

Косар Н. С.
*к.е.н., доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

Кузьо Н. Є.
*старший викладач,
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

Білик І. І.
*к.е.н., доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна*

РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

DOI: 10.25313/mono2020-2

Банківська система є найважливішим елементом фінансового ринку України, від стабільності та розвиненості якої залежить можливість подальшого ефективного розвитку вітчизняної економіки [1]. Її функціонування спрямоване на забезпечення перерозподілу коштів між такими суб'єктами ринку як населення, окремі суб'єкти господарювання та держава.

Одночасно на діяльність банківських установ України, як складових банківської системи, значною мірою впливають фактори їх макросередовища, передусім політична стабільність у державі, купівельна спроможність її населення, рівень його заощаджень, наявне державне регулювання економіки,

розвиток ВВП. Станом на 01.07.2020 р. в Україні функціонувало 75 діючих комерційних банків, серед яких 34 — це банки з іноземним капіталом (23 із них — із 100% іноземним капіталом) [2]. У 2019 р. чисельність наявних в Україні комерційних банків України скоротилися на 57,14% порівняно з 2007 р., а чисельність банків з іноземним капіталом — на 25,53%, у той же час чисельність банків із 100% іноземним капіталом збільшилася на 35,29%.

Позитивна динаміка розвитку характерна для ситуації стосовно активів і пасивів комерційних банків України протягом 2007–2019 рр. — табл. 1, табл. 2.

Аналіз табл. 1 показує, що у структурі активів комерційних банків України у 2019 р. найбільшу частку займали

Таблиця 1

Динаміка сумарних активів комерційних банків України протягом 2008–2020 рр., млн. грн. [3]

Період	Сумарні активи	Надані кредити	Кредити для суб'єктів господарювання	Кредити для фізичних осіб	Резерви за активними банківськими операціями
01.01.2008 р.	599396	485368	276184	153633	20188
01.01.2009 р.	926086	792244	472584	268857	48409
01.01.2010 р.	880302	747348	474991	222538	122433
01.01.2011 р.	942088	755030	508288	186540	148839
01.01.2012 р.	1054280	825320	580907	174650	157907
01.01.2013 р.	1127192	815327	609202	161775	141319
01.01.2014 р.	1278095	911402	698777	167773	131252
01.01.2015 р.	1316852	1006358	802582	179040	204931
01.01.2016 р.	1254385	1009768	830632	175711	321303
01.01.2017 р.	1256299	1005923	847092	157385	484383
01.01.2018 р.	1336358	1042798	870302	170938	516985
01.01.2019 р.	1360764	1118618	919054	196634	555871
01.01.2020 р.	1494460	1033539	822020	206761	492069
01.07.2020 р.	1589647	1038212	820902	212250	505298

надані кредити суб'єктам господарювання — 55,00%, на надані кредити фізичним особам припадало лише 13,84%. Це свідчить про значні перспективи комерційних банків у напрямі кредитування фізичних осіб. У кінці 2007 р. надані кредити суб'єктам господарювання займали 46,08% у загальних обсягах кредитування комерційними банками України, надані кредити фізичним особам — 25,63%. Проведений аналіз свідчить про суттєве зростання починаючи з 2010 р. у сукупних активах банків частки наданих кредитів суб'єктам господарювання та зменшення частки наданих кредитів фізичним особам. Протягом 2008–2019 рр. величина наданих комерційними банками кредитів суб'єктам господарювання зросла у 2,98 рази, фізичним особам — у 1,35 разів, наданих кредитів загалом — у 2,13 рази. Вищеподаний аналіз свідчить про зростання активності діяльності комерційних банків щодо кредитування суб'єктів господарювання. Проте у 2019 р. величина наданих банками кредитів суб'єктам господарювання зменшилася на 10,56% порівняно з 2018 р., а кредитів, наданих фізичним особам, зросла на 5,15%. У першій половині 2020 р. величина наданих кредитів суб'єктам господарювання зменшилася, але зросла величина кредитів, наданих фізичним особам.

Активні операції банків можуть бути реалізовані завдяки його пасивам, динаміка яких відображена у табл. 2.

Аналіз динаміки сумарних пасивів комерційних банків України протягом 2007–2019 рр. показує, що вони зросли у 2,49 раз, сумарний статутний капітал банків — у 10,98 раз, сукупні зобов'язання банків — у 2,44 рази, сумарні кошти суб'єктів господарювання — у 4,45 раз, фізичних осіб — у 3,38 раз.

Характерною особливістю розвитку банківської системи України у 2019 р. було суттєве зростання сукупних зобов'язання банків порівняно з 2018 р. — на 7,34%, при цьому сумарні кошти суб'єктів господарювання зросли на 22,65%, сумарні кошти фізичних осіб — на 8,59%.

У першому півріччі 2020 р. сумарні пасиви комерційних банків України порівняно з кінцем 2019 р. зросли на 6,37%, передусім за рахунок сукупних зобов'язань банків, які зросли

Таблиця 2

**Динаміка сумарних пасивів комерційних банків України
протягом 2008–2020 рр., млн. грн. [4]**

Період	Сумарні пасиви	Сумарний статутний капітал	Сукупні зобов'язання банків	Сумарні кошти суб'єктів господарювання	Сумарні кошти фізичних осіб
01.01.2008 р.	599396	42873	529818	111995	163482
01.01.2009 р.	926086	82454	806823	143928	213219
01.01.2010 р.	880302	119189	765127	115204	210006
01.01.2011 р.	942088	145857	804363	144038	270733
01.01.2012 р.	1054280	171865	898793	186213	306205
01.01.2013 р.	1127192	175204	957872	202550	364003
01.01.2014 р.	1278095	185239	1085496	234948	433726
01.01.2015 р.	1316852	180150	1168829	261372	416371
01.01.2016 р.	1254385	222170	1150672	318568	402137
01.01.2017 р.	1256299	414668	1132515	369913	437152
01.01.2018 р.	1336358	495377	1172761	403927	478565
01.01.2019 р.	1360764	465532	1205114	406166	508869
01.01.2020 р.	1494460	470712	1293606	498156	552592
01.07.2020 р.	1589647	473474	1392783	532883	625979

на 7,67% (сумарні кошти суб'єктів господарювання збільшилися на 6,97% , а фізичних осіб — на 13,28%).

На позицію банку на ринку, попит на його продукти суттєво впливає довіра до нього із сторони клієнтів. Рейтинг стійкості комерційних банків України за результатами діяльності банківської системи України у першому півріччі 2020 р. подано у табл. 3.

Аналіз табл. 3 показує, що найвищі загальні рейтинги за результатами діяльності у першому півріччі 2020 р. припадали на іноземні банки такі як АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «Укрсиббанк», АТ «Креді Агріколь Банк», АТ «ОТП Банк», АТ «ПроКредит Банк», АТ «КредоБанк». До ТОП-10 банків увійшли також такі вітчизняні банки як АТ КБ «Приватбанк», АТ

«ПУМБ», АБ «Укргазбанк» та АТ «Ощадбанк». При цьому найбільшу лояльність клієнтів завоювали такі банківські установи як АТ «Укрсиббанк», АТ «Універсал Банк», АТ «Райффайзен

Таблиця 3

Рейтинг стійкості комерційних банків України за результатами діяльності банківської системи України у першому півріччі 2020 р. [5]

Найменування комерційного банку	Загальний рейтинг	Стресостійкість	Лояльність вкладників	Оцінка аналітиків	Місце в рейтингу за депозитами фізичних осіб
1. АТ «Райффайзен Банк Аваль»	4,73	4,70	4,60	4,91	4
2. АТ «Укрсиббанк»	4,38	3,90	4,80	4,82	8
3. АТ «Креді Агріколь Банк»	4,30	4,00	4,40	4,73	12
4. АТ «ОТП Банк»	4,16	4,00	4,10	4,64	9
5. АТ «ПроКредит Банк»	3,89	3,80	3,60	4,64	14
6. АТ «КредоБанк»	3,83	3,60	3,80	4,47	15
7. АТ КБ «Приватбанк»	3,82	3,50	3,90	4,38	1
8. АТ «ПУМБ»	3,69	3,00	4,40	3,93	7
9. АБ «Укргазбанк»	3,68	3,20	3,90	4,47	5
10. АТ «Ощадбанк»	3,55	2,90	4,00	4,29	2
11. АТ «Правекс банк»	3,54	3,40	3,70	3,67	23
12. АТ «Альфа-Банк»	3,44	2,70	4,00	4,20	3
13. АБ «Південний»	3,32	3,00	4,00	2,87	11
14. АТ «Універсал Банк»	3,32	2,20	4,80	3,31	10
15. АТ «Укресімбанк»	3,29	2,70	4,00	3,40	6
16. АТ «Альянс Банк»	3,29	2,90	3,90	3,13	27
17. АТ «Таскомбанк»	3,22	2,60	4,00	3,22	13
18. АТ «Ідея Банк»	3,19	2,90	3,30	3,67	21
19. АТ «Піреус Банк»	3,16	3,00	3,20	3,40	30
20. АТ «Восток»	3,11	2,90	3,80	2,33	18

Банк Аваль», АТ «Креді Агріколь Банк», АТ «ПУМБ», АТ «ОТП Банк». Хоча іноземні банки пропонують своїм вкладникам значно нижчі депозитні відсотки, вони користуються значною довірою у населення.

2019 р. виявився успішним для банківської системи України — табл. 4. Вона отримала найбільші чисті процентні та комісійні доходи і прибуток. При цьому 50% усієї прибутковості забезпечив АТ КБ «Приватбанк». Рентабельність банківського капіталу у 2019 р. становила 34%. Це було обумовлене збільшенням як операційних доходів, так і скорочення банками відрахувань до резервів під активи. НБУ почав знижувати свої ставки, що викликало зниження комерційними банками ставок для клієнтів [6].

При появі адаптивного карантину у другому кварталі 2020 р. банківські установи активно відновили зниження депозитних ставок. На 12-місячний депозит у національній валюті у кінці червня 2020 р. середня депозитна ставка становила 9,6% річних, у дол. США — ставка приблизно 1,3% річних.

Карантин негативно вплинув на основні показники функціонування банківського сектору України у другому кварталі 2020 р. Скорочення попиту на кредити обумовило зменшення величини кредитного портфеля як корпоративного, так і роздрібного сектору. Проте збільшилися у другому кварталі 2020 р. порівняно з аналогічним періодом 2019 р. темпи зростання

Таблиця 4

Динаміка деяких фінансових показників банківського сектору України за 2012–2019 рр., млрд. грн. [6]

Показники	Роки							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Чисті процентні доходи	49,2	49,1	52,2	39,1	44,2	53,1	73	79
Чисті комісійні доходи	18,1	21	23,1	22,6	24,2	27,5	37,8	43
Чистий прибуток (збиток)	6	1,4	-33,1	-66,6	-159,4	-26,5	22,3	59,6

гривневих коштів фізичних осіб. Зростання відрахувань комерційних банків до резервів призвело до зниження прибутковості банківського сектору у першому півріччі 2020 р. [7]. Чистий кредитний портфель юридичних осіб у другому кварталі 2020 р. зменшився на 6,3% у національній валюті та на 3,6% — в іноземній валюті. Протягом другого кварталу 2020 р. НБУ два рази знижував облікову ставку і вона досягла 6% річних. Це обумовило подальше скорочення депозитних та кредитних ставок. Гривневі кошти для юридичних осіб подешевшали до 5,2% річних, річні ставки за кредитами становили 10,6% річних, для фізичних осіб вони залишилися все ще високими і складала 32,8% річних. Вартість депозитних та кредитних ставок у валюті знаходиться ще на нижчому рівні, зокрема кредитні ставки для суб'єктів господарювання є нижчими за 5% річних. Проте попит на банківські продукти на ринку зменшився, що обумовило скорочення чистого комісійного доходу банківських установ протягом другого кварталу 2020 р. на 1,5%. У першому півріччі 2020 р. українські банки отримали 23,79 млрд. грн. чистого прибутку — на 23% менше ніж за аналогічний період 2019 р. [8].

Зростання популярності Інтернет-банкінгу та його доступності для клієнтів, прагнення банків до економії коштів обумовлюють їх дії стосовно скорочення власної збутової мережі. Протягом четвертого кварталу 2019 р. державні та іноземні комерційні банки активно зменшували мережу своїх відділень. Наприклад, АТ «Ощадбанк» скоротив 144 своїх структурних підрозділи, а приватні банки, розширили свою збутову мережу протягом четвертого кварталу 2019 р., відкривши 5 нових відділень. Усього протягом 2019 р. комерційні банки України закрили 507 відділень, найбільша кількість відділень була закрита у Дніпропетровській області (64).

У зв'язку з карантинном та пандемією коронавірусу активувалося використання банками дистанційного обслуговування своїх клієнтів через систему Інтернет-банкінгу. Важливим завданням у цій сфері є формування надійних систем щодо захисту інформації про клієнтів, проведення постійної

модернізації існуючого технічного, а також технологічного забезпечення банку [9, с. 424]. У сучасних умовах використання Інтернет-банкінгу в Україні щороку зростає. Найбільше послугами Інтернет-банкінгу користуються особи віком 25–34 років, зокрема відсоток активних користувачів серед них складає 43%. Для інших вікових категорій їх частка не перевищує 22% [10, с. 125]. Проте частка користувачів мережі Інтернет серед населення України є вищою і має стійку тенденцію до зростання. Це свідчить про значні перспективи розвитку Інтернет-банкінгу.

Банкам доцільно розширювати використання Інтернет-банкінгу, використовуючи при цьому досвід вітчизняних банківських установ — табл. 5.

При розширенні послуг Інтернет-банкінгу комерційному банку необхідно врахувати основні вимоги до нього з позиції клієнта та банку (табл. 6).

Сьогодні у сфері маркетингових комунікацій банківських установ зростає роль реалізації ними маркетингових комунікацій з використанням соціальних мереж [12, с. 57], які часто роблять наголос на соціальній відповідальності банку. Хоча деякі банки розробляють свої комунікаційні звернення, використовуючи емоційні мотиви або гумористичний стиль.

Для залучення клієнтів банківські установи мають також покращувати маркетингові комунікації у межах своїх відділень, тобто у місцях реалізації його продуктів. Тут у руслі сучасних тенденцій можливим є використання цифрового мерчандайзингу [13, с. 147–148]. З його використання банківська установа може здійснювати управління власним контентом, що включає у себе відео-зображення, окремі анімаційні блоки та текстові повідомлення. При цьому для кожного банківського відділення може бути сформований власний контент на основі врахування результатів продажу у ньому, особливостей його місця знаходження та клієнтської бази. Інтерактивні пристрої забезпечують банк можливістю отримати інформацію від клієнта, а наявне програмне забезпечення — персоніфікувати інформацію для них. Вищерозглянута система Digital Signage

**Порівняльна характеристика Інтернет-банкінгу
вітчизняних банківських установ [11]**

Банківська установа	Система онлайн-банкінгу	Послуги Інтернет-банкінгу
АТ КБ «ПриватБанк»	Приват 24	Переказ коштів з будь-якої банківської карти на іншу, оплата рахунків за телефон, комунальних послуг, оплата покупок в Інтернет-магазинах, відкриття депозитів, управління кредитами і депозитами, ведення домашньої бухгалтерії, придбання квитків на транспорт та розважальні заходи — загалом більше 40 опцій. ПриватБанк пропонує своїм клієнтам 19 мобільних додатків, які пристосовані до певного типу користувачів
АТ «ПУМБ»	iPUMB	Оплата комунальних послуг, рахунків за телефон, оплата покупок, перекази коштів, депозитний конструктор, за допомогою якого можна обрати суму вкладу, термін дії, спосіб виплати відсотків, можливість зняття і поповнення коштів — загалом 37 опцій
АТ «Альфа-банк»	Alpha Mobile Banking	Прямий доступ до банківських операцій та транзакцій онлайн, перегляд залишків та рух коштів на рахунках і картах, переказ коштів між власними і сторонніми рахунками, погашення кредиту без комісії, оплата рахунків за комунальні послуги, оплата страхових внесків — загалом 35 опцій
АТ «Універсал Банк»	Monobank	Переказ коштів, оплата комунальних послуг, поповнення рахунків телефону, відкриття депозитів, кредитний калькулятор, кешбек залежно від виду товарів та послуг 2–20% вартості
АТ «Ощадбанк»	Ощад24/7	Оформлення депозитів, переказ коштів, погашення кредитів, оформлення додаткових платіжних карт тощо
АТ «Креді Агріколь Банк»	-	Всі види платежів, перегляд виписок та балансів, всі види заявок. Зони Інтернет-банкінгу обладнані планшетами і сучасним touch screen монітором для вільного доступу клієнтів

Таблиця 6

Основні вимоги до Інтернет-банкінгу [10, с. 126]

З позиції клієнта	З позиції банку
Цілісний споживчий досвід	Гнучка IT-інфраструктура
Біометрія	Нові сховища цифрових даних
Мобільність	Розширена аналітика
Повністю безпаперові процеси	Штучний інтелект
Мультиканальність	Фінансове планування
Підтримка р2р-переказів і крауд-фандингу, включаючи р2р-кредитування	Автоматизація продажу продуктів та їх створення
Електронна кредитна картка	Безпека
Цифрові гаманці	Комплексна бізнес-модель

допомагає співробітникам банку налагоджувати спілкування з своїми клієнтами інтерактивно на різних мовах і для управління нею достатньо лише одного спеціаліста [14, с. 219]. Засоби цифрового мерчандайзингу дозволяють банку реалізувати концепцію соціально-відповідального маркетингу за допомогою підвищення обізнаності клієнтів у фінансових питаннях. Складовими системи Digital Signage є інтерактивні кіоски, «електронна черга» та корпоративне телебачення, але на її розробку та реалізацію необхідні кошти.

У найближчій перспективі очікується зміна формату функціонування відділення банку [15], яке стане важливим каналом у сфері консультування та обслуговування роздрібних клієнтів, особливо тих, що належать до преміальних сегментів. Фокусування зусиль працівників банку на наданні консультацій та реалізації високомаржинальних продуктів, змусить комерційні банки додатково вкладати кошти у навчання співробітників щодо проведення експертизи, розвивати у них soft skills і надавати їм більше повноважень у діяльності, забезпечуючи їх гнучкість у реагуванні на потреби клієнтів. Співробітники банківської установи повинні будуть надавати необхідну допомогу клієнтам у прийнятті ними складних фінансових

рішень у різних сферах, освоєнні ними нових банківських продуктів, навчати їх можливостям та інструментам для самообслуговування. У перспективі очікується і поява віддаленого обслуговування з використанням телефонів або смартфонів, як на території клієнта, так і у відділенні банківської установи (з наявністю ключових експертів у вузькій сфері або із забезпеченням повністю автоматизованого обслуговування і зв'язку із співробітником банку з використанням відео). Відділення комерційних банків повинні мати різні формати, адаптовані під потреби цільових сегментів.

Література

1. Марценюк — Розарьонова О. В., Шмігельська В. В. Аналіз сучасного стану ринку банківських послуг в Україні та напрями його розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6594> (дата звернення 23.11.2020).
2. Основні показники діяльності банків. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat> (дата звернення 29.11.2020).
3. Активи банків України (2008–2020). URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/active> (дата звернення 25.11.2020).
4. Пасиви банків України (2008–2020). URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/passive> (дата звернення 25.11.2020).
5. Рейтинг стійкості банків за підсумками 2 кварталу 2020. URL: <https://minfin.com.ua/ua/banks/rating> (дата звернення 29.11.2020).
6. Огляд банківського сектору. НБУ, лютий 2020 р. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2020/08/18/50792907> (дата звернення 27.11.2020).
7. Огляд банківського сектору. НБУ, липень 2020 р. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector_Review_2020-08.pdf?v=4 (дата звернення 27.11.2020).
8. В НБУ рассказали, на сколько сократилась прибыль банковской системы Украины. URL: <https://psm7.com/bank/v-nbu-rasskazali-na-skolko-sokratilas-pribyl-bankovskoj-sistemy-ukrainy.html> (дата звернення 30.11.2020).
9. Семенов А.Г. Дослідження комплексу маркетингових комунікацій підприємства. Інфраструктура ринку. 2020. Випуск 39. С. 422–428.

10. Рисін В. В., Рисін М. В. Перспективи розвитку цифрового банкінгу на фінансовому ринку України. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*. 2017. Випуск 2 (124). С. 123–127.

11. Інноваційні банки України: хто кращий? URL: <https://marketer.ua/the-best-innovative-banks-of-ukraine> (дата звернення 30.11.2020).

12. Гірняк В. В. Сучасні інструменти маркетингу в продажі банківських продуктів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 23(2). С. 55–58.

13. Косар Н. С., Кузьо Н. Є. Напрями втілення інновацій у маркетингову діяльність комерційних банків України у сучасних умовах. *Економіка та право*. 2018. № 1 (49). С. 143–150.

14. Веселова М. Ю. Нові тенденції маркетингової діяльності комерційних банків: зарубіжний досвід. *Сталий розвиток економіки*. 2014. № 3 (25). С. 217–222.

15. Василевський Ю. Технологічний банк, або як трансформуються відділення в найближчому майбутньому. URL: <https://mind.ua/openmind/20203808-tehnologichnij-bank-abo-yak-transformuyutsya-viddilennya-v-najblizhchomu-majbutnomu> (дата звернення 30.11.2020).