

УДК 336.71:338.28

Пахомова Ірина Георгіївна

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет «Запорізька політехніка»

Шестопалова Олена Віталіївна

старший викладач

Національний університет «Запорізька політехніка»

Луцька Олена Володимирівна

магістрант

Національного університету «Запорізька політехніка»

**ОЦІНКА РОЗВИТКУ РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ ФІНАНСОВИХ
ТЕХНОЛОГІЙ
SCORE OF THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF
INNOVATIVE FINANCIAL TECHNOLOGIES**

***Анотація.** У статті досліджено провідний досвід функціонування ринку фінансових технологій та виявлені тренди його розвитку: високий світовий рівень впровадження фінансових технологій, зростання інновацій у фінансові технології, найпопулярніші сектори інвестування коштів.*

Досліджено хронологію розвитку та сучасний стан глобального ринку фінансових технологій, а саме: глобальний обсяг транзакцій у ключових фінтех-сферах; глобальна інвестиційна активність у фінтех; рівень проникнення фінтех-послуг у світі; розподіл фінтех-ініціатив за напрямком. На основі оцінки тенденцій функціонування фінансових технологій у розвинутих країнах світу запропоновані основні напрями його

розвитку в Україні, а саме: інтеграція різних каналів комунікації та продажу з метою формування єдиного комунікаційного середовища та напрями персоніфікації у фінансовому секторі.

Ключові слова: *фінансові технології, ринок фінтех, фінтех організації, інновації, фінтех-стартапи.*

Summary. *The article examines the leading experience of functioning of the financial technologies market and identifies trends in its development: high world level of introduction of financial technologies, growth of innovations in financial technologies, the most popular sectors of investment of funds.*

The chronology of development and the current state of the global market of financial technologies are investigated, namely: the global volume of transactions in key fintech spheres; global fintech investment activity; the level of penetration of fintech services in the world; distribution of fintech initiatives by direction. Based on the assessment of trends in the functioning of financial technologies in the developed countries of the world, the main directions of its development in Ukraine have been proposed, namely: integration of various channels of communication and sales in order to form a single communication environment and directions of personification in the financial sector.

Key words: *financial technology, fintech market, fintech organizations, innovations, fintech startups.*

Зростання популярності фінансових технологій почалося, коли світова фінансова криза змусила фінансові компанії скорочувати витрати. Це збіглося з бурхливим розвитком ринку мобільних технологій. Портативні гаджети дали можливість людині перебувати в кіберпросторі цілодобово, куди поступово переміщуються торгівля, освіта, спілкування, розваги, робочі процеси тощо.

Таким чином, фінтех-компанії, що з'являються на базі підричних технологій (аналіз великих даних, штучний інтелект, технології розподіленого реєстру, біометрія і т. і.) успішно заповнюють цю нішу. Так, організації, як показує світова практика, оперативніше традиційних фінансових організацій реагують на зміни ринку, швидше додають абсолютно нові продукти та послуги. Цільовою аудиторією стартапів є нове покоління споживачів на цифрових технологіях.

Глобальний ринок фінансових технологій є одним з найшвидше зростаючих у світі. Кількість користувачів фінансових технологій у світі, за експертними оцінками, щорічно зростає на 15–20%, чому активно сприяє зростання проникнення інтернету у світі. Але фінтех ринок складний для комплексної оцінки через його сильну диверсифікацію та недоступність даних по ряду напрямків. Як ілюстрацію наведемо дані щодо ключових сегментів сектора (платежів та переказів, особистих та корпоративних фінансів): сукупний обсяг транзакцій у грошовому вираженні в цих сегментах у 2020 р. склав 5,1 трлн дол. (+24% до рівня 2019 р.) (Рис. 1). Основним джерелом фінансування фінтех-проектів у світі є венчурний капітал, його частка у загальному обсязі фінансування становить понад 70%.

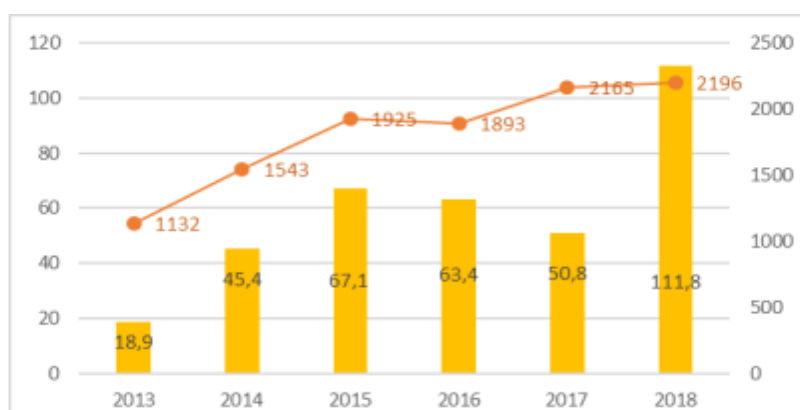


Рис. 1. Глобальний обсяг транзакцій у ключових фінтех-сферах, трильйон доларів

Крім того, можна виділити такі традиційні інструменти залучення

капіталу, як угоди злиття та поглинання, а також прямі інвестиції та альтернативні, наприклад, краудфандінг, краудінвестинг, P2B-кредитування, онлайн-факторинг.

На рис. 2 відображений обсяг інвестицій у фінтех у глобальному масштабі.

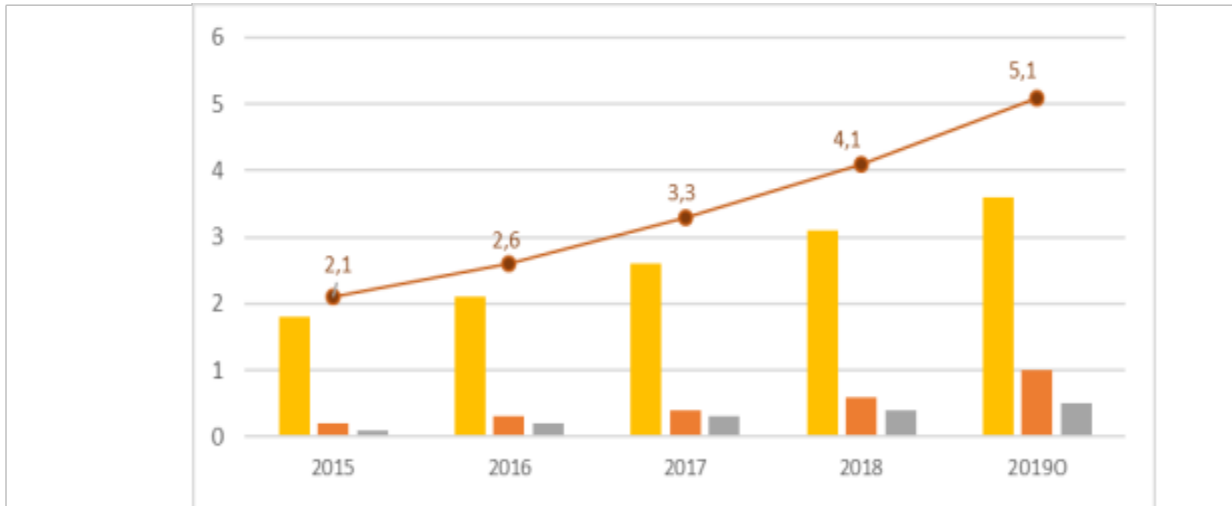


Рис. 2. Глобальна інвестиційна активність у фінтех у 2013-2018 рр.

Окремо варто відзначити різноманітний склад гравців нової галузі. Звичайно, локомотивом виступають фінтех-стартапи, але й традиційні фінансові організації активно стали вкладати кошти у сучасні технології, щоб не залишити інноваційним компаніям поля для маневру та зміцнити свої позиції. Але фінансові технології проникають до інших сфер. Конкурентами фінансових організацій стають великі інтернет-корпорації та деякі інші гравці нефінансової сфери - тобто володар великих клієнтських баз.

Інфраструктура цифрової економіки – комплекс взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих підсистем забезпечення ефективної взаємодії суб'єктів цифрової економіки з метою оптимального задоволення їх потреб у цифрових товарах і послугах в умовах обмеженості ресурсів (Рис. 3).

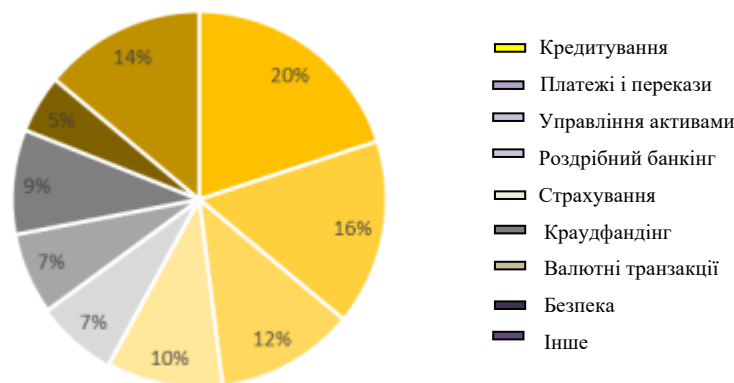


Рис. 3. Розподіл фінтех-ініціатив за напрямком (за кількістю організацій)

Джерело: EY Global FinTech Adoption Index

Окремо варто зупинитися на вплив, що надається індустрією фінтеху на світові фінансові ринки. Запровадження нових технологій сприяє посиленню конкуренції на фінансових ринках. Розширюється та персоналізується продуктова пропозиція на тлі спрощення доступу до них.

Поступово розмиваються межі між самими фінансовими продуктами та послугами, орієнтованими на стиль життя, визначаючи нові стандарти. З'являються та розвиваються нові гнучкі бізнес-моделі, що дозволяють оперувати у нових ринкових нішах. Наприклад, P2P-сервиси стали найважливішою формою нових відносин, що виникли завдяки розвитку фінтех-індустрії. P2P-модель (peer-to-peer) має на увазі взаємодію приватних осіб. Технологічні компанії, що працюють за цією бізнес-моделлю, працюють за «принципом зведення» – як платформа, яка сприяє врегулюванню попиту та пропозиції, з власними правилами та регулюванням, а також механізмами винагороди та платежів. P2P ставить у центр моделі клієнта, який може одночасно продавати та купувати продукти та послуги за допомогою рішень, пропонованих організацією.

Інновації також дозволяють підвищувати ефективність бізнесу. Вартість супроводу будь-яких транзакцій, пов'язаних з фінансами, знижується у всьому світі. Нові рішення допомагають суттєво знижувати

собівартість залучення та обслуговування клієнтів, оцінювати та попереджати існуючі та нові ризики, знаходити нові джерела доходу та ін. При цьому підвищується прозорість бізнесу. Розподілені системи поступово реструктурують існуючі бізнес-моделі, роблячи їх максимально прозорими.

Використання інструментів аналітики великих даних дозволяє фінансовим компаніям виокремлювати нові категорії потенційних клієнтів, розробляти таргетовані пропозиції, покращувати обслуговування клієнтів, тим самим підвищуючи їхню лояльність. Клієнти, які вже користувалися технологічними сервісами, як показує практика, хочуть принципово нової взаємодії з фінансовими організаціями.

Крім того, трансформується фінансовий нагляд. Часто виходить так, що нові технологічні фінансові продукти/послуги/бізнес-моделі знаходяться поза правовим полем. Регулятори вивчають впроваджені технології та співпрацюють з традиційними та новими гравцями з метою розробки ефективних нормативних актів. Також вже зараз світові регулятори усвідомили, що розгортання необхідної інфраструктури (наприклад, створення системи відкритого банкінгу, біометричних систем та ін.) необхідне для довгострокового сталого зростання фінансово-технологічного сектору.

Ключові тенденції у глобальному фінансовому секторі сформовані інтеграцією технологій. За останні кілька років фінансова індустрія суттєво зазнала впливу науково-технічного прогресу, в результаті сильно змінила свій вигляд. Насамперед інновації впроваджуються у банківській сфері, де практично всі операції базуються на сучасних технологіях. Відбувається розвиток дистанційних каналів продажу та комунікацій. На тлі активної цифровізації всіх бізнес-процесів стає можливим ефективно обслуговування клієнтів, окрім традиційних офісів продажів, через:

- контакт-центри;

- офіційні сайти та маркетплейси, мобільні програми, акаунти в соцмережах;
- термінали, банкомати;
- пересувні офіси;
- віртуальні офіси та ін.

Розвитку цифрових каналів сприяла зміна споживчих поколінь. За даними Dimension Data, нове покоління технічно підкованих клієнтів (міленіали, 1982-2004 рр.н.), воліють спілкуватися в соцмережах або веб-чатах та готові активно користуватися цифровими рішеннями.

Результати дослідження інших компаній також свідчать про те, що наступне споживче покоління – центеніали (2005 р.н. – теперішній час) – буде практично повністю орієнтоване на цифрові та мобільні технології.

При цьому на тлі інтеграції традиційних та цифрових каналів посилюється тенденція до омніканальності. Тепер комунікація клієнта з фінансовою організацією не розглядається ізольовано в розріз кожного окремо взятого каналу, а інтегровано з погляду задоволення потреби, що спонукала клієнта звернутися до компанії. Нараз найкращим рішенням для підвищення задоволеності споживачів обслуговуванням у рамках такого контакту буде надання можливості перемикання між різними каналами з мінімальними зусиллями, ніж спроба надати можливості отримання всіх можливих потенційних сервісів по всіх каналах. У табл. 1 представлені приклади між каналної інтеграції у фінансовій сфері.

Таблиця 1

Інтеграція різних каналів комунікації та продажу з метою формування єдиного комунікаційного середовища

Ключовий канал	Сервіс комунікації/продажів
Веб сайт	- опція здійснення дзвінка до контакт-центру; - опція замовлення дзвінка певного спеціаліста; - відео-конференц-зв'язок; - чат-месенджер (спілкування зі спеціалістом), чат-бот (віртуальний помічник); - інтеграція з соцмережами та ін.

Особистий кабінет/ інтернет-банк	-чат-месенджер (спілкування зі спеціалістом), чат-бот (віртуальний помічник); -опція здійснення дзвінка до контакт-центру;
Спеціальний мобільний додаток/Мобільний банк	-опція здійснення дзвінка до контакт-центру; -чат-месенджер (пряме спілкування з фахівцем, виконання низки операцій, перехід до інших каналів), чат-бот (віртуальний помічник); -геолокаційні послуги та ін.
Соціальні мережі	віртуальні відділення з відео-конференц-зв'язком (відділення в соцмережі)
Термінали, банкомати, інтерактивні екрани та ін.	-відео-конференц-зв'язок для зв'язку з фахівцями; -повноцінний доступ до онлайн-послуг. Користувач може почати проводити операції на комп'ютері або мобільному телефоні та завершити їх за допомогою, наприклад, терміналу та навпаки онлайн-банкінг (за допомогою надання планшетів);
Відділення (включаючи smart-відділення з максимальним самообслуговуванням та «відділення майбутнього»)	-мультифункціональні банкомати та термінали; -опція здійснення дзвінка до контакт-центру для вирішення складних завдань за участю профільного спеціаліста (відео-конференц-зв'язок); -роботизовано помічники з можливістю навчання; -інтерактивні екрани з можливістю здійснення платіжних та інших фінансових операцій

За допомогою аналізу особливостей поведінки споживачів учасники фінансового сектора можуть розробляти спеціальні максимально персоналізовані пропозиції. У цьому основними джерелами даних є транзакційні клієнтські профілі, соцмережі, маркетингова інформація (дні народження, свята та ін.) та ін. У табл. 2 відображено основні стратегії персоналізації, які використовуються фінансовими компаніями.

Таблиця 2

Напрями персоналізації у фінансовому секторі

Напрямок	Опис
Персоналізація продуктів	Розробка максимально персоналізованих пропозицій на основі глибокого аналізу клієнтських даних (фінансовий стан, споживча поведінка тощо). Наприклад, пропозиція пільгових автокредитів сумлінним автовласникам, кобрендингових кредитних карток з пільговими умовами залежно від переваг клієнта тощо.
Персоналізація контенту сайту	Використання можливостей штучного інтелекту для адаптації «під клієнта» змісту офіційних сайтів, створення динамічного контенту. Наприклад, якщо

	клієнт почав дистанційно оформлювати фінансовий продукт, але не завершив операцію, система це помітить та надішле відповідне нагадування чи допоможе призначити особисту зустріч з менеджером у відділенні.
Цільові повідомлення та таргетована реклама	Надсилання клієнтам мобільних повідомлень з максимально релевантною для них інформацією. Наприклад, банк має інформацію, що клієнт – шанувальник комп'ютерних ігор, але практично не подорожує. У цьому випадку клієнту буде надіслано повідомлення про нову кредитну картку для геймерів або знижки на ігри, а не інформація про новий сервіс накопичення. Точкова сегментація аудиторії дозволяє зробити рекламу максимально ефективною.
Стратегія залучення	На зміну повідомленням з прямою пропозицією продукту/послуги приходять стратегія залучення клієнта до роботи з фінансовою організацією, яка передбачає отримання зворотного зв'язку, включаючи побажання клієнта до нового продукт.
Персоналізація каналів	Створення інтегрованого мультимедійного середовища взаємодії з клієнтом. У кожного нового оператора, який підключається до спілкування з клієнтом, має бути вся інформація про питання та переваги споживача; Можливість індивідуального налаштування каналів з урахуванням потреб клієнта.
Лайфстайл банкінг	Створення для масового клієнта так званого «путівника» щодо його фінансового життя. Це цифрова екосистема, яка має повністю задовольнити всі запити клієнта фінансової організації: від іпотеки та оформлення страхових полісів до подорожей та бронювання столиків у ресторан

Окремо варто згадати про тенденцію відкриття смарт-відділень та зон самообслуговування (включаючи використання робототехніки) у класичних відділеннях фінансових організацій з метою привчання населення користуватися дистанційними каналами, навіть скорочення витрат утримання класичних відділень. Ця тенденція є найбільш характерною для банкінгу. Відкриття концептуальних відділень та «відділень майбутнього». При цьому у всьому світі спостерігається тенденція до закриття фізичних відділень. Однак повної відмови від

відділень поки що не відбувається. З іншого боку, у майбутньому можливе формування ніш ретро-банків чи ретро-страховиків, сфокусованих на традиційному обслуговуванні.

В епоху тотальної цифровізації стає актуальною проблема кібербезпеки, захисту персональних даних, ідентифікації та автентифікації особистості в інформаційному просторі під час здійснення фінансових транзакцій. Так, згідно з даними дослідження IBM, для користувачів важливіша безпека, ніж зручність сервісу. При цьому основна перевага надається біометричній та багатофакторній аутентифікації. Зараз йде активний розвиток цього напрямку.

Технологічний розвиток фінансової сфери найближчим часом зазнає набагато більшої трансформації.

Література

1. Pulse of FinTech H2'19. February 2019. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2019/12/global-annual-review-2019.pdf> (дата звернення: 13.06.2023).
2. Global FinTech Adoption Index 2019. URL: <https://asd-team.com/blog/global-fintech-adoption-index-2019-report-highlights/> (дата звернення: 13.06.2023).
3. Pulse of FinTech H2'20. February 2021. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2021/02/pulse-of-fintech-h2-2020.pdf> (дата звернення: 13.06.2023).
4. Global FinTech Adoption Index 2021. URL: <https://asd-team.com/blog/global-fintech-adoption-index-2021-report-highlights/> (дата звернення: 13.06.2023).
5. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_finteh2025.pdf?v=4 (дата звернення: 13.06.2023).