

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.713 : 338.465.4

Піддубна В.Г.,
аспірант кафедри банківської справи,
Одеський національний економічний університет

МАРКЕТИНГ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

Піддубна В.Г. Маркетинг банківських інновацій у забезпеченні фінансової стійкості банків України. У статті визначено основні елементи маркетингу банківських інновацій у забезпеченні фінансової стійкості банків. Головною метою маркетингу банківських інновацій є поглиблення теоретико-методичних засад реалізації процесу маркетингу банківських інновацій та визначення напрямів його вдосконалення в контексті забезпечення фінансової стійкості банків в умовах мінливості мета-, макро- та мікросередовища. Отримані результати можуть бути використані для формування нової бізнес-моделі функціонування банків, що, своєю чергою, викликано чинниками фінансової кризи світового та національного рівнів.

Ключові слова: банківський маркетинг, банківські інновації, маркетинг банківських інновацій, фінансова стійкість, інноваційний банківський продукт.

Поддубная В.Г. Маркетинг банковских инноваций в обеспечении финансовой устойчивости банков Украины. В статье определены основные элементы маркетинга банковских инноваций в обеспечении финансовой устойчивости банков. Главной целью маркетинга банковских инноваций является углубление теоретико-методических основ реализации процесса маркетинга банковских инноваций и определение направлений его совершенствования в контексте обеспечения финансовой устойчивости банков в условиях изменчивости мега-, макро- и микросреды. Полученные результаты могут быть использованы для формирования новой бизнес-модели функционирования банков, что, в свою очередь, вызвано факторами финансового кризиса мирового и национального уровней.

Ключевые слова: банковский маркетинг, банковские инновации, маркетинг банковских инноваций, финансовая устойчивость, инновационный банковский продукт.

Poddybna V.G. Marketing of banking innovations in ensuring financial stability of Ukrainian banks. The author of the paper defines the main elements of innovative banking marketing in ensuring financial stability of banks. The main target of innovative banking marketing is to deepen the theoretical and methodical principles of implementing the process of innovative banking marketing and determine the directions of its improvement in the context of providing financial stability. This process takes place in the context of ensuring financial stability of banks in the conditions of variability of meta-, macro- and micro-environments. The obtained results can be used to a new business model of the banks, which was formed by the financial crisis of the world.

Key words: bank marketing, banking innovations, marketing of banking innovations, financial stability, innovative banking product.

Постановка проблеми. Важлива роль у відновленні та нарощуванні економічного потенціалу, забезпеченні високих темпів економічного зростання і розвитку вітчизняної економіки належить банківським інноваціям. Підтверджує важливість і актуальність даної проблеми для банківського сектора та економіки України у цілому те, що питання вивчення інноваційного банківського

маркетингу протягом багатьох років є предметом дискусій і досліджень.

Тенденції розвитку теорії та практики інноваційного банківського маркетингу зумовлюють необхідність формування нових підходів до управління фінансовою стійкістю банків України, використання комплексу маркетингу на протязі всього життєвого циклу нововведень починаючи

з пошуку інноваційної ідеї і закінчуючи реалізацією банківського продукту на ринку. Інноваційна спрямованість сучасних економічних процесів викликає нові вимоги до змісту, методів і форм, організації різних видів управлінської діяльності в банківському маркетингу.

Сучасний розвиток вітчизняного ринку банківських послуг пов'язаний із проблемою формування нової бізнес-моделі функціонування банків, що, своєю чергою, викликано чинниками фінансової кризи світового та національного рівнів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам, які пов'язані з розвитком банківського маркетингу та банківських інновацій, присвячено наукові праці Т.В. Васильєвої [1], С.Б. Єгоричєвої [2], Д.В. Завдаської, Л.В. Кузнецової [3], В.В. Коваленко [4], Л.Ф. Романенко [5] та багатьох інших. Поряд із цим у наукових дослідженнях недостатньо уваги приділяється симбіозу інновацій та маркетингу, а також визначення їх ефективності в контексті фінансової стійкості банку.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є розроблення теоретичних, методологічних положень і практичних рекомендацій щодо визначення ролі маркетингу банківських інновацій у забезпеченні фінансової стійкості банків.

Виклад основного матеріалу. Основним критерієм сталого розвитку банків виступає досягнений рівень їх фінансової стійкості. Чинники, що впливають на рівень фінансової стійкості банків, слід розглядати з позиції структурних та інституційних диспропорцій економіки України, які є постійним джерелом ризиків загострення фінансових і валютних криз; проблем банківської системи та перетворення банківської кризи у системну, макро- та мікросередовища функціонування банків як інституціональної одиниці (табл. 1).

Представлена характеристика чинників, що впливають на рівень фінансової стійкості банків, свідчить про потребу у подальшому дослідженні місця маркетингу банківських інновацій у реформуванні банківського сектору, що підтверджується визначеними напрямками цього процесу у Комплексній програмі розвитку фінансового сектору України до 2020 р. за такими заходами, як:

- забезпечення фінансової стабільності та динамічного розвитку фінансового сектору: створення рівних умов для конкуренції у фінансовому секторі; забезпечення подальшого розвитку безготівкового обігу та розвиток роздрібних безготівкових платежів із використанням електронних платіжних засобів; підвищення рівня корпоративного управління учасників фінансового сектору; впровадження нових та розвиток наявних

- інструментів (у т. ч. похідні) фінансового сектору; стимулювання розвитку інструментів та інфраструктури фінансового сектору; розбудова інфраструктури, що забезпечує ефективне накопичення та обмін інформацією щодо кредитної історії позичальників;

- розбудова інституційної спроможності регуляторів фінансового сектору: налагодження комунікації регуляторів зі споживачами та учасниками фінансового сектору; забезпечення можливості використання ІТ-технологій учасниками фінансового сектору;

- захист прав споживачів та інвесторів фінансового сектору: підвищення рівня фінансової грамотності та рівня культури заощаджень населення; підвищення стандартів розкриття інформації в інтересах споживачів та інвесторів фінансового сектору; створення нових інструментів захисту прав споживачів та інвесторів фінансового сектору [8].

На основі проведення аналізу наукових підходів до визначень «банківський маркетинг» та «банківські інновації» [1–5] автор статті на основі використання аксіоматичного методу пізнання пропонує власне бачення до визначення маркетингу банківських інновацій (рис. 1).

Виходячи з вищевказаного визначення маркетингу банківських інновацій, автор доходить висновку, що основою його метою є забезпечення фінансової стійкості банків як умови отримання стабільних доходів.

Фінансова діяльність будь-якого економічного суб'єкта багатогранна й являє собою сукупність взаємопов'язаних напрямів, пріоритетним з яких у стратегічній перспективі є конструювання, моделювання і реалізація різноманітних фінансових продуктів, що забезпечують найкращий кінцевий фінансовий результат. Банківські установи з урахуванням кон'юнктури на наявних фінансових ринках (кредитному, фондовому, валютному і т. д.) проводять певні операції із залучення та розміщення фінансових ресурсів, а також хеджування та фінансування проектів, використовуючи при цьому різні банківські продукти та інструменти.

Трансформація стратегічного розвитку банківської системи України та затяжний вплив світової фінансової кризи посилюють конкуренцію між банками для завоювання певної ніші на ринку банківських послуг. Упровадження наукових досягнень і винаходів в організацію банківського обслуговування забезпечує постійне відновлення і поліпшення банківських продуктів та застосування технологій обслуговування споживачів. У цьому аспекті набуває актуальності питання використання маркетингових банківських інновацій для забезпечення фінансово стійкого довго-

Характеристика чинників, що впливають на рівень фінансової стійкості вітчизняних банків

№ пор.	Група чинників	Характеристика чинників
1.	Структурні дисбаланси економіки України	
Скорочення реального сектору економіки; прискорення інфляції призвело до зниження доходів населення та споживання в реальному вимірі; зростання частки відтоку коштів з економіки України на оборону; розвиток фінансового сектору супроводжується стрімким зменшенням банків, скороченням депозитної бази та пропозиції кредитів; у 2015 р. знос капіталу перевищив інвестиції; заощадження зосереджені у фінансових установах, уряді та у домашніх господарствах; сировинна орієнтація промислового виробництва; підвищена вразливість до макроекономічних шоків; «хронічні» платіжні дисбаланси; імпортозалежність; кланово-олігархічний устрій, монополізація або олігополізація ринків та системна корупція на рівні управління державою, яка консервує сировинний тип розвитку економіки; перетворення державних органів у неефективного та корумпованого менеджера; перманентні проблеми з правами власності, що блокують мотивацію бізнесу до довгострокових інвестицій.		
2.	Системні проблеми банківської системи	
2.1.	Проблеми банківської системи	Системний дефіцит довгих ресурсів, що позбавляє банківську систему можливостей інвестиційного кредитування; спрямованість на поточні операції і невиконання функції головного кредитора для стратегічної структурної перебудови економіки; диспропорції банківських балансів за строками визрівання пасивів і активів та за валютами, що створює системну вразливість банківського сектору та його клієнтів до валютних шоків; погіршення структури банківського ринку; зниження конкуренції на банківському ринку; зниження нормативів достатності капіталу, ліквідності та платоспроможності банків (група малих банків є найбільш стійким елементом банківської системи за нормативом достатності капіталу).
2.2.	Проблеми перетворення банківської кризи у системну	Шоки з боку дій монетарного регулятора внаслідок його фундаментальних системних помилок у сфері монетарної, валютної і комунікаційної політики, а також неправильно обраної концепції дій у сфері банківського регулювання, а саме: порушення фундаментальних принципів оптимального управління банківською ліквідністю; диспропорції процентної політики НБУ; ризики розкручування НБУ надвитратної фінансової спіралі з депозитними сертифікатами; дисбаланси політики НБУ з рефінансування банків; проблеми політики управління обов'язковими резервами банків; проблеми політики НБУ щодо купівлі ОВДП; системні ризики недостатньої прозорості дій НБУ та слабкої підзвітності його суспільству.
3.	Чинники макро- та мікросередовища функціонування банків	
3.1.	Чинники макросередовища функціонування банків	Обсяги промислового виробництва; активізація діяльності суб'єктів підприємницької діяльності; життєвий рівень населення України; ступінь розвитку фондового ринку; активізація зовнішньоекономічної діяльності підприємств України; розгортання інфляційної спіралі; рівень безробіття.
3.2.	Чинники макросередовища функціонування банків	Швидкість та строки освоєння банком ділового циклу певного бізнес-напрямку або певного банківського продукту; товарна політика, що включає асортиментну й обсягову політику; цінова політика (розчленування і диференціація цін, врівноважувальне ціноутворення); збутова політика (організація мережі збуту); комунікаційна політика (власне продаж, реклама, робота з громадськістю, стимулювання збуту); розроблення та реалізація клієнтоорієнтованої корпоративної стратегії.

Джерело: систематизовано автором за [6; 7, с. 150]

тривалого розвитку банків та розширення клієнтської бази [10, с. 773].

Слід відзначити, що забезпечення фінансової стійкості банків пов'язане з певними відмінностями, які мають прояв через джерела формування фінансових ресурсів, структури активів і капіталу, підходів до оцінювання стійкості. Функціональ-

ний зв'язок між маркетингом банківських інновацій та фінансовою стійкістю банків можна розглядати через видову структуру фінансової стійкості.

По-перше, стійкість власного капіталу. В її основу закладено формування власного капіталу для виконання умов ліквідності та фінансової стійкості, можливості залучення капіталу

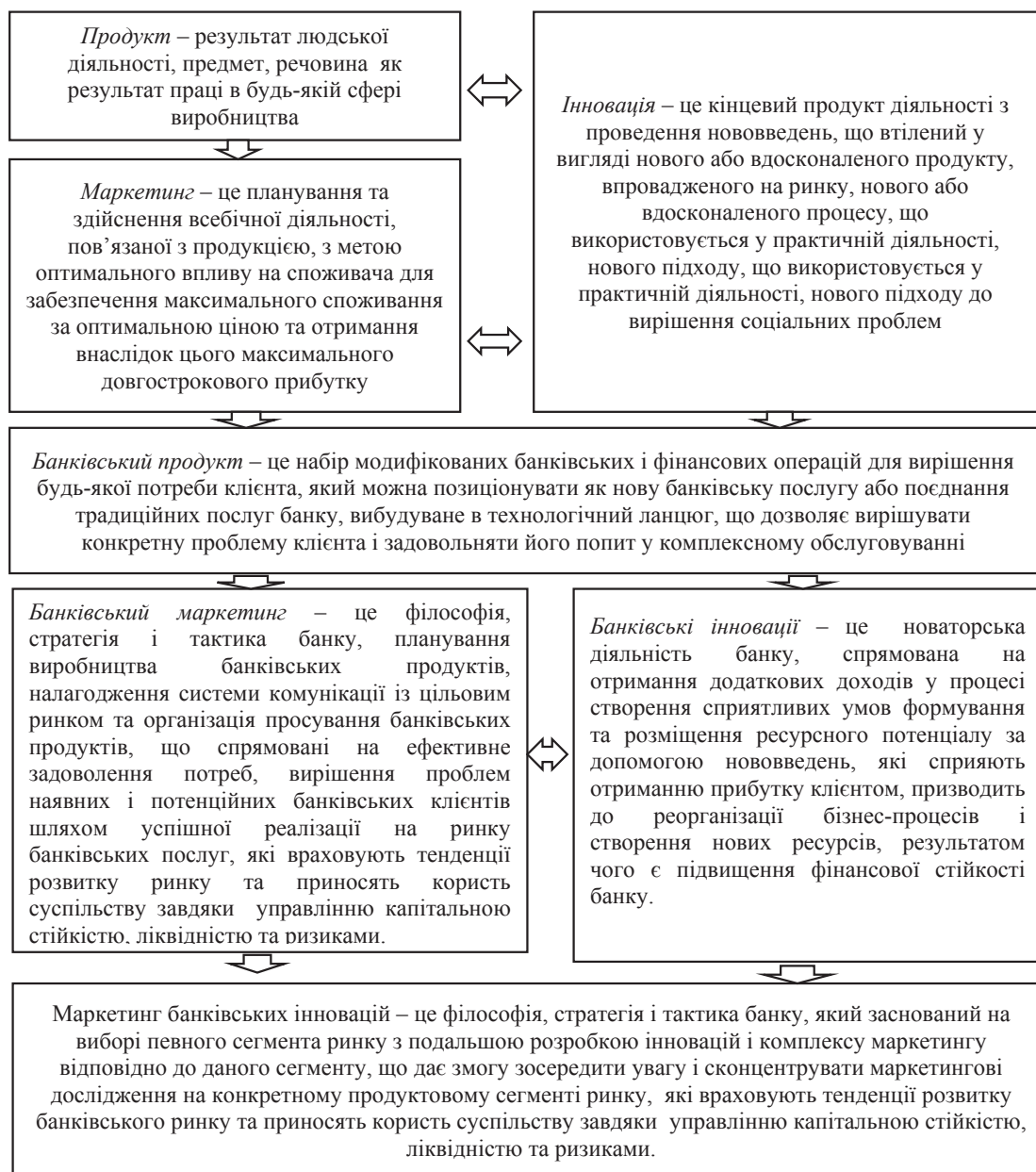


Рис. 1. Аксиоматичне визначення поняття «маркетинг банківських інновацій»

Джерело: систематизовано за [5, с. 7; 9, с. 113; 10, с. 774]

в обсязі, необхідному для реалізації ефективних інвестиційних проектів; забезпечення рентабельності власного капіталу; формування «гудвілу», наявності ефективної системи управління клієнтською базою банку, що забезпечує прозорість поточного та прогнозованого фінансового стану банку.

По-друге, комерційна стійкість. Відображає рівень зв'язків банку з іншими

учасниками ринкової інфраструктури на підставі розроблення та впровадження маркетингових комунікацій, якість співробітництва із кредиторами, дебіторами та клієнтами; підтримка

іміджу банку та формування нематеріальних активів.

По-третє, організаційно-структурна стійкість. Зумовлюється відповідністю

організаційної структури банку та системи управління реалізації покладених на банківську установу функцій, забезпечення ефективності обраної бізнес-моделі банку, визначення ефективності маркетингу банківських інновацій залежно від форми власності банку (державні, банки з іноземним капіталом та національні).

По-четверте, функціональна та ресурсна стійкість. В її основі закладено спеціалізацію або уні-

версалізацію продуктового ряду, впровадження та розвитку маркетингової орієнтації через формування фінансових ресурсів, які достатні для покриття витрат на розроблення, впровадження нових банківських продуктів, а також удосконалення наявних.

По-п'яте, стійкість інформаційних систем. Під інформаційними системами розуміють сукупність баз даних інформації та інформаційних технологій, що дають змогу їх обробляти [11, с. 20]. Використання цього виду стійкості пов'язане з виникненням нових інноваційних методів взаємодії банків із клієнтами за допомогою сучасних каналів обслуговування, таких як SMS-банкінг, WAP-банкінг та телебанкінг. Також у цьому аспекті слід розглядати й ефективність сформованої маркетингової інформаційної системи, яка складається із підсистем внутрішньої інформації, маркетингової розвідки, маркетингових досліджень, аналізу маркетингових досліджень. Через маркетингову інформаційну систему здійснюється взаємозв'язок між клієнтами, конкурентами, працівниками банку та самим банком у вигляді прийняття маркетингових рішень та комунікацій.

По-шосте, стійкість систем управління ризиками. Цей елемент фінансової стійкості пов'язаний з ефективністю сформованої в банку системи ризик-менеджменту. У процесі реалізації комплексу маркетингу банківських інновацій можуть виникнути такі види ризиків: ризик помилкового вибору інноваційного проекту; ризик незабезпечення інноваційного проекту достатнім рівнем фінансування; маркетингові ризики, пов'язані зі специфічними матеріальними ресурсами, які необхідні для розроблення банківського продукту, та знаходженням ринків і сегментів збуту продуктів, невдала сегментація ринку, помилковий вибір цільового сегменту, ризик політики ціноутворення, ризик проведення неефективної рекламної компанії та вибору стратегії продаж; ризики посилення конкуренції на ринку банківських послуг; ризики, пов'язані із забезпеченням прав інтелектуальної власності.

Для більш об'єктивної і всебічної оцінки впливу маркетингу банківських інновацій на фінансову стійкість банків автором запропоновано систему показників, на основі яких доцільно визначати фінансову стійкість та можливості для здійснення інвестиційної діяльності (табл. 2).

Як свідчать дані табл. 2, капітальна стійкість банків за показниками фінансового важеля, коефіцієнту участі капіталу у формуванні активів, коефіцієнту рівня капіталу у пасивах банків, коефіцієнту мультиплікатора капіталу, коефіцієнту активності залучення строкових депозитів не відповідає рекомендованим значенням, що свідчить

про неспроможність банків залучати кошти на фінансовому ринку та покривати ризики власними коштами, пов'язані з проведенням активних операцій.

Якщо проаналізувати показники, що характеризують інноваційні можливості банків, то можна спостерігати їх поступове зростання. Основним чинником, що призводить до такої ситуації, виступає спроможність банків України до завоювання конкурентної позиції на ринку банківських послуг для підтримки їх фінансової стійкості та виконання стратегічного напрямку інноваційного розвитку.

Висновки. Таким чином, автором статті визначено основні елементи маркетингу банківських інновацій у забезпеченні фінансової стійкості банків (рис. 2). Головною метою маркетингу банківських інновацій є поглиблення теоретико-методичних засад реалізації процесу маркетингу банківських інновацій та визначення напрямів його вдосконалення в контексті забезпечення фінансової стійкості банків в умовах мінливості мета-, макро- та мікросередовища.

На рис. 2 суб'єкти маркетингу банківських інновацій представлено макро- та мікронаціональним рівнями. Але в умовах глобалізації необхідне виділення метарівня, що охоплює міжнародне зовнішнє середовище, що зумовлено глобалізацією економічних процесів та суттєво впливає на формування інноваційного потенціалу та функціонування національних банківських систем.

Йдеться про виникнення інноваційної глобалізації, основою якої виступає модель колективних інновацій, яка формується світовим співтовариством, що охоплює групи новаторів, інститутів-організацій та установ інноваційного розвитку і механізми їх узгоджених дій (інститут узгодження). До інституцій, що впливають на засади маркетингу банківських інновацій та забезпечення фінансової стійкості банків, належать: Міжнародний валютний фонд, Європейський банк розвитку і реконструкції, Банк міжнародних розрахунків, Базельський комітет із банківського нагляду, FATF, центральні банки світу, Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Європейська дослідницька рада, Європейський стратегічний форум із проблем наукової інфраструктури (ESFRI), Європейський інвестиційний банк тощо.

Залежно від кон'юнктури ринку інновацій, досвіду і рівня знань фахівців банку, принципів делегування повноважень можна використовувати різні структури організації інноваційного процесу.

Багато елементів, від яких залежить інновація, схильні до постійних змін, а отже, вимагають перегляду принципів організації економіч-

Таблиця 2
Динаміка показників, що характеризують інноваційні можливості банків за період 2010–2014 рр., %

Показники	рекомендовані значення	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017
Показники капітальної стійкості							
Коефіцієнт надійності	>=5%	31,58	29,89	28,80	48,89	15,54	10,93
Коефіцієнт фінансового важеля, од.	1:20	5,78	5,66	5,64	7,90	11,09	5,20
Коефіцієнт участі капіталу у формуванні активів	>= 10%	18,90	18,06	18,26	15,60	6,59	7,13
Співвідношення статутного і балансового капіталу	15-50%	110,53	103,48	96,18	121,70	214,22	334,99
Коефіцієнт рівня капіталу у пасивах банку	10-15%	14,75	15,02	15,07	11,24	8,27	9,85
Коефіцієнт захищеності власного капіталу	>=25%	25,34	23,50	20,81	25,52	35,49	29,36
Коефіцієнт мультиплікатора капіталу, од.	12-15	6,13	6,43	6,90	7,31	6,21	3,03
Співвідношення капіталу до депозитів	12-15 %	31,58	29,89	28,80	48,89	8,47	12,34
Показник, що характеризують інноваційні можливості банків							
Коефіцієнт співвідношення кредитів та депозитів	60-70 %	61,66	70,17	73,88	66,20	63,11	57,66
Коефіцієнт активності залучення строкових депозитів	80-85 %	29,56	33,88	35,64	32,02	56,83	53,45
Рівень депозитів у зобов'язаннях	зростання	54,42	59,29	61,59	57,53	64,51	83,98
Коефіцієнт активності використання строкових депозитів у кредитний портфель	зростання	52,20	60,99	63,59	52,12	64,48	44,59
Коефіцієнт ресурсної ліквідності зобов'язань	зростання	112,91	113,52	114,00	109,42	108,32	108,82
Співвідношення акціонерного капіталу та залучених коштів	≥ 20 %	34,90	30,92	27,70	59,51	27,01	31,67
Коефіцієнт інвестиційної активності	зростання	5,33	4,89	6,62	7,01	14,53	22,93

Джерело: розраховано автором за [11, с. 496–498; 12; 13]

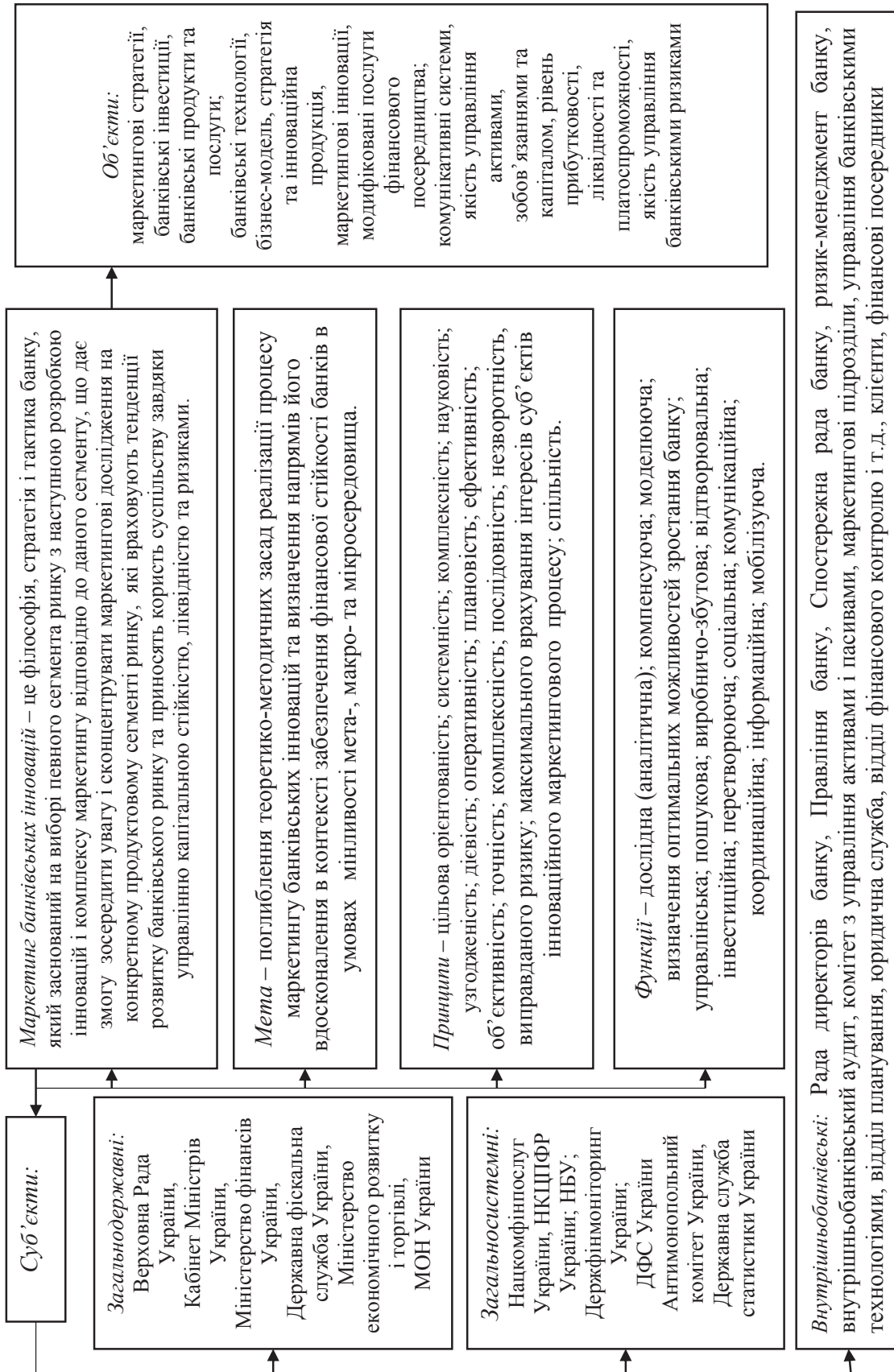


Рис. 2. Основні елементи маркетингу банківських інновацій у забезпеченні фінансової стійкості банків

Джерело: розробка автора

них процесів: підвищення вимог до структурної мобільності банку і до кваліфікації персоналу, зміни асортименту і структури банківських продуктів та послуг, а найголовніше – активного проведення маркетингу банківських послуг, що в кінцевому підсумку сприяє забезпеченню фінансової стійкості банків.

Слід відзначити, що в сучасних умовах розвитку банківського бізнесу акцент робиться на соціальний аспект інноваційного маркетингу, який націлений на задоволення потреб домашніх домогосподарств, що є достатньо обґрунтованим напрямом у сучасних кризових умовах функціонування банків.

Під час розроблення банківських інноваційних продуктів та послуг, які реалізуються через визначену стратегію маркетингу банківських інновацій та задовольняють різні економічні потреби клієнтів банку, самі банки повинні формувати тип власної фінансової поведінки на ринку, однією з яких в

умовах кризи є інноваційна фінансова поведінка.

Під інноваційною фінансовою поведінкою банків слід розуміти зусилля банків, які базуються на застосуванні двоєдиного підходу до розвитку інноваційних процесів у фінансовій сфері.

Сутність першого підходу полягає в упровадженні нових банківських продуктів на ринок банківських послуг зокрема та на фінансовий ринок у цілому. Другий підхід передбачає застосування нового інноваційного поєднання суттєвих прийомів, способів, методів та інструментів, які сприяють конструюванню різних інноваційних банківських продуктів для отримання банками додаткових конкурентних переваг, що в кінцевому підсумку впливає на рівень їх фінансової стійкості.

Таким чином, автор доходить висновку, що фінансова поведінка банків прямо пропорційно залежить від розробленої ними стратегії інноваційного маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Васильєва Т.А. Інновації у маркетингу / Т.А. Васильєва, І.В. Діденко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2016. – № 4. – С. 56–63.
2. Єгоричева С.Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти : [монографія] / С.Б. Єгоричева ; ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». – Полтава : АСМІ, 2010. – 348 с.
3. Завадська Д.В. Маркетинг у банку: теорія та методологія : [монографія] / Д.В. Завадська, Л.В. Жердецька, Л.В. Кузнецова. – Одеса : Атлант, 2010. – 717 с.
4. Kovalenko V.V. Implementation of Innovative marketing channels of the promotion of banking products / V.V. Kovalenko, V.G. Pidlybna // Public policy and economic development. Scientific and Practical Journal – 2017. – Issue 9(13). – P. 209–216.
5. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг : [підручник] / Л.Ф. Романенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 344 с.
6. Стратегія розвитку банківської системи 2016–2020 роки: «Синергія розвитку банків та індустріалізація економіки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/afedra+bankspravi/proekt_strategi.pdf.
7. Коваленко В.В. Забезпечення конкурентоспроможності банків України в умовах структурних дисбалансів економіки України / В.В. Коваленко, Ю.М. Белова // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Вип. 20. – Ч. 2. – С. 149–152.
8. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>.
9. Золотарьова О.В. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Україні / О.В. Золотарьова, А.А. Чекал // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Вип. 16. – Ч. 1. – С. 112–115.
10. Піддубна В.Г. Маркетингові банківські інновації: організаційний та функціональний аспекти / В.Г. Піддубна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 16. – С. 773–777.
11. Зверяков М.І. Управління фінансовою стійкістю банків : [підручник] / М.І. Зверяков, В.В. Коваленко, О.С. Сергєєва. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 520 с.
12. Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798.
13. Показники фінансової звітності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593.