

DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.364>

JEL classification: G21, L86, M15

UDC: 336.71:004.738.5:658.8

Богдан СЕНІВ

кандидат економічних наук, доцент,
кафедра фінансових технологій та банківського бізнесу,
Західноукраїнський національний університет, Україна
E-mail: bohdan.seniv@gmail.com
ORCID iD: 0000-0001-6151-7044

Ольга ІВАЦУК

кандидат економічних наук, доцент,
Західноукраїнський національний університет, Україна
E-mail: ogaoolga@ukr.net
ORCID iD: 0000-0003-3997-9394

Галина ЗАБЧУК

кандидат економічних наук, доцент,
Західноукраїнський національний університет, Україна
E-mail: h.zabchuk@wunu.edu.ua
ORCID iD: 0000-0001-5443-1656

Ярослав ПРИШЛЯК

аспірант,
Західноукраїнський національний університет, Україна
E-mail: yarikdemon@gmail.com
ORCID iD: 0009-0008-3671-4650

КРОС-КАНАЛЬНА БАНКІВСЬКА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРЕДИТНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

АНОТАЦІЯ

Розглядаються теоретичні та методичні основи процесів цифровізації економіки які активно впливають на діяльність банків, що визначає завдання якісного переосмислення наслідків запровадження банківських інновацій, які у створенні сучасних банківських технологій та інноваційної банківської інфраструктури. Визначена роль банківських інновацій як найважливішого нематеріального активу кредитних організацій, з яких створюються сучасні продукти, накреслено перспективні напрями створення інноваційної банківської інфраструктури на основі впровадження крос-канальних інформаційних ресурсів, які трансформуються в інтегровані інформаційні системи банків.

Ключові слова: інновації; інноваційна діяльність; інноваційний проект; інноваційний продукт; крос-канальні інформаційні ресурси; цифровізація економіки.

© Богдан Сенів, Ольга Івацук, Галина Забчук, Ярослав Пришляк, 2024

Отримано: 27.08.2024 р.

Рекомендовано до друку: 12.09.2024 р.

Опубліковано: 30.09.2024 р.



Ця стаття розповсюджується на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0, яка дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії, за умови правильного цитування оригінальної роботи.

Як цитувати: Сенів Б., Івацук О., Забчук Г., Пришляк Я. Крос-канальна банківська інфраструктура як фактор підвищення конкурентоспроможності кредитних організацій. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 3. С. 364-371. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.364>

Вступ

Процеси цифровізації економіки найактивніше впливають як у всі фінансово-кредитні інститути загалом, і на діяльність банків зокрема, що визначає завдання якісного переосмислення наслідків запровадження банківських інновацій, які у створенні сучасних банківських технологій та інноваційної банківської інфраструктури. Визначення інституційних доміант розвитку банківських інновацій за умов цифровізації економіки дозволяє обґрунтувати необхідність створення інноваційної банківської інфраструктури з урахуванням впровадження крос-каналних інформаційних ресурсів, трансформують дані в інтегровані інформаційні системи вітчизняних банків.

Об'єктивна необхідність модифікації підходів до формування інноваційної банківської інфраструктури та реалізація сучасних фінансово-кредитних методів управління банківськими інноваціями підвищує важливість дослідження процесів міжбанківської конкуренції.

Проблематика цифрової трансформації банківських систем, впровадження банківських інновацій за умов розвитку цифрової економіки досліджувалась у працях А. А. Чекал, С. Б. Єгоричевої, З. Шмігельської, О. Є. Камінськїї, О. В. Корзаченко, Н. К. Самченко. Напрями створення інноваційної банківської інфраструктури на основі впровадження крос-каналних інформаційних ресурсів, досліджено в роботах І. Я. Карчевої.

Разом з тим, існуючі наукові напрями не охоплюють всього спектру проблем банківської діяльності у контексті формування додаткових ризиків та невизначеності зовнішнього середовища, пов'язаних із впровадженням банківських інновацій

Мета статті

Метою нашої статті є розвиток теоретичних та методичних засад організації банківської діяльності на основі банківських інновацій в умовах цифрової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження

Зростання конкуренції над ринком надання банківських послуг актуалізує проблематику

дослідження потенційної конкурентоспроможності банків проти інноваційними фінансовими інститутами. У цьому аспекті підвищується значення крос-каналної банківської інфраструктури.

Результати проведеного дослідження показують, що розвиток крос-каналної банківської інфраструктури визначає синергетичний ефект щодо можливості скорочення витрат, автоматизації та оптимізації бізнес-процесів банку, зростання обсягу та ефективності продажів, скорочення часу на прийняття рішень.

Сама фінансова індустрія сьогодні рухається у бік моделі data driven company, тобто моделі розвитку, яка підтримується за допомогою штучного інтелекту, що визначає природні виклики та обмеження. Найбільш серйозною загрозою для успішного функціонування традиційних банківських структур є конкурентна боротьба, що посилилася, за ринкову присутність з інноваційними фінансовими інститутами і банками, що завчасно стали на шлях операційної та цифрової трансформації [2].

За останні роки у світі значно збільшилася частка інноваційних фінансових інститутів – «банків нового покоління – повністю цифрових структур, які зробили ставку на віддалену взаємодію з клієнтами. Зараз цифровий банкінг поділяється на дві гілки: необанки та челенджер-банки. Ця термінологія поширена в іноземній фінтех-сфері. Нео-банками прийнято називати інноваційні фінансові інститути, які пропонують технологічні банківські послуги у партнерстві з традиційними банками. Фактично небанк є своєрідною фінтех-оболонкою традиційного банку. Челленджер-банки прагнуть стати повністю автономними ліцензованими банками, які пропонують споживачам нові технології та нові схеми отримання фінансових послуг».[5]

Необанки характеризуються високим ступенем прозорості операційної діяльності, широким охопленням аналітики, глибоким опрацюванням сценаріїв розвитку ринку, застосуванням адаптивних бізнес-моделей та конкурентним ціноутворенням. При цьому, у міру зростання темпів цифровізації економіки, споживачі все частіше вибирають мобільні та онлайн-канали. Проте традиційним банкам необхідно розвивати

інструменти роботи з великим обсягом інформації, розташованої в т. ч. у соціальних мережах, для збереження лідируючої позиції та тренду, що намітився.

У цьому питанні необхідно відслідковувати тенденції, що проявилися, за можливими новаціями і пропонувати бізнес-ідеї, що володіють інвестиційно привабливим потенціалом. Важлива тут і швидкість виведення нових продуктів ринку: що швидше банк запускає нові якісні продукти, то більше отримує конкурентних переваг.

Можливості щодо підтримки високої клієнтоорієнтованості та задоволення потреб у високотехнологічних продуктах та послугах, і, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності традиційного банку визначає необхідність подальшого розвитку крос-канальної банківської інфраструктури.

Раніше у дослідженні ми приділили чимало уваги питанням створення крос-канальної банківської інфраструктури та визначили основні вектори її розвитку в майбутньому, як основи формування банківської екосистеми у процесі впровадження цифрових інновацій у банківську діяльність, в частині переважного використання неструктурованих інформаційних ресурсів, аналітика яких суттєво утруднена з технічних обмежень. У цьому контексті варто нагадати тезу Дж. Хайдмана про те, що соціальні мережі як глобальне джерело неструктурованої крос-канальної інформації поки що не вичерпали свої можливості для отримання нових ідей. Канали соціальних мереж, що використовують режим рейтингування користувачів, є глобальним джерелом даних для розвитку штучного інтелекту, оскільки дозволяють оцінити не лише поведінку користувачів, але їх переваги, уподобання, звички та рівень інтелекту.[10]

На нашу думку, глобальне поле неструктурованої інформації, розміщеної в соціальних мережах, справді є додатковим напрямком розвитку для крос-канальної банківської інфраструктури, що дозволяє сформувати профіль клієнта банку. Відповідно до цього вибудовується і концепція функціонування крос-канальної банківської інфраструктури, здатної до самоаналізу та виявлення основних, найбільш суттєвих характеристик та моделей поведінки клієнта з

метою подальшого сегментування певної клієнтської групи.

У периметр основних даних, що характеризують клієнта на основі даних соціальних мереж, потрапляють такі патерни як:

- демографічні характеристики (стаття, вік сімейний стан, інформація про дітей, родичів та знайомих);
- контактна інформація (телефон, адреса, електронна пошта);
- відомості про роботу та освіту (місце роботи, посада, освіта/наявність наукового ступеня, ВНЗ, спеціальність, історія змін, володіння іноземними мовами);
- технічна інформація (вік профілю, пошук додаткових профілів);
- споживчий чи соціальний портрет (політичні погляди, друзі та контакти, події з життя, хобі/захоплення, підписки, спільноти та групи);
- аналіз контенту (пошук стоп-слів, семантичний аналіз, аналіз фотографій, частота використання, публікації, оновлення) [1].

Відповідно до цих функцій вибудовується і концепція функціонування крос-канальної банківської інфраструктури, здатної до самоаналізу та виявлення основних, найбільш суттєвих характеристик та моделей поведінки клієнта з метою подальшого сегментування певної клієнтської групи (рис. 1).

На наш погляд, застосування традиційним банком вихідної крос-канальної інфраструктури та її подальше оновлення дозволяють виявити додаткові характеристики найбільш затребуваних продуктів, їх вартість, форми та крос-канали для їх отримання в умовах постійної інформаційної взаємодії банку та клієнта, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності кредитно-фінансової організації над ринком банківських послуг.

Впровадження великих даних у єдину крос-канальну інформаційну інфраструктуру банку дозволяє відмовитися від технології анкетного аналізу клієнта, які вимагають:

- підвищених трудовитрат кредитних аналітиків, фахівців служби безпеки, андеррайтерів;
- використання інформаційних даних з різних офіційних джерел з метою

підтвердження основних характеристик клієнта;

- застосування дорогих інформаційних систем у банку, які потребують подальшої модернізації та вдосконалення [3].

Водночас існує й низка обмежень у практичній реалізації використання даних соціальних мереж як для традиційних банків, так і для інноваційних фінансових інститутів, пов'язаних етичними проблемами при використанні персональних даних у частині:

- персоналізованої інформації, а також процедуру обробки та зберігання персональних даних за наявності згоди клієнта;

- необхідність проведення скорингу соцмереж щодо клієнтів,
- які надали згоду на обробку персональних даних;
- необхідність подальшої легітимізації процесу використання даних соціальних мереж з метою аналізу поведінки клієнтів.

У даному аспекті Золотарьова О. В., Чекал А. А. зазначають, що інформація «про клієнтів, що сегментуються за групами, акумулюються в крос-канальній банківській інфраструктурі з метою управління прибутком клієнтської бази, що дозволяє виділити три основні напрямки: залучення нових клієнтів, розвиток відносин з існуючими клієнтами та утримання клієнтів» (табл. 1) [1].

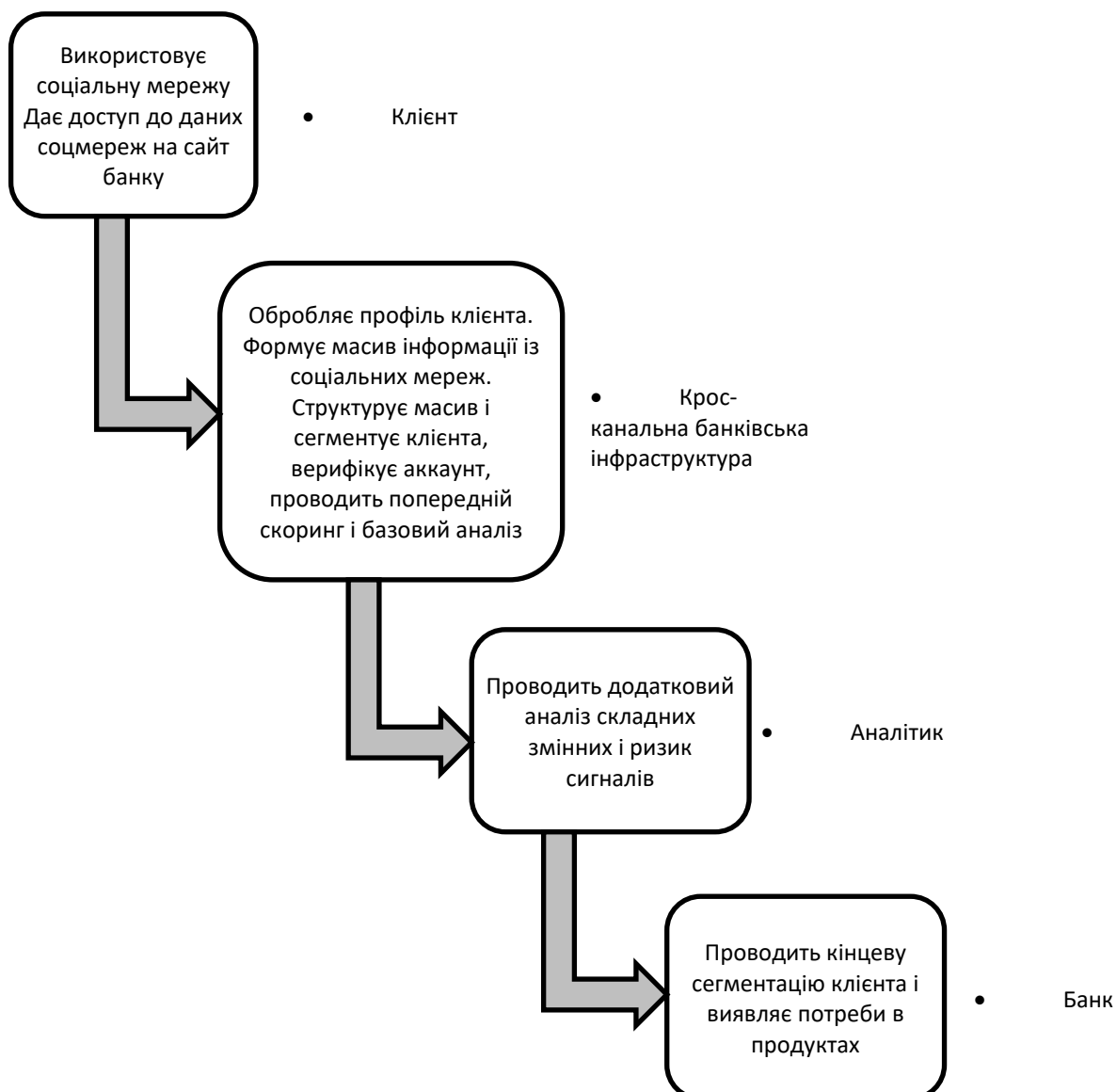


Рис. 1. Процес роботи крос-канальної банківської інфраструктури на основі аналізу даних соціальної мережі

Як очевидно з представленої таблиці, угруповання клієнтів з погляду ціноутворення банківських товарів та послуг дозволяє визначити подальшу стратегію традиційної кредитно-фінансової організації з розвитку клієнтської бази та виділити пріоритетні напрями підвищення клієнтоорієнтованості і конкурентоспроможності над ринком банківських послуг.

Застосування на практиці крос-канальної банківської інфраструктури з метою управління прибутком клієнтської бази дозволяє також отримати додаткову аналітичну інформацію за транзакційними даними, таких як частка позитивних рішень щодо придбання карток, частоти зняття готівки та відвідувань офісу банку, середньомісячного залишку на початок та кінець місяця, а також віці та місце проживання клієнтів.

На наш погляд, застосування традиційним банком вихідної крос-канальної інфраструктури та її подальше оновлення дозволяє виявити додаткові характеристики найбільш затребуваних продуктів, вартості продуктів, форми та крос-канали для їх отримання в умовах постійної інформаційної взаємодії банку та клієнта, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності кредитно-фінансової організації над ринком банківських послуг.

Переваги використання крос-канальної банківської інфраструктури досить очевидні, проте їхнє практичне впровадження потребує системного підходу. Слід розуміти, що специфіка кредитно-фінансової сфери тісно пов'язана із вибором інформаційних технологій та ресурсів, які використовують банки. Тому інтегровані бізнес-концепції у банківській діяльності стають передумовою для досягнення лояльності клієнтів та підвищення конкурентоспроможності банку, у тому числі при використанні стратегії крос-канального співробітництва для одночасної інтеграції онлайн-ових та офлайн-ових бізнес-моделей з метою збереження позицій на ринку банківських послуг.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності традиційного банку в умовах цифровізації фінансового сектора

економіки, на думку автора, необхідне впровадження таких крос-канальних банківських технологій:

- фрагментарне використання крос-канальної інформаційної системи. Практика показує, що процес комплексної реалізації та налаштування крос-канальної інформаційної системи в банку визначає формалізацію аналітичного процесу, що включає збір та обробку даних про клієнтів, створення конкретних технологій для сегментації та визначення клієнтських груп, а також наявність можливості одночасного функціонування продуктового блоку та блоку інформаційної інфраструктури банку, що дозволяють підвищити ефективність каналів продажу.

Цифровізація банківського бізнесу також визначає перехід більш сучасні інформаційні технології, відсутність яких повністю змінює вихід нових товарів ринку. У середньому для вітчизняних банків термін виходу нового продукту становить від року до двох років. Використання передових інформаційних платформ скорочує час виходу нового продукту терміном від чотирьох до шести місяців.

Багатоканальність взаємодії банку з клієнтом. За своєю природою основні компетенції банків, які здійснюють свою діяльність через використання онлайн технологій та компаній нефінансового сектора економіки (FinTeh-компаній), мають суттєві відмінності. Тому в рамках реалізації стратегії крос-канального співробітництва між цими двома інституціями може виникати ефект взаємодоповнюваності, коли в обмін на надання однієї інформації (автономного активу) надається інша. З погляду теорії ядра компетенцій робота у багатоканальному середовищі означає необхідність прогнозувати як продукт, який має бути запропонований клієнту, а й канал і формат взаємодії банку з клієнтом, у якого виникає можливість формалізації індивідуального продуктового пропозиції. Крім того, використання різних каналів для отримання зворотного зв'язку відкриває зовсім інші можливості для подальшого підвищення якості обслуговування клієнтів та конкурентоспроможності банку.

Таблиця 1. Використання крос-канальної банківської інфраструктури з метою управління прибутком клієнтської бази[1]

	Кращі клієнти	Рентабельні	Збиткові
Залучення клієнтів	Пропозиція кредитів на довгостроковий термін за зниженою ставкою при наявності грошових ресурсів на рахунку клієнта	Стимулювання оформлення депозитів та ощадних сертифікатів при відкритті поточних рахунків	Зниження тарифів при поточному обслуговуванні
		Пропозиція більш вигідних продуктів для клієнтів, перераховуючих заробітну плату на рахунок в банку (зарплатний проєкт)	Пропозиція більш вигідних продуктів для клієнтів, перераховуючих заробітну плату на рахунок в банку (зарплатний проєкт)
Розвиток клієнтів	Зміни умов ціноутворення за поточними продуктами з метою стимулювання, залучення коштів на депозити	Створення нових пропозицій за найбільш привабливими продуктами; використання додаткових програм лояльності	Підвищення вартості поточного обслуговування, включаючи введення додаткових комісій за картками
	Розробка індивідуальних пропозицій для клієнтів, які мають поточні депозити в інших банках		Створення нових пропозицій за спеціалізованими продуктами, які орієнтовані на вік клієнта
Утримання клієнтів	Введення системи завчасного попередження відтоку клієнтів		-

Висновки та перспективи подальших розвідок

На нашу думку, перспективи використання крос-канальної банківської інфраструктури не мають обмеженого характеру. Аналіз суміжних продуктів або умов їх придбання та використання клієнтом дозволяє банку суттєво розширити канали для подальших продажів, активізувавши найбільш зручні та затребувані для клієнта продукти. Крім того, на основі детального аналізу продуктової поведінки клієнта банком можуть бути розроблені додаткові алгоритми, що дозволяють адаптувати голосове меню в кол-центрі для первинної ідентифікації причин закриття рахунку та подальшої переадресації пропозиції, що найбільше підходить даному клієнту. Інакше кажучи, система зворотний

зв'язок має здійснюватися як реального часу, мінімізуючи операційні витрати банку, пов'язані з обробкою дзвінків і вивчення ступеня задоволеності клієнтів.

Крім того, як ми вже зазначали раніше, найбільш перспективним напрямом для подальшого розвитку крос-канальної інформаційної інфраструктури банку для підвищення його конкурентоспроможності виступають дані соціальних мереж, що поєднують різні характеристики клієнтів і дозволяють вибудувати їх сегментацію в рамках продуктових пропозицій.

Наприкінці слід зазначити, що пріоритетні напрями вдосконалення крос-канальної банківської інфраструктури за умов світової глобалізації економіки та активного розвитку інноваційних фінансових інститутів дозволяють суттєво знизити витрати на управління

персоналом, збільшити кількість каналів обслуговування та підвищити якість продуктів та послуг, що надаються, розробляючи індивідуальний підхід для кожного клієнта за

наявності більшої довіри з боку клієнта, ніж цифровим банкам, тим самим зміцнюючи конкурентні позиції традиційних банків на ринку банківських послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Золотарьова О. В., Чекал А. А. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 16. Ч. 1. С. 112–115.
2. Єгоричева С. Б. Методологічні засади організації інноваційного процесу в комерційних банках. *Вісник Національного банку України*. 2011. №1. С. 53-57.
3. Шмігельська З. Банківські інновації: суть, необхідність і розвиток. *Вісник Національного Банку України*. 2014. №2. С. 34–41.
4. Kaminsky O., Korzachenko O., Samchenko N. Cloud computing concept in Ukraine: a study of innovative development. *Economic Annals-XXI*. 2017. № 167(9–10). С. 28–31. doi: 10.21003/ea.V167-06.
5. Карчева І. Я. Економічна ефективність інноваційної діяльності банків: дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2016. 210 с.
6. Билык О. И., Дребот Н. Н. Современные тенденции инновационного развития банков Украины. URL: <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/10223/1/2.pdf>.
7. Три инновационные модели банкинга. URL: http://iee.org.ua/ru/prog_info/23209/ (дата звернення: 10.10.2024).
8. Hanssen G. K. A longitudinal case study of an emerging software ecosystem: implications for practice and theory. *J. Syst. Softw.* 2011. No. 85. 1455–1466 pp.
9. Інновації українських банків: смартфони, годинники і селфі. URL: <http://svb.ua/news/innovatsii-ukrainskikh-bankiv-smartfoni-godinniki-i-selfi?page=40>.
10. Goldman Sachs: технология blockchain сэкономит банкам до 6 млрд долларов в год. URL: <https://news.finance.ua/ru/news-/376715/goldman-sachs-tehnologiyablockchain-sekonomit-bankam-do-6-mlrd-dollarov-v-god>.

REFERENCES

1. Zolotareva, O. V., & Waiting, A. A. (2016). Innovatsiini bankivski produkty ta spetsyfika yikh uprovadzhennia v Ukraini [Innovative banking products and the specifics of their implementation in Ukraine]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky – Scientific Bulletin of the Kherson State University. Series: Economic Sciences*, 16, ch. 1, 112-115 [in Ukrainian].
2. Egoricheva, S. B. (2011). Metodolohichni zasady orhanizatsii innovatsiinoho protsesu v komertsiinykh bankakh [Methodological principles of organization of innovation process in commercial banks]. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy – Bulletin of the National Bank of Ukraine*, 1, 53-57 [in Ukrainian].
3. Shmigelska, Z. (2014). Bankivski innovatsii: sut, neobkhidnist i rozvytok [Banking innovations: the essence, necessity and development]. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy – Bulletin of the National Bank of Ukraine*, 2, 34-41 [in Ukrainian].
4. Kaminsky, O., Korzachenko, O., & Samchenko, N. (2017). Cloud computing concept in Ukraine: a study of innovative development. *Economic Annals-XXI*, 167(9-10), 28-31. doi: 10.21003/ea.V167-06.
5. Karcheva, I. Ya. (2016). Ekonomichna efektyvnist innovatsiinoi diialnosti bankiv [Economic efficiency of innovation activity of banks] (PhD thesis). Kyiv [in Ukrainian].

6. Bilyk, O. I., & Drebot, N. N. (2016). *Sovremennyye tendentsii innovatsionnogo razvitiya bankov Ukrainy* [Modern tendencies of innovative development of Ukrainian banks]. Retrieved from <https://rep.polessu.by/bitstream/123456789/10223/1/2.pdf> [in Ukrainian].
7. Tri innovatsionnyye modeli bankinga [Three innovative banking models]. (n.d.). Retrieved January 12, 2018, from http://iee.org.ua/en/prog_info/23209/ [in Ukrainian].
8. Hanssen, G. K. (2011). A longitudinal case study of emerging software ecosystem: Implications for practice and theory. *J. Syst. Softw.*, 85(7), 1455-1466. 38 ISSN 2411-5584. *Економічна теорія та право*. № 2 (33) 2018.
9. Innovatsii ukrainskykh bankiv: smartfony, hodynnyky i selfi [Innovations of Ukrainian banks: smartphones, watches and sephi]. (n.d.). Retrieved February 03, 2018, from <http://svb.ua/news/innovatsii-ukrainskikh-bankiv-smartfoni-godinniki-i-selfi-?hl=en&page=40> [in Ukrainian].
10. Goldman Sachs: tekhnologiya blockchain sekonomit bankam do 6 mlrd dollarov v god [Goldman Sachs: blockchain technology will save banks up to \$ 6 billion a year]. (n.d.).

Bohdan Seniv, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Financial Technologies and Banking Business, West Ukrainian National University, Ukraine

Olga Ivashchuk, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, West Ukrainian National University, Ukraine

Halyna Zabchuk, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, West Ukrainian National University, Ukraine

Yaroslav Pryshlyak, PhD student, West Ukrainian National University, Ukraine

Cross-channel banking infrastructure as a factor in increasing the competitiveness of credit organizations

Abstract

The theoretical and methodological foundations of the processes of digitalization of the economy, which actively influence the activity of banks, are considered, which determines the task of qualitative rethinking of the consequences of the introduction of banking innovations, which are in the creation of modern banking technologies and innovative banking infrastructure. The role of banking innovations as the most important intangible asset of credit organizations, from which modern products are created, is determined, promising directions for the creation of innovative banking infrastructure based on the introduction of cross-channel information resources, which are transformed into integrated information systems of banks, are outlined.

Keywords: innovation; innovative activity; innovative project; innovative product; cross-channel information resources; digitization of the economy.

Cite as: Seniv, B., Ivashchuk, O., Zabchuk, H., and Pryshlyak, Y. (2024). Cross-channel banking infrastructure as a factor in increasing the competitiveness of credit organizations. *Economic analysis*, 34 (3), 364-371. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.03.364>