

- розширення та розвиток міжрегіональних валютних та фондових ринків;
- концентрацію банківського капіталу;
- усунення бар'єрів для іноземних інвесторів та постачальників.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку світового господарства функціонування міжнародного ринку дистанційного банківського обслуговування дає можливість банкам використовувати нові шляхи отримання прибутку, скоротити витрати на інфраструктуру, персонал, покращити якість обслуговування, що сприяє підвищенню ефективності діяльності банків.

Література:

1. Костогриз В. Г., Овчарук О. М. Дистанційне обслуговування як перспективна складова системи дистрибуції банківських продуктів
2. Єсіна О.Г. Інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку
3. Нікітін А.В., Бортніков Г.П., Федорченко А.В. Маркетинг у банку: Навч. посіб. / За ред. А.В. Нікітіна. – К.: КНЕУ, 2006. – 432 с
4. Андрушків Т. І. Розвиток міжнародного ринку банківських послуг та транснаціоналізація банківської діяльності

Якубович М.Р.

*«Міжнародні фінанси», 5 курс
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Науковий керівник – д.е.н., професор,
заступник завідувача кафедри
міжнародних фінансів Фролова Т.О.*

«CASHBACK» – ІННОВАЦІЯ НА БАНКІВСЬКОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Останнім часом банки намагаються заманювати клієнтів всіми правдами та неправдами. Інноваційним в Україні «пряником» від банківських установ є кешбек (від англ. *cashback* або амер. *cash back* – повернення готівки). Банки готові повертати до 20% за покупки клієнтів, тільки б переконати українців оформляти платіжні картки[1].

Фінансисти впевнені, що програм лояльності окремих операторів ринку торгівлі або послуг в майбутньому буде все менше – їх поступово замінять привілеї для держателів банківських карт. Сьогодні картки лояльності брендів втрачають актуальність, в той час як банківські карти стають універсальним інструментом. Вони дозволяють не тільки провести зручну і безпечну оплату, а й отримати винагороду [2]. За даними НБУ на 3 квартал 2017 року вже майже 70% від загальної кількості операцій були безготівковими, тому майбутнє за інтегрованими платформами лояльності, до яких підключені банківські карти. На початок 2018 року продовжує зберігатися позитивна тенденція зростання безготівкових розрахунків та розширення платіжної інфраструктури. Позитивні тенденції на ринку платіжних карток надійно закріпилися у 2017 році[3].

Кешбек – це процес повернення частини коштів від покупки і один з видів партнерської програми для заохочування клієнтів до нових покупок за допомогою платіжної картки[4].

Спочатку ідея кешбеку була британської роздрібною мережі Tesco з метою зменшення обсягу готівкових банківських операцій. Вперше кешбек був введений в дію у США в 1970-х роках у сфері використання кредитних карток. Він становив 1-2% і виплачувався раз на рік в кінці грудня [5].

Як же працює таке, на перший погляд, «диво» – покупець оплачує покупки картою, в ідеалі – кредитною (процент повернення з кредитних коштів більший ніж від власних), і отримує відсоток від витраченої суми назад на рахунок. Звичайно, багато на цьому не заробити, але якщо клієнт і так кожен день розплачується картою, то чому б не скористатися можливістю і не повернути частину витрат?

Чому ж банки йдуть на такі кроки? Ставку роблять на жадібність клієнтів. Головна мета – змусити обивателя оформити кредитну карту і залізи в кредитний ліміт, в надії отримати потім крихітний кешбек. Як показує статистика, під час пільгового періоду кредит погашає менше половини позичальників. Тому надалі банківська установа зможе «відбити» витрати на кешбек і заробити прибуток за рахунок відсотків по кредиту. Кешбек є досить витратним для банків, тому не всі банківські установи вирішуються пропонувати таку послугу.

Український кешбек умовно можна поділити на дві групи:

- Перша модель – коли банки знаходять партнерів і випускають кобрендові карти. На них кешбек приходить у вигляді бонусів, які можна витратити тільки в певних місцях (наприклад, у Альфа-Банку є кобрендова картка Альфа-Сонест, яку він випускає спільно з Vodafone);

- Друга модель – передбачає, що клієнт отримує на рахунок «живі гроші», оплачуючи картою товари і послуги, придбані в певних місцях (наприклад, в супермаркетах або АЗС). Саме такий підхід стає все більш популярним в Україні. Його впроваджує все більше банків.

Як виявилось, наразі тільки 5 українських банківських установ – Альфа-Банк, monobank, ТАСкомбанк, Ідея Банк і Банк Форвард – надають повноцінний кешбек. Більшість з них повертає гроші тільки за витрату кредитних грошей. Таким чином банки привчають клієнтів «жити в борг». Ті ж, хто обіцяє кешбек навіть при витраті клієнтом власних коштів, платять набагато скромніше.

Здебільшого принцип роботи кешбек один і той же. Клієнт розплачується картою в тій чи іншій категорії магазинів (найчастіше – в кафе, ресторані або супермакеті), а банк повертає йому на рахунок відсоток від витраченого.

Виплати кешбек відбуваються раз на місяць і в розрахункову дату сума зараховується на карту власника.

Це логічно: споживачеві замість того, щоб носити з собою стопи «пластику» в портмоне, куди простіше зберігати інформацію про всі знижки і бонуси на одній-двох банківських картках.

Другою стороною медалі кешбеку є інтернет кешбек – це вже досить поширена модель заохочування покупців, яка функціонує досить довгий час. При здійсненні покупок на великих торгових майданчиках (наприклад у Aliexpress,

Gearbest, eBay) за допомогою сервісів, які консолідують кешбек покупці можуть повертати гроші від своїх покупок. Зрозуміло, за вирахуванням комісії сервісу [6].

Отже кешбек – «пряник» для обивателів платіжних карток чи кабала «життя у борг»? Відповідь на це питання залежить тільки від вас. Банківським установам сервіс кешбеку приносить все більше кредитних клієнтів (оскільки процентні виплати за кредитні кошти більші ніж від власних), але завжди існує пільгове погашення використаних кредитних коштів. Для раціональної категорії споживачів, які завжди намагаються знайти свою вигоду з кожної покупки – це безсумнівно «пряник», оскільки витративши один раз небагато часу на налаштування сервісу, потім отримуєш лише привілеї. Разом з тим це може стати і кабалою для тих, хто не може контролювати свої купівельні побажання. Але це вже тема, яка стосується кредитних сервісів (моментального кредиту, овердрафту тощо).

Література:

1. Лисицына А. Кнут и пряник для владельца пластика: кому вернут потраченные средства: а с кого снимут комиссию за неактивную карту. – 2012. – Режим

доступа:

http://www.prostobank.ua/plastikovye_karty/stati/knut_i_pryanik_dlya_vladeltsa_plastika_komu_vernut_potrachennyye_sredstva_a_s_kogo_snimut_komissiyu_za_neaktivnyuyu_kartu

2. Garcia-Swartz, D., R. Hahn, and A. Layne-Farrar. “The move toward a cashless society: Calculating the costs and benefits.” *Review of Network Economics* 5 (2). – 2016.:199–228.

3. Національний Банк України. Огляд ринку платіжних карток та платіжної інфраструктури України за 2017 рік. – 2018. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=64347382>

4. «Cash Back». Investopedia.– 2014. – Режим доступу: <http://www.investopedia.com>.

5. «City Survivors: Cash in on cashback deals». – 2016.– Режим доступу: <http://www.moneywise.co.uk>

6. Steinmetz Krystal «Got Chrome? Here’s How It Can Save You Big Money Shopping Online». – 2016. – Режим доступу: <https://www.moneytalksnews.com/got-chrome-these-features-will-save-you-money-shopping-online/>