

DOI: [10.32702/2307-2105-2018.11.13](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.13)

УДК 336 (075.8)

*Л. І. Катан,
д. е. н., професор, завідувач кафедри,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро
В. В. Острініна,
магістр, студент,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет, м. Дніпро*

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЕКОСИСТЕМИ БЕЗГОТІВКОВИХ ПЛАТЕЖІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

*L. Katan
Doctor of Economics, Professor, Head the Department of Finance,
Banking and Insurance, Dnipro State Agrarian and Economic University, city Dnipro
V. Ostrinina
master's degree, student,
Dnipro State Agrarian and Economic University, city Dnipro*

FORMATION OF THE FINANCIAL ECOSYSTEM OF CASHLESS PAYMENTS IN THE AGRARIAN SECTOR OF UKRAINE

Безготівкові розрахунки - платежі, які здійснюються шляхом перерахування з рахунку платника на рахунок кредитора у банках без використання грошових купюр. Формування фінансової екосистеми безготівкових платежів в аграрному секторі України полягає в застосуванні проекту «Cashless economy». Безготівкова економіка – це планомірна відмова від використання готівкових коштів на користь безготівкових розрахунків. В Україні сервіси для безготівкової оплати недостатньо розвинені через надмірну регульованість галузі банківської діяльності, страхів населення, високого рівня тіньової економіки і незацікавленості іноземних компаній в українському ринку. В умовах сьогодення в Україні є проблеми щодо дефіциту терміналів в торгових точках, а в містах зосередження аграрного сектора переважно не існує технологій для здійснення безготівкових розрахунків.

У роботі було розглянуто теоретичні основи безготівкових розрахунків, запропоновано використання стратегії «Cashless economy», метою якої є скорочення обсягу готівки в економіці України та побудовано бізнес-модель формування фінансової екосистеми безготівкових розрахунків в аграрному секторі на основі застосування електронних грошей фермерськими господарствами.

Cashless payments are payments made by transferring from the payer's account to the creditor's account in banks without the use of banknotes. The formation of the financial ecosystem of cashless payments in the agrarian sector of Ukraine is the application of the "Cashless

economy” project. Cashless economy is systematic refusal of cash in favor of cashless settlements.

Cashless payment services are not sufficiently in Ukraine developed because of the over regulation of the industry, the fears of the population, the level of the shadow economy and the lack of interest of foreign companies in the Ukrainian market. There are problems with the shortage of terminals at retail outlets, and in the cities of concentration of the agrarian sector of Ukraine, there is generally no technology for making cashless payments nowadays in Ukraine.

In order for Ukraine to abandon the mass distribution of cash, to interest entrepreneurs and the population, we need deeper changes in the areas of legislation, security and financial literacy of Ukrainians. Changing consumer habits and motivation for payment in non-cash form has a major impact on project results. The impact on consumer habits is through education and motivation.

The development of cashless economy is beneficial for all participants in monetary relations. Commercial banks can make their own contribution to the financial well-being of the state by developing and implementing new banking products and services that will contribute to the development of cashless payment infrastructure in line with the “Cashless economy” strategy.

The paper examines the theoretical foundations of the cashless economy, explores the strategy of “Cashless economy”, which aims to reduce the amount of cash in the economy of Ukraine, created a business model for the formation of the financial ecosystem of cashless payments in the agrarian sector on the basis of the use of electronic money by the farms.

Ключові слова: *безготівкова економіка; безготівкові платежі; платіжна інфраструктура; фінансова грамотність; фінансова мотивація; розробка і впровадження нових продуктів; цінова стратегія; електронні гроші; фінансова екосистема.*

Keywords: *cashless economy; cashless payments; payment infrastructure; financial literacy; financial motivation; new products’ development and implementation; price strategy; electronic money; finance ecosystem.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Економіка України перебуває в умовах фінансово-економічної нестабільності, що призводить до значних потрясінь в банківській системі та суттєво пригальмовує розвиток фінансової екосистеми безготівкових платежів в Україні, зокрема в аграрному секторі. В першу чергу, це пов'язано з фінансовою необізнаністю та недостатньою фінансовою грамотністю населення, нестабільністю законодавчої бази, зниженням довіри населення до банківської системи та багатьма іншими проблемами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретико-методологічних основ організації безготівкових розрахунків, аналізу їх ефективності присвячено значна кількість наукових праць зарубіжних вчених М.Дж. Ауріемма, А.В. Вавілова, О.С. Вороніна, А.І. Гінзбурга, О.С. Рудакової, В.М.Уоскіна, С.Петера та вітчизняних науковців А.М. Берези, М.С.Вертузаєва, А.С. Гальчинського, В.М. Кравця, В.І. Міщенко, О.М. Мозгового, А.С. Савченка, В.А. Юценка тощо.

Проте, незважаючи на велику кількість досліджень, безготівкова економіка повинна постійно вдосконалюватися в сучасних умовах розвитку країни та в розрізі окремих галузей, в першу чергу, аграрного сектору України. Сучасний аналіз грошового обігу необхідний для управління якістю банківської діяльності, оскільки гроші є основною частиною грошової системи держави та потребують постійного контролю для підтримання її фінансової незалежності.

Постановка завдання: розробити теоретико-методичні засади та практичні рекомендації щодо формування фінансової екосистеми безготівкових платежів в аграрному секторі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Гроші в сучасній економіці мають суто функціональне визначення: гроші – це будь-який інструмент, який виконує ключові функції грошей. Такими функціями є: міра вартості (функція, в якій гроші забезпечують вираження і вимірювання вартості товарів, надаючи їй форму ціни); засіб обігу (функція, в якій гроші є посередником в обміні товарів і забезпечують їх обіг); засіб нагромадження (функція, що пов'язана зі здатністю грошей бути засобом збереження вартості, представником абстрактної форми багатства); засіб платежу (функція, в якій гроші обслуговують погашення різноманітних боргових зобов'язань між суб'єктами економічних відносин, що виникають у процесі

розширеного відтворення); світові гроші (функція, в якій гроші обслуговують рух вартості в міжнародному економічному обороті та забезпечують реалізацію взаємовідносин між країнами) [1, с.27].

Гроші повинні забезпечувати проведення платежів, слугувати для збереження вартості та функціонувати як одиниця розрахунків. Традиційні форми грошей, що включаються до грошової маси - це готівка (паперові гроші) та безготівкові гроші.

Безготівкові розрахунки — платежі, які здійснюються шляхом перерахування з рахунку платника на рахунок одержувача у банках без використання грошових купюр. Безготівкові розрахунки застосовуються між підприємствами і організаціями для розрахунків за придбану сировину, матеріали, напівфабрикати, відвантаженою продукцією, виконані роботи і т. д. Вони також використовуються населенням для внесення вкладів, розрахунків за квартиру і комунальні послуги, оплати товарів та ін. Безготівкові розрахунки здійснюються на основі розрахункових документів встановлених форм — платіжних вимог, платіжних доручень, розрахункових чеків. Безготівкові розрахунки населення здійснюються через ощадні банки, але широкого поширення такі форми розрахунків не набули.

На ринку України спостерігається стабільний позитивний тренд зростання частки безготівкових операцій та платіжної інфраструктури. Водночас, на одну тисячу населення припадає близько 5,7 платіжних терміналів, тоді як у європейських країнах цей показник в середньому становить понад 10 одиниць на одну тисячу населення. Відповідно до Комплексної програми розвитку фінансового сектору в Україні до 2020 року цей показник в нашій країні має досягти 11 терміналів на одну тисячу населення [3].

В сучасних умовах, тільки 20% з більш ніж мільйона суб'єктів господарювання, які працюють в Україні, використовують безготівкові розрахунки. І це не дивлячись на прийнятий Закон України від 18.09.2012 №5284-VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо функціонування платіжних систем та розвитку безготівкових розрахунків», який зобов'язує приймати безготівкові платежі всіх [3].

Уряди країн ЄС активно застосовують безготівкові технології та платіжні інструменти для належного функціонування державних фінансів та забезпечення фіскальної дисципліни. Розвинені країни також демонструють стійку тенденцію переходу до безготівкового суспільства зі значним щорічним зменшенням обсягів та долі використання готівки, що дозволило ввести в обіг термін «фінансова екосистема безготівкових платежів». Для сприяння громадянам та бізнесу в здійсненні розрахунків, сплаті податків, забезпечення їх збору та поліпшення їх адміністрування Україна зацікавлена прискорити впровадження електронних технологій та безготівкових платежів.

Національний банк України поставив амбітне завдання - до 2020 року скоротити обсяг готівки в українській економіці в два рази. Ця мета прописана в стратегії «Cashless economy» (безготівкова економіка). Розвиток інфраструктури безготівкових платежів - один з її центральних пунктів.

Безготівкова економіка - планомірний відмова від готівкових коштів на користь безготівкових розрахунків. В Україні сервіси для безготівкової оплати недостатньо розвинені через надмірну регульованість галузі, страхів населення, рівня тіньової економіки і незацікавленість іноземних компаній в українському ринку. В умовах сьогодення в Україні є проблеми з дефіцитом терміналів в торгових точках, а в містах зосередження аграрного сектора України переважно не існує технологій для здійснення безготівкових розрахунків.

Що потрібно, щоб Україна відмовилася від масового поширення готівки, і як зацікавити в цьому не тільки підприємців, а й населення - питання, яке обговорюється в колах українського бізнесу. Беззаперечно, потрібні глибші зміни в сферах законодавства, безпеки та підвищення фінансової грамотності українців.

Зміна звичок споживачів та мотивація оплат у безготівковій формі має основний вплив на результати проекту. Вплив на звички споживачів здійснюється через освіту та мотивацію. Метою освіти у сфері фінансової грамотності є підвищення довіри до банківської системи (популяризація національної валюти; роз'яснення стратегії банків; нове позиціонування та комунікація нового), створення культури управління фінансами та підвищення фінансової грамотності (окрема дисципліна в школах; навчання управління власними фінансами). В якості мотивації можуть застосовуватись такі елементи:

- фінансова мотивація: програми фінансового заохочення; податкові пільги; cashback; проведення акцій, лотерей;

- зручність: сучасні та доступні методи оплати; відкриття рахунків –єдиний стандарт платежу; DirectDebit;

- штрафи: комісія за зняття коштів; штрафи за відмову в використанні POS- терміналів.

При цьому всі учасники ринку визнають, що Україна - країна готівки. Середній дохід українського домогосподарства складає 4600 грн. Більша його частка витрачається на харчові продукти й оплату комунальних послуг. На готівкові розрахунки припадає 83% всіх витрат. Тому одним з головних завдань є – довести до господарств населення, для чого взагалі цей «безготівковий проект». Перекопати їх в тому, що такі зміни потрібні не тільки банкам і регулятору, а всій економіці України, для того, щоб вона стала більш здоровою, прозорою і гармонійною.

Держава отримує вигоди не тільки в плані регулювання. Дослідження Moody's показало, що безготівкова економіка в світі щорічно створює 256 млрд дол. США додаткового ВВП. Це можна прирівняти до двох з половиною мільйонів робочих місць. В Україні безготівкова економіка генерує поки тільки 500 млн дол. США. Але в потенціалі це набагато більше.

Розвиток безготівкової економіки вигідний для усіх учасників грошових відносин:

1. Для держави: підвищення бази оподаткування від прозорого ведення бізнесу; зниження обсягів тіньової економіки та декриміналізація; скорочення витрат на обслуговування грошового обігу; монетизація пільг (оплата по факту використання).

2. Комерційний сектор:

- для платників: збільшення середнього чека за кожною операцією; підвищення захисту від шахрайських дій (пограбування, підроблення банкнот тощо);

- для комерційних банків: скорочення операційних витрат; розширення клієнтської бази шляхом надання додаткових переваг, акцій (cross-sales, co-brand, cash-back, rewards); зростання комісійного доходу, рівня ліквідності; зниження ризиків.

3. Для громадян України: підвищення захисту від шахрайських дій (пограбування, підроблення банкнот тощо); зростання зручності у використанні; доступ до додаткових сервісів та можливостей; можливість отримувати доходи легальним шляхом (уникнення заробітних плат «у конвертах»).

Комерційні банки можуть здійснити власний внесок до фінансового добробуту держави шляхом розробки та впровадження нових банківських продуктів та послуг, які будуть сприяти розвитку інфраструктури безготівкових платежів згідно зі стратегією «Cashless economy».

Новий банківський продукт та послуга - це банківський продукт або послуга, що пропонуються на ринку вперше та є новими для банку при наданні їх клієнтам, а також характеризуються тим, що якість покращена, в тому числі технології надання, або інші параметри, які споживач вважатиме значущими для себе, і можуть привести до розширення цільової аудиторії клієнтів.

Він відповідає таким вимогам: відповідність наявним і потенційним запитам споживачів; забезпечення додаткових доходів банку; вищі якісні параметри продукту на ринку над аналогічними продуктами; відповідність продукту стратегії розвитку банку.

Для організаційного забезпечення розробки й впровадження нових продуктів використовуються два підходи: в банку функціонує окремий достатньо великий підрозділ, основною функцією якого є розробка нових продуктів; використовуються галузеві підрозділи, однією із функцій яких є розробка і впровадження нових продуктів.

Традиційно процес розробки й впровадження нових банківських продуктів та послуг передбачає реалізацію семи етапів:

1. Пошук та відбір ідей - формулювання ідей, які б задовольнили певні потреби споживачів, у відборі та ранжуванні ідей стосовно методів задоволення цієї потреби в розробці концепції нового продукту.

2. Визначення економічної ефективності продажу нового банківського продукту та послуги - розрахунок прямих та накладних витрат й очікуваних доходів, розрахунок чистої приведеної вартості, розрахунок окупності та рентабельності проекту.

3. Розробка технології нової банківського продукту та послуги - створення внутрішньобанківського нормативного документа про продукт.

4. Встановлення стандарту якості банківського продукту та послуги, який подається в технологічній карті послуги.

5. Визначення маркетингових складових надання банківського продукту та послуги - здійснюється аналіз потенційних ринків збуту, сегментування клієнтів та визначення місткості кожного з ринків та сегментів.

6. Визначення ризиків нового продукту - проводиться за ринковими, товарними, економічними, фінансовими та збутовими критеріями.

7. Етап випробування продукту, що передбачає вирішення завдань: визначення місця виведення продукту на ринок; встановлення строку випробування; здійснення пробних продаж лояльним клієнтам; збір та аналіз інформації про пробні продажі; прийняття рішення щодо перспектив нового продукту [2, с.117-119].

В сучасних умовах, враховуючи наявність фінансової нестабільності, для вдосконалення розробки та впровадження нових банківських продуктів та послуг доцільним є проведення заходів щодо надання комерційним банкам необхідної нормативної документації, технічного й програмного забезпечення, рекламних матеріалів, проведення навчання персоналу, розробка і реалізація ефективної рекламної кампанії з метою стимулювання збуту, а також проведення банківського моніторингу за рівнем витрат, контролю за проявленням адекватної реакції на претензії клієнтів, моніторингу реакції конкурентів, аналізу платоспроможності клієнтів, проведення заходів щодо вдосконалення продукту, управління ціною, пошуку нових ринків збуту та аналізу впливу продукту на фінансові результати та імідж комерційного банку.

Також, комерційні банки мають звернути увагу на формування цінової стратегії на банківські продукти та послуги, адже метою створення такого продукту є скорочення обсягу готівки в українській економіці.

Цінова стратегія комерційного банку - це довгострокова орієнтація в галузі цінової політики, яка визначає її кінцеву мету.

Загальна цінова стратегія банку формується у складі загальної стратегії розвитку банку. Водночас такий підхід не виключає, а навпаки передбачає, що банки можуть у рамках загальної цінової стратегії

визначати окремі стратегічні цілі у розрізі груп банківських продуктів або окремих сегментів ринку. Такі проміжні стратегічні цілі можуть не завжди повністю збігатися із загальною ціною стратегією банку.

В сучасних умовах економічної нестабільності консервативно відбувається застосування двох варіантів цінової стратегії: максимізація поточного прибутку шляхом встановлення максимально високих цін, які зможе витримати ринок, та застосовується або при значному перевищеному попиту над пропозицією, або при наданні специфічних й унікальних послуг, продаж яких на ринку дає монопольний ефект; стратегія «зняття вершків», яка застосовується банками-лідерами при виході на банківський ринок з новими продуктами.

З урахуванням стану національної економіки доцільним є застосування інноваційних стратегій, зокрема: стратегії гнучких та еластичних цін, яка застосовується банками для збереження наявної долі на ринку; стратегії низьких або пільгових цін, яка використовується комерційними банками для розширення своєї долі на ринку; стратегії цінового лідера, при якій банки у своїй діяльності орієнтуються на рівень цін того банку, який на ринку продаж даного продукту має найбільшу долю.

Процес встановлення ціни на банківські послуги передбачає реалізацію п'яти етапів: вибір відповідного типу цінової стратегії, яка відповідає загальній стратегії банку; аналіз витрат на послуги у розрізі окремих операцій, типів операцій і клієнтів, основною метою якого є визначення мінімально допустимого рівня ціни на послуги; аналіз впливу основних факторів на ціну банківських послуг, до яких належить рівень і характер попиту, ціни конкурентів, діловий імідж банку, вплив держави та інших суб'єктів ринку на цінову політику; вибір методу розрахунку ціни, який орієнтований на витрати, ціноутворення на основі аналізу рівня поточних ринкових цін і стратегії цінового лідера, ціноутворення на основі рівня й характеру взаємовідносин з клієнтами та використання економіко-математичних моделей; встановлення остаточної ціни з урахуванням всіх знижок, надбавок, пільг і інших методів цінової диференціації, включаючи і психологічне сприйняття ціни [2, с.149-152].

В умовах сьогодення, враховуючи наявність фінансової нестабільності, для вдосконалення розробки та впровадження нових банківських продуктів та послуг доцільним є проведення заходів щодо надання комерційним банкам необхідної нормативної документації, технічного та програмного забезпечення, рекламних матеріалів, проведення навчання персоналу, розробка і реалізація ефективної рекламної кампанії з метою стимулювання збуту, а також проведення банківського моніторингу за рівнем витрат, контролю за проявленням адекватної реакції на претензії клієнтів, моніторингу реакції конкурентів, аналізу платоспроможності клієнтів, проведення заходів щодо вдосконалення продукту, управління ціною, пошуку нових ринків збуту та аналізу впливу продукту на фінансові результати та імідж банку.

Таким чином, в процесі формування цінової стратегії на банківські продукти та послуги вважаємо доцільним використання комерційними банками як консервативних методів встановлення цін, так і інноваційних, які полягають у врахуванні поточних фінансових умов ринку.

Пропонуємо бізнес-модель безготівкових розрахунків в аграрному секторі України на прикладі застосування електронних грошей фермерським господарством при оплаті за здане молоко.

На підставі запиту фермеру, комерційний банк пропонує варіанти безготівкового розрахунку у вигляді використання: електронних гаманців; електронних грошей; банківських платіжних карток; сервісу по гарантованих платежах.

Після обговорення, фермер отримує банківську картку від банку партнера. При здачі молока, фермер використовує картку і його ідентифікують. Після приймання молока, система фіксує суму оплати фермеру і повідомляє її фермеру. Сума до оплати "фіксується" в білінгу (автоматизована система розрахунків) компанії і банку-партнера і списується з рахунку компанії в онлайні при запиті фермера: розрахунок картою в POS-терміналі або зняття готівки.

POS-термінал (від англ. PointOfSale - точка продажу) - це електронний програмно-технічний пристрій для прийняття до оплати платіжних карт. Воно може приймати картки з чіпом, магнітною смугою і безконтактні карти, а також інші пристрої, що мають сполучення (наприклад, NFC - технологія бездротового високочастотного зв'язку малого радіуса дії «в один дотик», яка дає можливість обміну даними між пристроями, насамперед смартфонами та безконтактними платіжними терміналами, що перебувають на відстані близько 10см) [4].

З метою підтримання високого рівня безготівкових розрахунків комерційний банк може надавати пільги на розрахунки картою для користувачів банківського продукту, який сприяє виконанню мети проекту «Cashless economy».

Висновки. Таким чином, здійснення безготівкових розрахунків за реалізовані товари (роботи, послуги) з використанням спеціальних платіжних засобів прискорить реформування готівкового обігу, зменшить рівень монетизації ВВП України та дозволить сформувати інноваційну та ефективну фінансову екосистему безготівкових платежів в аграрному секторі України.

Література.

1. Колодізев О. М. Гроші і кредит. Підручник. / О. М. Колодізев. – Київ: Знання, 2010. – 610 с.
2. Ткачук В. О. Маркетинг у банку: Навчальний посібник / В. О. Ткачук. – Тернопіль: Синтез-Поліграф, 2006. – 225 с.

3. Національний банк України. Національний банк підтримує консолідацію державної політики у сфері запровадження безготівкових розрахунків в Україні [Електронний ресурс] / Національний банк України. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=63016665.

4. Що таке NFC технологія в телефоні? [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://nfc-ukraine.com/article/about-nfc>.

References.

1. Kolodiziev, O.M. (2010), *Hroshi i kredyt*. Pidruchnyk [Money and credit. Textbook], Znannia, Kyiv, Ukraine.

2. Tkachuk, V.O. (2006) *Marketynh u banku: Navchal'nyj posibnyk* [Marketing at the bank: A manual], Syntez-Polihraf, Ternopil', Ukraine.

3. The official site of the National Bank of Ukraine (2018), “The National Bank supports consolidation of the state policy in the field of introduction of cashless settlements in Ukraine”, available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=63016665 (Accessed 18 August 2018).

4. The official site of the NFC-Ukraine (2013), “What is the NFC technology in the phone?”, available at: <https://nfc-ukraine.com/article/about-nfc> (Accessed 21 August 2018).

Стаття надійшла до редакції 20.11.2018 р.