

УДК 658.8:336.77
JEL Classification: G21; M31
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-1-486-496>

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЕСКРОУ-ПОСЛУГ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

© 2025 НЕСТЕРЕНКО О. О., ПОНОМАРЕНКО В. О.

УДК 311.4:323.2:327.7:330.4:339.4:339.5:339.7:342.7:351:355
JEL Classification: G21; M31

Нестеренко О. О., Пономаренко В. О. Маркетингові стратегії для просування ескроу-послуг на фінансовому ринку

Дослідження механізму впровадження рахунків умовного зберігання (ескроу) в Україні має значну актуальність, оскільки їх використання дозволить сприяти розвитку економіки, підвищити рівень довіри та безпеки в онлайн-транзакціях, а також забезпечити ефективний захист прав та інтересів учасників ринку. Метою статті є розробка та обґрунтування ефективних маркетингових стратегій просування ескроу-послуг на фінансовому ринку України з урахуванням специфіки нормативно-правового регулювання, поточного стану ринку та потреби у формуванні довіри споживачів до цього фінансового інструменту. У статті проаналізовано основні нормативні документи, які регулюють організаційно-методологічні положення відкриття рахунку ескроу, детально описано процес виконання угоди з використанням рахунку ескроу з урахуванням законодавчого регулювання. Доведено, що в умовах зростаючої конкуренції банківських установ і потенційного розширення сфери використання ескроу-рахунків розробка дієвих маркетингових стратегій стає ключовим фактором успішного впровадження та популяризації цього фінансового інструменту. Проаналізовано підходи щодо трактування поняття «маркетинг у фінансовій сфері» та виокремлено ключові аспекти, які присутні в більшості визначень, а саме: задоволення потреб клієнтів; розробка та просування фінансових продуктів; управління взаємовідносинами з клієнтами; аналіз ринку. На основі проаналізованої літератури запропоновано під маркетинговою стратегією для ескроу-послуг розуміти комплексний план дій, спрямований на ефективне просування та розвиток послуг умовного депонування на фінансовому ринку. Виокремлено ключові фактори, які вимагають популяризації ескроу-послуг, а саме: зростаюча конкуренція в банківському секторі; підвищений попит на персоналізований досвід; стрімкий розвиток цифрових технологій та зміна споживчих переваг. Для візуалізації комплексного підходу до маркетингової стратегії ескроу-послуг розроблено інтегровану маркетингову стратегію для популяризації ескроу-послуг, яка відображає взаємозв'язок ключових напрямків маркетингової діяльності, кожен з яких містить специфічні інструменти та підходи до просування ескроу-послуг. Це дозволить забезпечити системний підхід до маркетингової діяльності та врахувати всі аспекти взаємодії з потенційними та існуючими клієнтами шляхом підвищення рівня довіри до ескроу-послуг, збільшення кількості користувачів ескроу-послуг, підвищення обізнаності про переваги ескроу, індивідуалізацію пропозицій, розширення партнерських програм і підвищення ефективності просування.

Ключові слова: ескроу-послуга, ескроу-рахунок, фінансовий ринок, маркетинг, інтегрована маркетингова стратегія, банківські установи, угода.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 21.

Нестеренко Оксана Олександрівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри управління та адміністрування, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: o.nesterenko@karazin.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9516-0917>

Researcher ID: JRW-1448-2023

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57217018525>

Пonomarenko Віталій Олександрович – здобувач ступеня доктора філософії, здобувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: vitalii.ponomarenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-7861-8513>

Researcher ID: MAH-7639-2025

UDC 658.8:336.77

JEL Classification: G21; M31

Nesterenko O. O., Ponomarenko V. O. Marketing Strategies for Promoting Escrow Services in the Financial Market

Studying the mechanism for implementing escrow accounts in Ukraine is of significant relevance, as their use will contribute to the development of the economy, increase the level of trust and security in online transactions, and ensure efficient protection of the rights and interests of market participants. The aim of the article is to develop and substantiate efficient marketing strategies for promoting escrow services in the financial market of Ukraine, taking into account the specifics of regulatory legal regulation, the current state of the market, and the need to build consumer trust in this financial instrument. The article analyzes the main regulatory documents that govern the organizational and methodological provisions for opening an escrow account, and provides a detailed description of the process of executing a transaction using an escrow account in accordance with legislative regulation. It is proved that in the context of increasing competition among banking institutions and the potential expansion of the use of escrow accounts, the development of efficient marketing strategies becomes a key factor for the successful implementation and popularization of this financial instrument. Approaches to the interpretation of the concept of «marketing in the financial sector» have been analyzed, and key aspects present in most definitions have been identified, namely: meeting customer needs; development and promotion of financial products; management of customer relationships; market analysis. Based on the analyzed literature, it is proposed that a marketing strategy for escrow services be understood as a comprehensive action plan aimed at the efficient promotion and development of conditional deposit services in the financial market. Key factors have been allocated that require the promotion of escrow services, namely: increasing competition in the banking sector; heightened demand for personalized experiences; rapid development of digital technologies and changing consumer preferences. To visualize a comprehensive approach to the marketing strategy of escrow services, an integrated marketing strategy has been developed to promote escrow

services, reflecting the interconnection of key areas of marketing activity, each containing specific tools and approaches for promoting escrow services. This will ensure a systematic approach to marketing activities and take into account all aspects of interaction with potential and existing clients by enhancing trust in escrow services, increasing the number of users of escrow services, raising awareness of the benefits of escrow, individualizing offers, expanding partnership programs, and improving promotional efficiency.

Keywords: escrow service, escrow account, financial market, marketing, integrated marketing strategy, banking institutions, agreement.

Fig.: 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 21.

Nesterenko Oksana O. – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Management and Administration, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: o.nesterenko@karazin.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9516-0917>

Researcher ID: JRW-1448-2023

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57217018525>

Ponomarenko Vitalii O. – Graduate of the degree of Doctor of Philosophy, Applicant of the Department of Finances, Banking and Insurance, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: vitalii.ponomarenko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-7861-8513>

Researcher ID: MAH-7639-2025

У динамічному середовищі сучасного фінансового ринку дедалі більшого поширення набувають ескроу-послуги як інструмент для забезпечення безпеки та довіри в економічних транзакціях. Договір рахунку умовного зберігання (ескроу) є відносно новим інструментом на фінансовому ринку України, оскільки набув законодавчого закріплення лише у 2017 р. з прийняттям Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах» № 1983-VIII [1]. З прийняттям відповідних правових норм Національний банк України розробив порядок відкриття таких рахунків, що включає визначення ескроу-агента, перелік документів для відкриття рахунку та виключний перелік операцій, які можна здійснювати за рахунком.

Згідно з даними Національного депозитарію України, станом на жовтень 2024 року було проведено близько 433 процедури сквіз-аут [2]. При проведенні процедури сквіз-аут саме на ескроу-рахунок переказують кошти, призначені для викупу акцій міноритарних акціонерів. На цьому рахунку вони безпечно зберігаються до моменту прийняття рішення міноритарними акціонерами. Процедури сквіз-аут були здійснені у банківській сфері (ПуАТ «КБ «АКОРДБАНК», АТ «ЮНЕКС БАНК», АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК», АТ «ПУМБ», ПАТ «МТБ БАНК», ПАТ «Ідея Банк», АТ «АЛЬТБАНК», ПАТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК», ПАТ «КРЕДОБАНК», ПАТ «ВіЕс Банк», ПАТ «БАНК "ГРАНТ»), видобувній (ПрАТ «Укргазвидобуток», ПТ «Укрнаф-тахімпроект»), енергетичній (ПАТ «ДТЕК Західенерго», ПАТ «ДТЕК Дніпренерго»), гірничо-металургійній (ПрАТ «МК Азовсталь», ПрАТ «Запоріжжкокс»), фармацевтичній (ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»), автотран-

спортній (ПрАТ «Рівне-Авто», ПрАТ «Галичина-Авто» тощо), рекреаційній (ПрАТ «Готелі Трускавця») тощо.

На початку грудня 2024 р. Національний депозитарій України успішно реалізував першу угоду з використанням рахунку умовного зберігання (ескроу) для забезпечення виконання зобов'язань за правочинами щодо часток товариства. Цей механізм гарантує відкритість, захищеність та взаємну довіру між учасниками угод. І, як цілком слушно зазначає Голова Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку Руслан Магомедов: «... саме запровадження рахунку ескроу в обліковій системі часток стало важливим кроком у зміцненні довіри до сучасного сервісу обліку часток в Національному депозитарії».

Цей механізм дозволяє учасникам угод бути впевненими у виконанні договірних зобов'язань та прозорості процесу переходу права власності. Це дозволить створити сучасні, надійні та ефективні інструменти, що відповідають найкращим міжнародним практикам та забезпечують захист інтересів інвесторів» [3].

Однак, попри значний потенціал, вітчизняний ринок ескроу-послуг стикається з низкою викликів, серед яких недостатня обізнаність споживачів, недовіра до нових фінансових інструментів та висока конкуренція з боку традиційних банківських послуг. У зв'язку з цим ефективні маркетингові стратегії стають ключовим фактором для успішного просування ескроу-послуг на вітчизняному фінансовому ринку. Саме комплексний науковий аналіз маркетингових підходів має не лише презентувати ескроу як інноваційний фінансовий інструмент, але й сформулювати стійку довіру потенційних споживачів сучасних

фінансових послуг в умовах перманентної невизначеності ринкового середовища.

Теоретико-методологічні положення, методичні основи та практичні питання надання ескроу-послуг знаходяться на початковому етапі дослідження науковцями-теоретиками та практиками. Питання концептуальних основ правового регулювання надання ескроу-послуг досліджуються в роботах таких українських вчених, як: Ю. Білоус, Н. Голубева, А. Згама, К. Іванова, І. Колодій, Ю. Таргоній, І. Шпуганич. Перспективи використання ескроу-рахунків в банківській сфері України стали об'єктом досліджень Л. Белкіна, С. Голубицького, І Громницької, Н. Дудлів, Т. Ковальової, І. Махіні, О. Сарахман, Ю. Юринець.

Дослідженнями розвитку та застосування маркетингових стратегій на ринку фінансових послуг займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, а саме: І. Алексеев, І. Бабух, Л. Войтович, Р. Гаецька, О. Дудко, О. Іршак, Л. Кльоба, С. Ковальчук, С. Лобозинська, І. Лютий, Р. Стефенсон, Т. Яворська та інші. Однак маркетинг ескроу-послуг залишається взагалі не дослідженою темою в наукових колах, що відкриває широкі можливості для подальших досліджень і розробок у цій сфері.

Метою статті є розробка та обґрунтування ефективних маркетингових стратегій просування ескроу-послуг на фінансовому ринку України

з урахуванням специфіки нормативно-правового регулювання, поточного стану ринку та потреби у формуванні довіри споживачів до цього фінансового інструменту.

У зв'язку з євроінтеграційними процесами в Україні, а саме: зобов'язанням імплементувати положення Директиви № 2004/25/ЄС Європейського парламенту та Ради від 21 квітня 2004 р., що стосується заявки та пропозиції ціни поглинання, в законодавстві України починаючи з 2017 р. з'явилося положення про договір рахунка умовного зберігання. Основним нормативним документом, який регулює організаційно-методологічні положення відкриття ескроу є Інструкція про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах. Згідно з інструкцією: «рахунок умовного зберігання (ескроу) – рахунок, що відкривається банком клієнту на договірній основі для зарахування на рахунок коштів та перерахування їх / видачі коштів готівкою у випадках, передбачених законодавством України, особі (особам), зазначеній (зазначеним) клієнтом (бенефіціару або бенефіціарам), а в разі надання бенефіціаром письмової вказівки банку – особі (особам), зазначеній (зазначеним) бенефіціаром, якщо це передбачено договором, або повернення таких коштів клієнту за настання підстав, передбачених договором [4]. Основні нормативно-правові акти, які регулюють порядок надання ескроу-послуг, згруповані в *табл. 1*.

Таблиця 1

Нормативно-правове регулювання рахунків умовного зберігання (ескроу) в Україні

№ з/п	Нормативно-правовий акт	Дата прийняття	Ключові положення щодо ескроу
1	2	3	4
1	Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах» № 1983-VIII	23.03.2017 р.	<ul style="list-style-type: none"> – законодавче закріплення поняття договору рахунка умовного зберігання (ескроу); – встановлення базових правових засад функціонування ескроу
2	Інструкція про порядок відкриття та закриття рахунків користувачам надавачами платіжних послуг з обслуговування рахунків (Постанова Правління НБУ № 162)	29.07.2022 р.	<ul style="list-style-type: none"> – визначення поняття рахунку умовного зберігання (ескроу); – встановлення порядку відкриття ескроу-рахунків; – регламентація використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах
3	Цивільний кодекс України (глави 48, 72)	16.01.2003 р. (зі змінами від 2017 р.)	<ul style="list-style-type: none"> – визначення правової природи договору ескроу; – регулювання прав та обов'язків сторін договору; – встановлення порядку виконання зобов'язань за договором

1	2	3	4
4	Положення про порядок здійснення банками та фінансовими компаніями операцій за гарантіями в національній та іноземних валютах	13.09.2024 р.	<ul style="list-style-type: none"> – регламентація використання рахунку ескроу для забезпечення розрахунків за гарантіями; – порядок зарахування та повернення коштів з рахунку ескроу при гарантійних операціях; – вимоги до договору рахунку ескроу при гарантійному забезпеченні
5	Положення про провадження депозитарної діяльності	23.04.2013 р. (зі змінами від 2024 р.)	<ul style="list-style-type: none"> – регулювання використання рахунків ескроу в депозитарній системі; – механізм забезпечення виконання зобов'язань за правочинами щодо часток товариства

Джерело: складено авторами на основі чинного законодавства України.

Дефініція «ескроу» (escrow) прийшла до нас з англійської мови, вона означає: «гроші, майно або документ, що знаходяться на збереженні в третьої особи до виконання певної умови»; за іншою версією, це термін старофранцузького походження («escroque» як «сувій, перелік, список») [5]. Фактично, ескроу – це умовний депозит грошових коштів, який одна зі сторін угоди передає у тимчасове володіння банку до настання визначених договором умов і пред'явлення банку визначених договором документів [6]. І як цілком слушно зазначає О. М. Сарахман, запровадження такої фінансової операції – справжній прорив для України [7]. Це пов'язано з тим, що ескроу є водночас і способом здійснення розрахунків, і гарантією безпеки коштів, і забезпеченням зобов'язань сторін за договором. Зміни до підзаконних актів Національного банку України надають також низку переваг для іноземних інвесторів в Україні й іноземних експортерів з України при виконанні операцій з використанням рахунків ескроу. Наприклад, такі експортери можуть отримувати кредити від українських банків [8].

До моменту виконання умов договору банк зберігає кошти на ескроу-рахунку, відкритому на ім'я особи, яка здійснює переказ. Коли настають передбачені договором умови і надаються відповідні документи, банк зобов'язаний у встановлений термін перерахувати кошти з ескроу-рахунку бенефіціару повністю або частинами. Якщо ж умови не виконуються, банк повертає кошти особі, яка їх депонувала.

Сутність ескроу полягає в тимчасовому зберіганні грошей чи активів третьою стороною, щоб уникнути ризиків, пов'язаних з виконанням угоди. Ескроу створює довіру між сторонами угоди, оскільки нейтральний ескроу-агент гарантує, що обидві сторони виконують свої зобов'язання перед передачею активів. Однією з ключових характе-

ристик є умовність. Передача активів відбувається тільки після досягнення певних умов, які заздалегідь визначені сторонами угоди. Ескроу-агент грає ключову роль у процесі, контролюючи та виконуючи умови угоди. Його безперечна нейтральність є гарантією об'єктивності. Сутність ескроу полягає також в мінімізації ризиків для обох сторін угоди, оскільки активи не випускаються, поки не буде виконано умови [9].

Схематично процес виконання угоди з використанням ескроу рахунку наведено на *рис. 1*.

Згідно із законодавством України, ескроу-агентом може виступати лише банк. Як зазначають фахівці, для дрібних угод такий інструмент реалізувати досить складно [10]. Проте, незважаючи на всі існуючі проблеми, цей механізм дуже необхідний і, очевидно, буде затребуваний. Згодом на практиці буде відпрацьовано механізми, здатні зробити застосування ескроу-рахунків в Україні ефективнішими, а конкурентний ринок банківських послуг дозволить розширити сферу їх використання.

Враховуючи законодавче обмеження щодо надання ескроу-послуг виключно банками та складність реалізації цього інструменту для дрібних угод, особливої актуальності набуває питання ефективного маркетингового просування цих послуг на фінансовому ринку України. В умовах зростаючої конкуренції банківських установ та потенційного розширення сфери використання ескроу-рахунків розробка дієвих маркетингових стратегій стає ключовим фактором успішного впровадження та популяризації цього фінансового інструменту. Саме маркетингові інструменти мають допомогти подолати існуючі бар'єри та сформувати довіру до ескроу-послуг серед потенційних клієнтів, забезпечуючи тим самим подальший розвиток цього перспективного напрямку банківської діяльності.

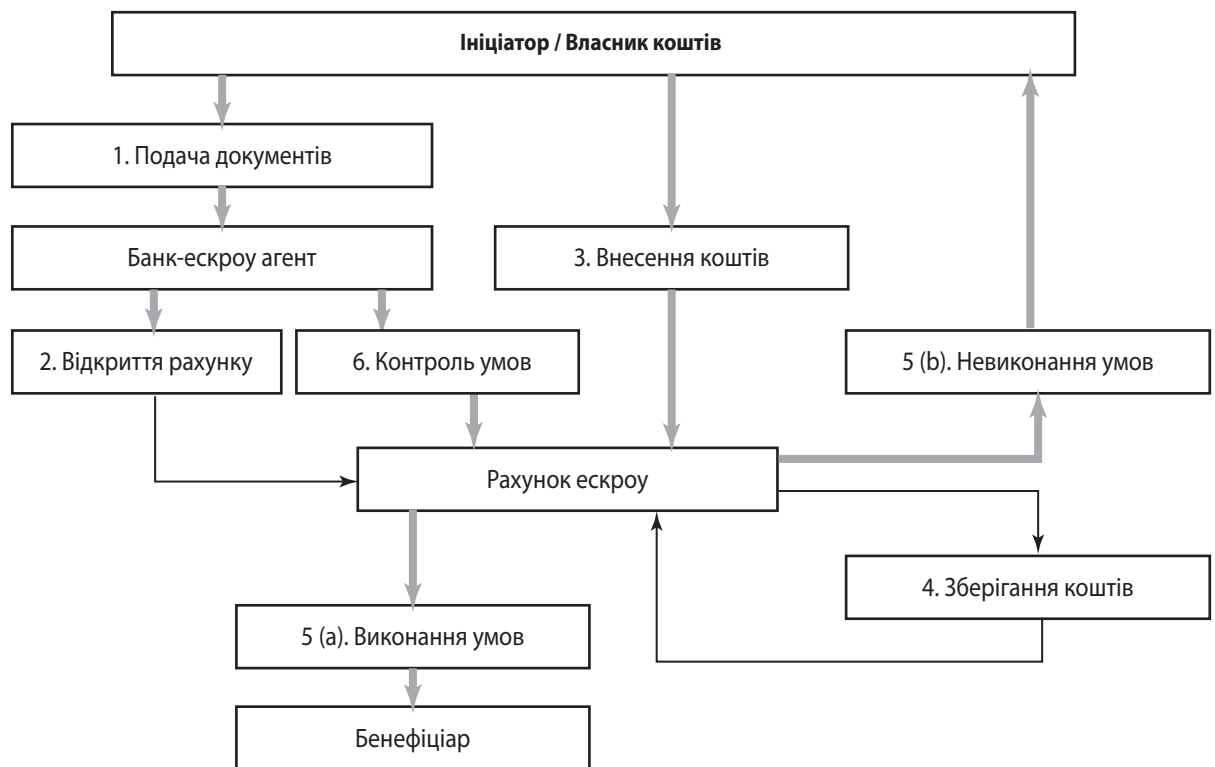


Рис. 1. Процес виконання угоди з використанням ескроу-рахунку

Джерело: розроблено авторами.

Ринок банківських послуг має певну специфіку споживчої поведінки, тому формування маркетингових стратегій є дещо складним процесом [11]. Перед банками стоїть завдання зберегти лояльність своїх існуючих клієнтів і залучити нових до використання ескроу-рахунків. Трансформація фінансового сектора, спричинена цифровізацією та зростанням складності міжсуб'єктних взаємодій, висуває принципово нові вимоги до маркетингових стратегій просування ескроу-послуг.

Збільшення кількості комерційних банків за останні роки підвищує конкуренцію в банківському секторі [12]. Щоб залишатися конкурентоспроможними, постачальники фінансових послуг повинні увійти в сучасну епоху, розробляючи послідовні, персоналізовані маркетингові стратегії, які резонують з клієнтами [13]. При цьому необхідно формувати сучасний і перспективний погляд на стійку фінансову поведінку, спрямований на те, щоб спонукати фінансові установи до активнішого залучення для заохочення більш проактивних заходів щодо просування сталої фінансової поведінки серед споживачів ескроу-послуг [14].

Л. Г. Кльоба та В. А. Кошлатий маркетинг фінансових послуг визначають як комплекс заходів фінансової установи, спрямованих на вивчення всіх аспектів мікро- та макросередовища банку, які впливають на його розвиток, просування послуг

на ринок та підвищення конкурентоспроможності [15]. С. Ковальчук більш широко підходить до трактування маркетингу у фінансовій сфері і пропонує розуміти його як процес планування, виконання і контролю за маркетинговими стратегіями та заходами, спрямованими на формування, пропагування та просування фінансових продуктів та послуг, залучення нових клієнтів, збільшення продажів фінансових активів та підтримання відносин з існуючими клієнтами у фінансовому секторі [16]. Л. Ф. Романенко пропонує розглядати маркетинг в фінансовій сфері як «філософію, стратегію й тактику банку, що спрямовані на ефективне задоволення потреб, запитів і сподівань, вирішення проблем наявних і потенційних банківських клієнтів шляхом успішної реалізації на ринку банківських продуктів, які враховують тенденції розвитку ринку та приносять користь суспільству завдяки управлінню активами і пасивами, прибутками і витратами, ліквідністю банку, рівнем ризику його операцій» [17, с. 148].

Можна виділити кілька ключових аспектів, які присутні в більшості визначень:

- ✦ задоволення потреб клієнтів – маркетинг фінансових послуг спрямований на розуміння та задоволення потреб і бажань клієнтів, як індивідуальних, так і корпоративних;
- ✦ розробка та просування фінансових продуктів – включає в себе створення нових

продуктів, їх позиціонування на ринку та просування через різноманітні маркетингові канали;

- ✦ управління взаємовідносинами з клієнтами – формування довгострокових відносин з клієнтами, заснованих на взаємній довірі та задоволеності;
- ✦ аналіз ринку – постійний моніторинг ринкових тенденцій, конкурентного середовища та поведінки споживачів для розробки ефективних маркетингових стратегій.

На основі проаналізованої літератури можна визначити, що маркетингова стратегія для ескроу-послуг являє собою комплексний план дій, спрямований на ефективне просування та розвиток послуг умовного депонування на фінансовому ринку. Така стратегія охоплює всі аспекти взаємодії з клієнтами – від підвищення обізнаності про механізми роботи ескроу до формування довгострокових відносин з користувачами послуг. При цьому особлива увага має приділятися цифровій трансформації послуг та персоналізації комунікацій з різними сегментами цільової аудиторії.

Як зазначає Ю. М. Томашевський, маркетинг фінансових послуг виконує такі базові функції: аналізує зовнішнє середовище ринкових відносин; аналізує сприйняття продукту споживачем; орієнтує типові групи сегменту [18].

У 2025 році компанії, що надають фінансові послуги, зіткнуться з унікальними проблемами, коли йдеться про маркетинг. Суворо регульоване середовище галузі, різноманітний спектр послуг і зміна очікувань клієнтів вимагають спеціалізованого підходу. Згідно з останніми даними, 71 % споживачів очікують від фінансових брендів більш персоналізованого досвіду, а 57 % віддають перевагу цифровому управлінню своїми фінансами, що робить цифровий маркетинг і персоналізацію більш важливими, ніж будь-коли [19].

Такі виклики вимагають розробки інтегрованої маркетингової стратегії для популяризації ескроу-послуг, що обумовлено кількома ключовими факторами. По-перше, зростаюча конкуренція в банківському секторі вимагає від фінансових установ розробки більш ефективних підходів до просування своїх послуг. По-друге, сучасні споживачі демонструють підвищений попит на персоналізований досвід. По-третє, стрімкий розвиток цифрових технологій та зміна споживчих преференцій створюють необхідність у впровадженні сучасних диджитал-інструментів у маркетингову стратегію.

Для візуалізації комплексного підходу до маркетингової стратегії ескроу-послуг розроблено інтегровану маркетингову стратегію для популяри-

зації ескроу-послуг, яка відображає взаємозв'язок ключових напрямків маркетингової діяльності, кожен з яких містить специфічні інструменти та підходи до просування ескроу-послуг (рис. 2). Така структура дозволяє забезпечити системний підхід до маркетингової діяльності та врахувати всі аспекти взаємодії з потенційними та існуючими клієнтами.

Першочерговим завданням при реалізації маркетингової стратегії для популяризації ескроу-послуг є підвищення фінансової грамотності та обізнаності клієнтів щодо механізму роботи ескроу-рахунків. Це може реалізовуватися через освітні програми, вебінари та персоналізовані консультації, що дозволить подолати бар'єр недовіри до нового фінансового інструменту. Особливу увагу варто приділити роз'ясненню переваг використання ескроу-рахунків для різних типів транзакцій та демонстрації їх ролі у забезпеченні безпеки розрахунків.

Використання ескроу може бути особливо корисним у складних транзакціях або там, де є значний обсяг коштів або активів, що залучаються [20].

Особливо актуально механізм ескроу-рахунку використовувати в операціях з нерухомістю, що передбачає депонування коштів покупця на окремому рахунку до повного виконання всіх умов угоди. Таким чином забезпечується безпека коштів покупця та гарантується виконання продавцем своїх зобов'язань. Розблокування коштів здійснюється після реєстрації права власності та проведення необхідних перевірок, що мінімізує ризики для обох сторін угоди. У разі невиконання умов договору кошти повертаються покупцю, що забезпечує правову захищеність його інтересів. Такий підхід забезпечує максимальний захист інтересів обох сторін угоди на ринку нерухомості.

Важливо підкреслити, що під час виконання умов договору жодна зі сторін не має права доступу до коштів. Крім цього, звернення стягнення чи накладання арешту на кошти, які розміщені на рахунку тимчасового зберігання, заборонені. Ескроу дозволяє сторонам угоди бути впевненими у виконанні угоди, а посередник забезпечує об'єктивність та дотримання погоджених сторонами правил [21].

Важливим напрямом маркетингової стратегії є диджиталізація процесів відкриття та обслуговування ескроу-рахунків. Враховуючи, що значна частина потенційних клієнтів надає перевагу цифровим каналам взаємодії, банкам необхідно забезпечити можливість дистанційного оформлення документів та управління рахунком через онлайн-банкінг. Це не лише підвищить зручність корис-

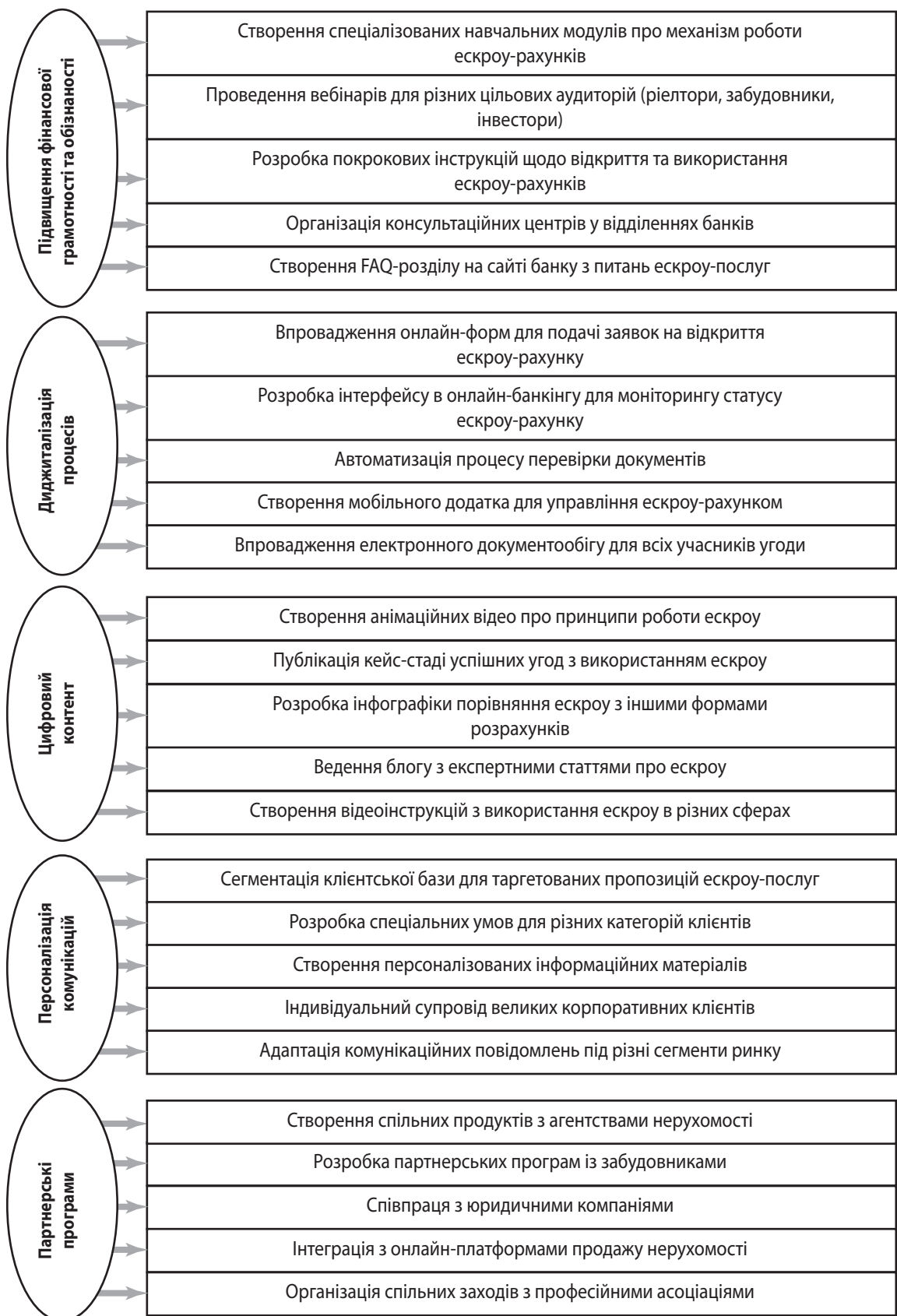


Рис. 2. Інтегрована маркетингова стратегія для популяризації ескроу-послуг (початок)

Джерело: розроблено авторами.

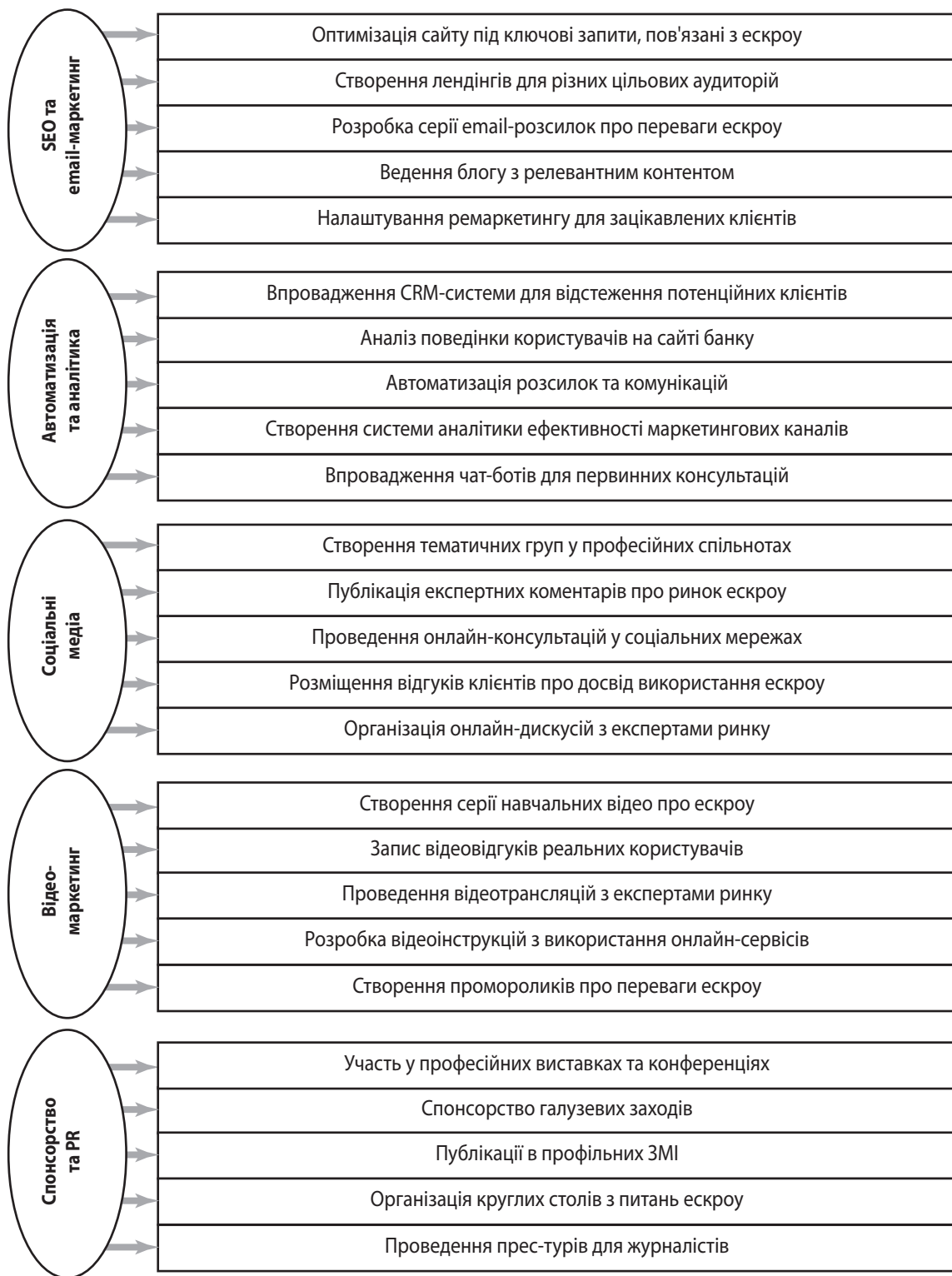


Рис. 2. Закінчення

тування послугою, але й розширить її доступність для різних сегментів клієнтів.

Ефективним інструментом просування ескроу-послуг також є створення якісного цифрового контенту. Це включає розробку інформативних відеоматеріалів, які пояснюють принципи роботи ескроу-рахунків, публікацію успішних кейсів їх використання та створення освітніх матеріалів для різних цільових аудиторій. Особливу увагу варто приділити демонстрації реальних прикладів застосування ескроу в різних сферах бізнесу.

Персоналізація маркетингових комунікацій також відіграє важливу роль. Використання аналітики даних дозволяє банкам ідентифікувати потенційних користувачів ескроу-послуг та формувати для них індивідуальні пропозиції. При цьому важливо враховувати специфіку різних сегментів клієнтів – від великих корпоративних клієнтів до представників малого бізнесу.

Значний потенціал має розвиток партнерських програм, зокрема співпраця з ріелторськими компаніями, забудовниками, юридичними фірмами та іншими учасниками ринку, де використання ескроу-рахунків може суттєво знизити ризики проведення операцій. Таке партнерство не лише розширює канали просування послуги, але й підвищує довіру до неї з боку потенційних користувачів.

Для підвищення ефективності просування ескроу-послуг банкам також доцільно активно використовувати інструменти пошукової оптимізації та email-маркетингу, забезпечуючи присутність інформації про послугу в релевантних пошукових запитах та підтримуючи регулярну комунікацію з потенційними клієнтами.

Ці рекомендації мають впроваджуватися комплексно, з урахуванням специфіки конкретного банку та його цільової аудиторії. Важливо регулярно оцінювати ефективність кожного напрямку та коригувати стратегію відповідно до отриманих результатів.

ВИСНОВКИ

Таким чином, у сучасному фінансовому середовищі, що характеризується високим рівнем конкуренції та швидкими технологічними змінами, ескроу-послуги набувають все більшої популярності як засіб забезпечення безпеки та довіри в фінансових операціях. Ескроу-послуги, що передбачають залучення третьої сторони для зберігання активів до виконання певних умов, є важливим інструментом у сфері нерухомості, міжнародної торгівлі та інших фінансових транзакціях.

У результаті проведеного дослідження доведено необхідність фокусування наукового пошуку на виявлення концептуальних маркетингових механізмів, здатних ефективно доводити до потенційного споживача унікальні переваги ескроу-послуг, враховуючи психологічні бар'єри та інформаційну асиметрію, притаманну фінансовому ринку. В статті розроблено інтегровану маркетингову стратегію для популяризації ескроу-послуг, що поєднує елементи інформаційного впливу, довірчої комунікації та диференційованого позиціонування.

Запропонована маркетингова стратегія містить такі переваги.

По-перше, вона дозволить підвищити рівень довіри до ескроу-послуг. Це досягається за рахунок використання освітніх програм, вебінарів та персоналізованих консультацій клієнтам, які краще розумітимуть механізм роботи ескроу-рахунків, що зменшить бар'єр недовіри до цього фінансового інструменту.

По-друге, її використання сприятиме збільшенню кількості користувачів ескроу-послуг за рахунок диджиталізації процесів відкриття та обслуговування ескроу-рахунків, що зробить послугу більш доступною та зручною для різних сегментів клієнтів та сприятиме зростанню кількості користувачів.

По-третє, це дозволить підвищити обізнаність про переваги ескроу шляхом створення якісного цифрового контенту, включаючи відеоматеріали, кейс-стаді та освітні матеріали, що допоможе клієнтам краще зрозуміти переваги використання ескроу-рахунків у різних сферах бізнесу.

По-четверте, використання аналітики даних дозволить банкам формувати індивідуальні пропозиції для різних сегментів клієнтів, що підвищить ефективність маркетингових комунікацій та задоволеність клієнтів.

По-п'яте, розширення партнерських програм сприятиме налагодженню співпраці з ріелторськими компаніями, забудовниками, юридичними фірмами та іншими учасниками ринку, що дозволить знизити ризики проведення операцій та підвищить довіру до ескроу-послуг.

По-шосте, активне використання інструментів пошукової оптимізації та email-маркетингу забезпечить присутність інформації про ескроу-послуги в релевантних пошукових запитах та підтримку регулярної комунікації з потенційними клієнтами.

Таким чином, комплексне застосування зазначених маркетингових стратегій дозволить банкам ефективно просувати ескроу-послуги на фінансовому ринку України, підвищуючи рівень довіри

до цього інструменту та розширюючи сферу його застосування. Це сприятиме зміцненню позицій банків на ринку, залученню нових клієнтів та підвищенню їхньої лояльності. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах : Закон України від 23.03.2017 р. № 1983-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1983-19#Text>
2. Squeeze-out: копії публічних безвідкличних вимог. *Фондовий вісник НДУ*. URL: <https://www.csd.ua/squeeze-out-kopiyi-publichnyh-bezvidklychnyh-vymog/>
3. Рахунок ескроу: Дієвий механізм захисту прав при угодах із частками товариств та переходу права власності. URL: <https://www.csd.ua/rahunok-eskrou-diyevyj-mehanizm-zahystu-prav-pri-ugodah-iz-chastkamy-tovarystv-ta-perehodu-prava-vlasnosti/>
4. Про затвердження Інструкції про порядок відкриття та закриття рахунків користувачам надавачами платіжних послуг з обслуговування рахунків : Постанова Правління НБУ від 29.07.2022 р. № 162. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03>
5. Згама А. О. Правова природа договору умовного депонування (ескроу). *Юридичний науковий електронний журнал*. 2018. № 1. С. 36–39.
6. Громницька І. Ю. Перспективи використання ескроу-рахунків в Україні. *Фінанси, облік і аудит*. 2018. Вип. 1 (31). С. 33–44.
7. Сарахман О. Переваги з надання послуг банківськими установами при відкритті та обслуговуванні ескроу-рахунків // Інтеграція України в європейський і світовий фінансовий простір : зб. тез XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 20 трав. 2021 р.). Львів : Ун-т банківської справи 2021. С. 129–131.
8. Бородкін О., Рябенко Р. Договори рахунків умовного зберігання повертаються, врегульовані й нарешті працюватимуть. URL: https://vkr.ua/publication/escrow_account_agreement_is_back_regulated_and_set_into_operation
9. Nesterenko O., Ponomarenko V. Implementation of escrow as a basic prerequisite of sustainable financial development of Ukraine. Sustainable development and circular economy: trends, innovations, prospects : scientific monograph. Eds. R. Diakon, A. Kucher, M. Heldak. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2024. P. 208–224.
10. Кузьменко А. Ім'я відкладне. *Право*. 2018. Вип. № 41 (1085). URL: <https://pravo.ua/articles/imja-otlagatelnoe/>
11. Zatonatska T., Hubska M., Shpyrko V. Marketing strategies in the banking services sector with the

help of data science. *Marketing and Management of Innovations*. 2022. Issue 2. P. 121–127.

DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2022.2-11>

12. Nguyen Q. T., Nguyen L. D., Tran T. M. The effects of bank-specific and macroeconomic determinants on CASA ratio of listed joint stock commercial banks in Vietnam. *Cogent Business & Management*. 2024. Vol. 11. № 1. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2436132>
13. Baldwin C. 5 marketing strategies for financial services providers to enhance CX. URL: <https://useinsider.com/enhancing-cx-financial-service-providers/>
14. Preece G. L., Kiss D. E., MacDonald M. The role of sustainable financial behaviors, environmental influences, and personal factors in predicting timely mortgage payments: evidence from the great-recession. *J Financ Serv Mark*. 2024. DOI: <https://doi.org/10.1057/s41264-024-00295-3>
15. Кльоба Л. Г., Кошлатий В. А. Теоретична суть маркетингу фінансових послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 16. С. 205–209.
16. Ковальчук С. Фінансовий маркетинг та перспективи його розвитку в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2023. № 4. С. 165–169. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-320-4-24>
17. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг : монографія. Київ : Ін Юре, 2001. 484 с.
18. Томашевський Ю. М. Фінансовий маркетинг – ключовий інструмент сучасного розвитку фінансової сфери // Цифрова трансформація фінансової системи України та країн v-4 в умовах євроінтеграції : зб. тез IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (Дубляни, 16 трав. 2024 р.). Ч. І. Дубляни : ЛНУП, 2024. С. 278–284.
19. Top 10 Most Effective Marketing Strategies for Financial Services in 2025. URL: <https://everfi.com/blog/financial-education/top-10-most-effective-marketing-strategies-for-financial-services/>
20. Лихопека К. Ескроу-рахунок: як убезпечити себе від недобросовісного продавця. URL: <https://banker.ua/uk/projects/eskrou-rahunok/>
21. Пономаренко В. О. Ескроу як ефективний механізм захисту бізнесу в умовах гібридних загроз // Проблеми та перспективи забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку територій : матеріали II Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (м. Харків, 1 листоп. 2024 р.). Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2024. С. 318–323.

REFERENCES

- Baldwin, C. "5 marketing strategies for financial services providers to enhance CX". <https://useinsider.com/enhancing-cx-financial-service-providers/>

- Borodkin, O., and Riabenko, R. "Dohovory rakhunkiv umovnoho zberihannia povertaiutsia, vrehulyovani i nareshiti pratsiuvatymut" [Escrow Account Agreements are Being Returned, Settled, and Will Finally be Operational]. https://vkp.ua/publication/escrow_account_agreement_is_back_regulated_and_set_into_operation
- Hromnytska, I. Yu. "Perspektyvy vykorystannia eskrou-rakhunkiv v Ukraini" [Prospects for the Use of Escrow Accounts in Ukraine]. *Finansy, oblik i audyt*, no. 1(31) (2018): 33-44.
- Kloba, L. H., and Koshlatyi, V. A. "Teoretychna sut marketynhu finansovykh posluh" [Theoretical Essence of Financial Services Marketing]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, no. 16 (2024): 205-209.
- Kovalchuk, S. "Finansovyi marketynh ta perspektyvy yoho rozvytku v Ukraini" [Financial Marketing and Prospects for Its Development in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 4 (2023): 165-169.
DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-320-4-24>
- Kuzmenko, A. "Imia vidkladne" [Name Is Temporary]. *Pravo*. 2018. <https://pravo.ua/articles/imja-otlagatelnoe/>
[Legal Act of Ukraine] (2017). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1983-19#Text>
[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03>
- Lykhopka, K. "Eskrou-rakhunok: yak ubezpechyty sebe vid nedobrosovisnogo prodavtsia" [Escrow Account: How to Protect Yourself From an Unscrupulous Seller]. <https://banker.ua/uk/projects/eskrou-raxunok/>
- Nesterenko, O., and Ponomarenko, V. "Implementation of escrow as a basic prerequisite of sustainable financial development of Ukraine". In *Sustainable development and circular economy: trends, innovations, prospects*, 208-224. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2024.
- Nguyen, Q. T., Nguyen, L. D., and Tran, T. M. "The effects of bank-specific and macroeconomic determinants onCASA ratio of listed joint stock commercial banks in Vietnam". *Cogent Business & Management*, vol. 11, no. 1 (2024).
DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2436132>
- Ponomarenko, V. O. "Eskrou yak efektyvnyi mekhanizm zakhystu biznesu v umovakh hibrydnykh zahroz" [Escrow as an Effective Mechanism for Protecting Business in the Face of Hybrid Threats]. *Problemy ta perspektyvy zabezpechennia stiikoho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorii*. Kharkiv: KhNU imeni V. N. Karazina, 2024. 318-323.
- Preece, G. L., Kiss, D. E., and MacDonald, M. "The role of sustainable financial behaviors, environmental influences, and personal factors in predicting timely mortgage payments: evidence from the great-recession". *J Financ Serv Mark* (2024).
DOI: <https://doi.org/10.1057/s41264-024-00295-3>
- "Rakhunok eskrou: Diievyi mekhanizm zakhystu prav pry uhodakh iz chastkamy tovarystv ta perekhodu prava vlasnosti" [Escrow Account: An Effective Mechanism for Protecting Rights in Transactions with Company Shares and Transfers of Ownership]. <https://www.csd.ua/rahunok-eskrou-diyevyj-mekhanizm-zahystu-prav-pry-ugodah-iz-chastkamy-tovarystv-ta-perehodu-prava-vlasnosti/>
- Romanenko, L. F. *Bankivskyi marketynh* [Banking Marketing]. Kyiv: In Yure, 2001.
- "Squeeze-out: kopii publichnykh bezvidklychnykh vymoh" [Squeeze-out: Copies of Public Irrevocable Demands]. *Fondovyi visnyk NDU*. <https://www.csd.ua/squeeze-out-kopiyi-publichnyh-bezvidklychnyh-vymog/>
- Sarakhman, O. "Perevahy z nadannia posluh bankivskymy ustanovamy pry vidkrytti ta obsluhovuvanni eskrou-rakhunkiv" [Advantages of Providing Services by Banking Institutions When Opening and Maintaining Escrow Accounts]. *Intehratsiia Ukrainy v yevropeyskyi i svitovyi finansovyi prostir*. Lviv: Un-t bankivskoi spravy, 2021. 129-131.
- "Top 10 Most Effective Marketing Strategies for Financial Services in 2025". <https://everfi.com/blog/financial-education/top-10-most-effective-marketing-strategies-for-financial-services/>
- Tomashevskyi, Yu. M. "Finansovyi marketynh - kliuchovyi instrument suchasnoho rozvytku finansovoi sfery" [Financial Marketing Is a Key Tool for the Modern Development of the Financial Sector]. *Tsyfrova transformatsiia finansovoi systemy Ukrainy ta krain v-4 v umovakh yevrointehratsii*, part 1. Dubliany: LNUP, 2024. 278-284.
- Zatonatska, T., Hubska, M., and Shpyrko, V. "Marketing strategies in the banking services sector with the help of data science". *Marketing and Management of Innovations*, no. 2 (2022): 121-127.
DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2022.2-11>
- Zghama, A. O. "Pravova pryroda dohovoru umovnoho deponuvannia (eskrou)" [Legal Nature of an Escrow Agreement]. *Yurydychnyi naukovi elektronnyi zhurnal*, no. 1 (2018): 36-39. *hmy ekolohichno zbalansovanoi ekonomiky* [Conceptual Foundations of the Spatial Paradigm of an Ecologically Balanced Economy]. *Rehionalna ekonomika*, no. 4 (2001): 54-63.