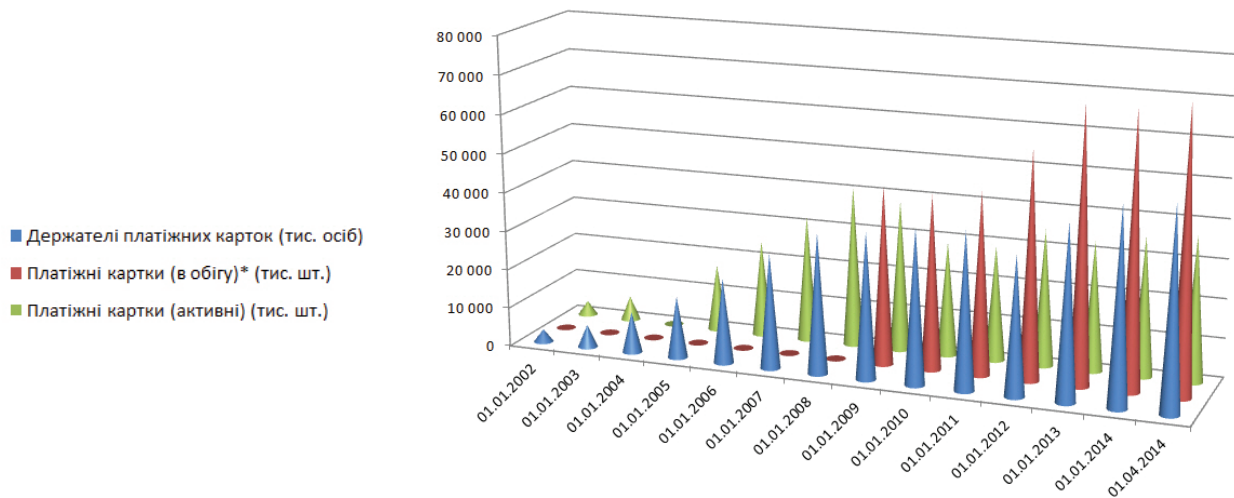


Рис. 2. Держателі платіжних карток, кількості платіжних карток в обігу та активні платіжні картки 2002-2014рр

Джерело: розроблено автором за даними НБУ [3]

Аналізуючи динаміку зростання держателів платіжних карток, кількості платіжних карток в обігу та активних платіжних карток відзначимо, що із 2002 року по 2009 рік кількість випущених карток перевищувала кількість держателів таких карток, і ці картки активно використовувались. Це спричинено цільовим випуском карток під обслуговування банківських продуктів, таких як зарплата, депозити чи поточні рахунки. Проте, у 2012 році при незначній зміні кількості держателів карток в межах 37-50 млн чоловік різко зросла кількість випущених карток до 69,826 млн. Що стосується активних карток, то їх кількість різко знизилась у порівнянні з 2008 роком (41,162 млн грн) і у 2013 році становила 35,622 млн грн. Насамперед, таке зниження відбулося через масовий випуск карток під різноманітні банківські продукти, котрі надавались громадянам в пакеті продуктів до укладених угод.

#### Список використаних джерел

1. Офіційний сайт ubanks. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ubanks.com.ua/>.
2. Офіційний сайт ПАТ «ОТП Банк». [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.otpbank.com.ua/news/news\\_detail.php?ID=49845](http://www.otpbank.com.ua/news/news_detail.php?ID=49845).
3. Офіційний сайт Національного банку України. [Електронний ресурс]. — Режим досту-

**Висновки.** Сьогодні банкам доводиться активно конкурувати у сфері ритейлу, їх конкурентоспроможність визначається сформованим брендом, присутністю на ринку, просуванням, організацією продажів і обслуговування, тарифною політикою.

Банківський ритейл повинен активно розвиватися у напрямках збереження депозитних вкладів на існуючому рівні, нарощування ресурсної бази за рахунок залучення депозитів населення, збільшення беззаставних і короткострокових кредитів, збільшення комісійних доходів за рахунок зростання кількості переказів, комунальних платежів, обслуговування платіжних карт, а також за рахунок розвитку альтернативних каналів продажу (Інтернет і клієнт-банк, термінали самообслуговування, банкоматні мережі).

пу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>.

4. В Україні обсяг безготівкових платежів зріс на 74 %. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://economics.unian.ua/finance/882784-v-ukraini-obsyag-bezgotivkovih-plateiiv-zris-na-74.html>.