

СЕКЦІЯ 4
Сучасний розвиток фінансового ринку України: можливості, виклики, загрози

УДК 336.7

Акопян Дарина
аспірантка кафедри фінансових технологій і підприємництва
Сумський державний університет
м. Суми, Україна

Науковий керівник: Школьник Інна
докторка економічних наук, професорка
професорка кафедри фінансових технологій і підприємництва
Сумський державний університет
м. Суми, Україна

Darina Akopyan
PhD student of the Department of Financial Technologies and Entrepreneurship
Sumy State University
Sumy, Ukraine

Scientific supervisor: Inna Shkolnyk
Professor, Doctor of Economics
Professor at the Department of Financial Technologies and Entrepreneurship
Sumy State University
Sumy, Ukraine

ЦИФРОВИЙ БАНК ЯК НОВА МОДЕЛЬ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

DIGITAL BANK: A NEW MODEL OF BANKING BUSINESS

Активний розвиток інформаційних та комунікаційних технологій зумовлює цифровізацію усіх економічних процесів, що зумовлює нові правила гри в банківській діяльності. На фінансовому ринку з'явилися нові високотехнологічні FinTech-компанії, які є конкурентами банківських установ. В таких умовах з метою збереження конкурентних позицій на ринку традиційні банки змушені змінювати існуючу бізнес-модель через діджиталізацію своєї діяльності, впровадження інноваційних цифрових продуктів і послуг. Результатом цих процесів є виникнення цифрових банків (необанків, банків-челленджерів) – банків, що надають послуги з використанням цифрових технологій та Інтернету.

Під необанком розуміють компанію, що надає банківський та платіжний сервіс через мобільні додатки і платформи персональних комп'ютерів, без традиційної мережі банківських відділень [1].

Ця нова інноваційна бізнес-модель відповідає сучасним трендам суспільства і є клієнтоцентрованою – зручність для споживача, прозорість, гнучкість та адаптивність до змін можна назвати основними акцентами необанків.

Динаміка інвестицій у цифрові банки свідчить про стрімке зростання даного сегменту (рис. 1.1): обсяги інвестицій у 2021 році майже у 5 разів більші у порівнянні з 2018 роком. Особливо стрімке зростання спостерігалось у 2021 році – 11,6 млрд. дол. США на рік, в той час як у 2020 році обсяг інвестицій становив лише 4,9 млрд. дол. США. Такий ріст може бути пов'язаний зі збільшенням попиту на онлайн банківські послуги через пандемію COVID-19. Оскільки робота фізичних відділень банків була обмежена, надання банківських послуг через інтернет-платформи і мобільні додатки було актуальним для споживачів і затребуваним на

ринку, що спонукало появу ринку на нових інституцій, які пропонували дані послуги. Існуючі традиційні банки намагались максимально перевести свою роботу в онлайн для збереження своїх позицій на ринку, а для нових компаній ринковий сегмент був привабливий через його ємність і можливості отримання прибутку.

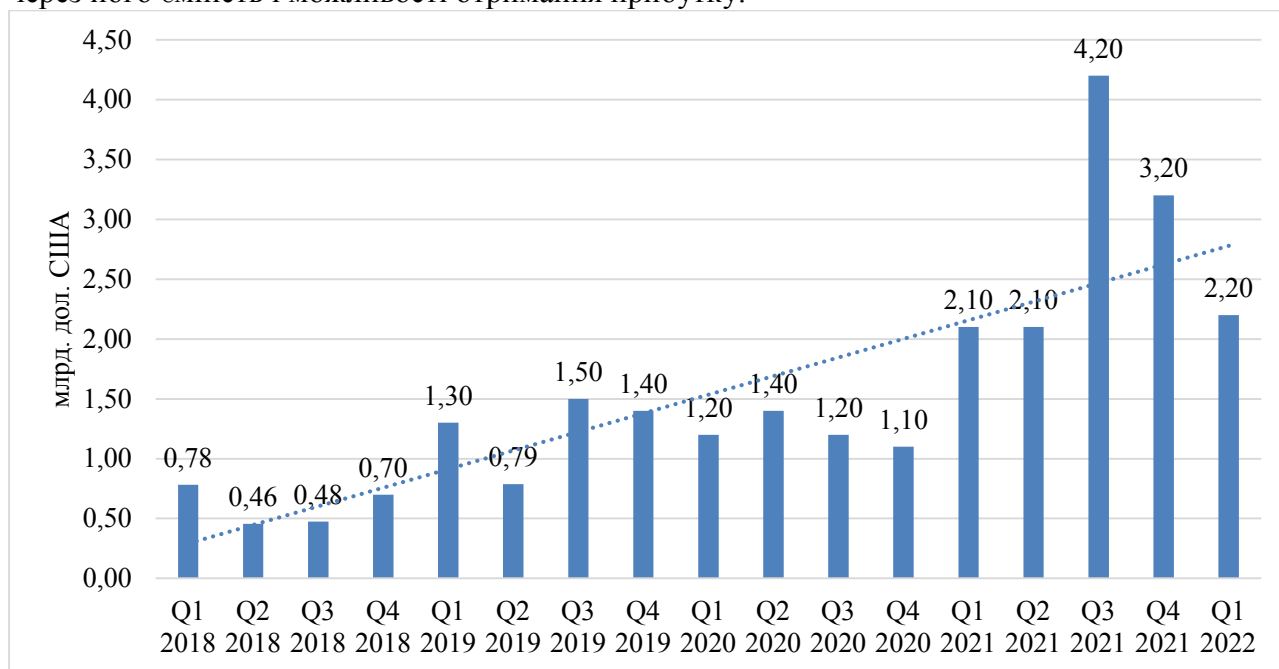


Рис. 1.1 - Обсяги інвестицій у цифрові банки ("challenger banks")

Джерело: складено автором за даними [2].

У світовій практиці цифрові банки можуть бути створені як окремі банківські установи з власною ліцензією, або можуть діяти на основі вже існуючої традиційної банківської установи. Так, фахівцями IBM Corp. (Sales and Distribution) було виокремлено 4 моделі функціонування цифрових банків [3]:

1. Бренд цифрового банку («digital bank brand») – передбачає створення традиційним банком окремого бренду, що пропонує нові продукти і послуги, які націлені на окремий сегмент споживачів. Використовуючи таку стратегію, традиційний банк зберігає свою наявну клієнтську базу і не потребує ребрендингу. Такі цифрові банки зазвичай використовують наявну інфраструктуру материнського банку, але і можуть бути продані як окремий бренд. Прикладом такого банку в Україні є «Monobank», що створений як окремий бренд Universal bank і є його роздрібним продуктом.

2. Цифровий банківський канал («digital bank channel») – для покращення клієнтського досвіду та задоволення потреб споживачів традиційним банком пропонуються нові канали доставки банківських послуг, а саме через онлайн-платформи та мобільні додатки. При такому підході витрати є меншими, оскільки немає необхідності створювати новий банк з нуля, а існуючий бренд вже має певну репутацію на ринку та довіру споживачів. Саме така модель є найбільш характерною для України і застосовується такими банками, як ПАТ КБ «Приватбанк», ПАТ «ОТП Банк», АТ «Райффайзен Банк Аваль» та іншими.

3. Цифровий банк як дочірня компанія («digital bank subsidiary») – створення дочірнього цифрового банку як завершеної бізнес-моделі, що здатна генерувати готові рішення і продукти. Дана стратегія є оптимальною для традиційних банків з жорсткою і неповоротною системою. Така модель цифрового банку покладається на гнучкі та модульні серверні системи, що дозволяє легко впроваджувати інноваційні продукти.

4. Окремий цифровий банк («digital native bank») – повноцінний банк, що побудований на основі цифрових технологій. Переважними каналами комунікації клієнта з банком є цифрові канали, що можуть доповнюватися особистою взаємодією у фінансових

центрах, через відео-зв'язок тощо. Такі банки є продуктом FinTech і функціонують на основі власної банківської ліцензії.

Якщо порівнювати традиційний банк, що здійснює діяльність через мережу фізичних відділень, і цифровий банк (табл. 1.1), слід зазначити, що останній орієнтований не тільки на надання традиційних банківських послуг, а й пропонує клієнтам інноваційні послуги, засновані на FinTech-інноваціях.

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика традиційних і цифрових банків

| Ознака | Традиційний банк | Цифровий банк (необанк, банк-челленджер) |
|-------------------------|--|--|
| Клієнти | Різні категорії (фізичні особи різного віку та статі, юридичні особи) | Переважно молодь, фрілансери, малі та середні підприємства |
| Канали дистрибуції | Фізичні відділення | Онлайн-платформи, мобільні додатки, соціальні мережі |
| Основні джерела доходів | Відсотки за кредитами, комісійні та агентські винагороди | Плата за преміальні аккаунти, комісійні винагороди |
| Основні напрями витрат | Відсотки за депозитами, підтримка діяльності системи та фізичних відділень | Технологічне вдосконалення, маркетингові стратегії, клієнтський сервіс |
| Конкурентні переваги | Більш стабільний, солідний, надійний | Прозорий, зручний, гнучкий |

Джерело: складено автором на основі [1, 4]

Цифрові банки можуть надавати послуги окремим вузьким сегментам споживачів, що сприяє збільшенню фінансової інклюзивності. Крім того, цифрові банки застосовують клієнтоорієнтований підхід – якісний клієнтський сервіс, зручні та зрозумілі банківські послуги, які доступні 24/7. За рахунок нижчих операційних витрат (відсутність фізичних відділень, менша кількість персоналу), вартість банківських продуктів і послуг необанків може бути меншою, ніж у традиційних банків.

Отже, характерними рисами цифрових банків є надання ними банківських послуг через мережеві канали зв'язку (за допомогою онлайн-платформ, мобільних додатків тощо), максимальна орієнтація на потреби клієнтів, наявність оптимізованої і гнучкої інфраструктури, що дозволяє легко впроваджувати нові цифрові рішення і здійснювати операції у реальному часі. Необанк як нова бізнес-модель дозволяє банкам зберігати і розширювати клієнтську базу, збільшувати частку ринку та забезпечувати фінансову стабільність.

Перелік використаних джерел

1. Лобозинська С.М., Скоморович І.Г., Владичин У.В. Діяльність необанків на ринку фінансових послуг в Україні та світі. Фінансовий простір. 2021. Випуск 3(43). С. 7-21. URL: <http://fpnpu.cibs.ubs.edu.ua/article/view/242459> (дата звернення: 24.05.2022). DOI: [https://doi.org/10.18371/fp.3\(43\).2021.071821](https://doi.org/10.18371/fp.3(43).2021.071821)
2. База даних FinTech by dealroom. URL: <https://tinyurl.com/2p8adpbm> (дата звернення: 13.05.2022)
3. Designing a sustainable digital bank. IBM Sales and Distribution. URL: <https://www.ibm.com/downloads/cas/XGJGOJWA> (дата звернення: 20.05.2022)
4. Menegon A. FinTechs and Challenger Banks: Old Business, Brand New Approach. Iason Research Paper Series. 2020. URL: https://www.iasonltd.com/doc/rps/2020/2020_FinTechs_and_Challenger_Banks_!!_Old_Business,_Brand_New_Approach.pdf (дата звернення: 19.05.2022)