

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Західноукраїнський національний університет**

**Факультет фінансів і обліку**

**Кафедра банківського бізнесу**

**ТРИЦХ Христина Володимирівна**

**Розвиток банківських установ в умовах цифровізації економіки/  
Development of banking institutions in the digitalization of the economy**

спеціальність: 072 – Фінанси, банківська справа та страхування освітньо-  
професійна програма – Банківська справа випускна кваліфікаційна робота за  
ступенем вищої освіти «магістр»

Виконала студентка групи

ФБСм – 21

Х. В. Трицх

---

Науковий керівник:

д.е.н., професор, О. В. Дзюблюк

---

Випускну кваліфікаційну роботу допущено

до захисту: «\_\_»\_\_\_\_\_2021 р.

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ **О. В. Дзюблюк**

**Тернопіль – 2021**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ОСНОВНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>8</b>
1.1. Сутність та зміст поняття «цифрова економіка».....	8
1.2. Місце і роль банків в цифровій економіці.....	18
1.3. Особливості банківської діяльності в умовах цифровізації економічних відносин.....	26
<b>Висновок до розділу 1.....</b>	<b>37</b>
<b>РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО БАНКІНГУ В УКРАЇНІ....</b>	<b>39</b>
2.1. Маркетингова стратегія вітчизняних банківських установ в умовах цифровізації банківського бізнесу.....	39
2.2. Аналіз кредитних та депозитних операцій банків в умовах розвитку цифрових технологій.....	53
2.3. Оцінка ризиків цифрового банкінгу як форми економічних відносин.....	62
<b>Висновок до розділу 2.....</b>	<b>71</b>
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....</b>	<b>73</b>
3.1. Міжнародний досвід діяльності банківських установ в сфері цифрових технологій.....	73
3.2. Напрями вдосконалення діяльності вітчизняних банківських установ під впливом цифровізації економіки.....	82
<b>Висновок до розділу 3.....</b>	<b>99</b>
<b>ВИСНОВОК.....</b>	<b>101</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>104</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>111</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Розвиток інформаційних технологій доволі сильно впливає на економіку, поведінку людей і суспільство в цілому. Саме світовий банківський сектор за кілька років зазнав істотних змін, здебільшого за рахунок цифровізації як середовища, і бізнесу.

Різноманітність доступних технологій дозволяє людям переходити на нові способи взаємодії один з одним та з бізнесом. Клієнти використовують усе більше каналів отримання банківських послуг, користуючись новими платформами взаємодії з банками. Паралельно відбувається адаптація технологій до змін у поведінці людей, у результаті з'являються дедалі ефективніші і низьковитратні рішення у розвиток бізнесу. Внаслідок цифровізації банківських процесів розширюється клієнтський досвід взаємодії з фінансово-кредитними установами.

Використання цифрових технологій та аналізу великих масивів даних дозволяє створювати принципово нові банківські продукти. «Цифрові» та технологічні компанії (фінтехкомпанії, телекомунікаційні гравці, ІТ-компанії) виходять на ринок фінансових послуг, а великі традиційні банки створюють екосистеми, орієнтуючись на найбільш прибуткові складові всередині банківського ланцюжка створення вартості та за її межами.

Актуальною на сьогодні є розробка теоретичних пропозицій і рекомендацій функціонування банків в умовах цифровізації економічних відносин. Широке практичне використання цифрових технологій допоможе банківській системі України підвищити ефективність діяльності.

**Огляд літератури з теми дослідження.** Загальнометодологічною та теоретичною основою для розуміння цифрових економічних відносин склали фундаментальні праці таких зарубіжних авторів, як С. Алстром, Д. Белл, К. Берд, Н. Вінер, Б. Гейтс, Д. Гелді, Е. Геллнер, К. Гірц, П. Друкер, Р. Йенсен, М. Кастельс, С. Коваль, Е. Лемберг, Дж. Ліхтгайм, Г. Маклюен, Р. Макрідіс,

Г. Менш, А. Пшеворський, Д. Рісмен, М. Роуз, Т. Стоуньєр, Е. Тоффлер, М. Фріден, Ф. Фукуяма, К. Шваб, Й. Шумпетер та ін.

Питання розвитку сфери банківських послуг та її трансформації в рамках цифровізації соціально-економічної системи в цілому, у тому числі у зв'язку з розвитком процесів цифровізації та сетизації, а також з урахуванням фундаментальної тенденції сервісизації соціально-економічних систем, розкрито в роботах Майовця Є. Й., Сохецької А. В., Кльоби Л. Г., Корнівська В. О., Шелудько С.А, Коваленко В. та багато інших.

Однак окремі аспекти цієї проблеми з'ясовано не повністю, в тому числі, більш детального дослідження потребують питання пов'язані з цифровізацією банківської діяльності в умовах глобалізації та інтеграційних процесів.

**Мета і завдання дослідження.** Метою даної випускної кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних основ діяльності банківських установ в умовах цифровізації економіки.

Для досягнення поставленої мети передбачено постановку, формулювання і розв'язання наступних наукових й практичних завдання:

- визначити сутність та зміст поняття «цифрова економіка»;
- встановити місце і роль банків в цифровій економіці;
- окреслити особливості банківської діяльності в умовах цифровізації економічних відносин;
- охарактеризувати засади маркетингових стратегій вітчизняних банківських установ в умовах цифровізації банківського бізнесу;
- проаналізувати кредитні та депозитні операції банків в умовах розвитку цифрових технологій;
- оцінити ризиків цифрового банкінгу як форми економічних відносин;
- охарактеризувати міжнародний досвід діяльності банківських установ в сфері цифрових технологій;
- напрями вдосконалення діяльності вітчизняних банківських установ під впливом цифровізації економіки.

**Об’єкт і предмет дослідження.** Об’єктом дослідження є банківська діяльність, що здійснюється в умовах функціонування цифрової економіки.

**Предметом дослідження** є проблеми розвитку банківських установ в умовах цифровізації економіки.

**Методи дослідження.** Теоретико-методологічну основу випускної кваліфікаційної роботи становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених та спеціалістів з питань цифровізації економіки та банківської діяльності.

Для досягнення поставленої мети в магістерській роботі застосовані загальнонаукові методи дослідження: гіпотетичний, аналізу і синтезу, статистичні методи, зокрема, порівняння, графічний, а також методи деталізації та узагальнення, індуктивний і дедуктивний.

**Інформаційна база роботи.** Статистичну і фактологічну основу дослідження складають закони України, постанови та декрети Кабінету Міністрів України, укази Президента України, нормативні документи Національного банку України, банківських установ, підприємств.

**Наукова новизна роботи** полягає у теоретичному обґрунтуванні та практичному вирішенні комплексу питань, пов’язаних з удосконаленням організації банківської діяльності в умовах цифровізації економіки. Безпосередньо в процесі дослідження одержано такі наукові результати:

- дістало подальшого розвитку визначення сутності та змісту поняття «цифрова економіка», а також встановлення місця і ролі банків в цифровій економіці. Зокрема, визначено, що цифрова трансформація організацій, установ та підприємств як комерційних так і некомерційних – це свого роду реакція на розвиток та активне поширення глобальних технологій. При цьому, цілком очевидно, що головною метою розвитку цифрової економіки є покращення функціонування економічної системи, а також підвищення якості товарів та послуг, вироблених з використанням сучасних цифрових технологій, і, що найголовніше, їхня доступність;

- встановлено, що цифрові банківські канали покращують доступ клієнтів, полегшують пропозиції більшості послуг, зокрема, значно полегшують, залучення нових клієнтів. Доволі легко оцінити комплекс надання послуг, які пропонують конкуренти та визначити причини зменшення кількості клієнтів. Цифровий банкінг це на сьогодні найбільша необхідність в сфері банківських послуг у діловому світі. Тому розвиток технологій у банківському секторі є дуже важливим для залучення клієнтів та вдосконалення технологій обслуговування з точки зору клієнта також дуже важливо;
- визначено, що практика маркетингової діяльності українських комерційних банків переконливо стверджують, що цифровий банківський маркетинг сприяє розробці нових банківських продуктів, конкурентній розвідці, управлінню банківською рекламою та розвитку бренду банку. В умовах нинішніх тенденцій розвитку цифрової економіки та функціонування банківського ринку успіх комерційних банківських організацій залежить від безлічі факторів. Але однією з найбільш значимих умов стійкості та фінансового благополуччя комерційних банків є ефективна маркетингова стратегія, як генеральний план управління цифровою маркетинговою діяльністю;
- доведено, що кібербезпека охоплює всі аспекти бізнесу та суспільства. Її необхідно розглядати як сполучну нитку, здатну об'єднати організацію, її клієнтів, постачальників та професійні спільноти, та інтегрувати у всі аспекти діяльності та управлінські рішення, які керівництво банків приймає щодня;
- окреслено напрямки вдосконалення діяльності банківських установ в умовах цифрової економіки, зокрема створення соціально інтегрованих цифрових інфраструктур, запровадження загальних стандартів для сприяння конкуренції, зміцнення захисту персональних даних, домагатися спільної роботи директивних органів у всіх сферах.

**Практичне значення роботи** полягає у тому, що вони можуть використовуватись у процесі вдосконалення банківської діяльності в умовах цифровізації економічних відносин.

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг магістерської роботи становить 121 сторінка, основний зміст роботи викладено на 103 сторінках. Випускна кваліфікаційна робота містить 5 таблиць, 11 рисунків, список використаних джерел включає 70 найменувань та викладений на 7 сторінках, 5 додатків подано на 10 сторінках.

## РОЗДІЛ 1

### ОСНОВНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

#### 1.1. Сутність та зміст поняття «цифрова економіка»

Із другої половини ХХ століття, розвиток інформаційних технологій набуває все більшу роль в економічному розвитку багатьох держав. Формування єдиного інформаційного економічного простору стало можливим завдяки значному розвитку науково-технічного прогресу. Це нині сприяє економічному зростанню та підвищенню продуктивності праці, а також, створенню інноваційних робочих місць та нарощенню цифрових активів у балансі підприємств, розширенню можливостей громадян, підвищення функціональних можливостей торгових систем, доступу до глобальних ринків та підвищення конкурентоспроможності підприємств, підвищення якості державних послуг тощо.

У сучасному світі цифрова економіка дозволяє суб'єктам господарювання відкривати нові можливості та в цілому формує зміни, що впливають на життєдіяльність людини.

З огляду на розвиток цифрових технологій, якісні послуги та товари можна швидко отримати, при цьому значно полегшується їх вибір, та швидкість доступу до інформації про ці товари та послуги.

На сьогодні, процес переходу до електронної комерції сприяє потенційному зростанню та розширенню клієнтури за рахунок полегшення надання послуг.

Економіка змінюється, стає більш інноваційною, і основою цих змін є використання нових технологій, високошвидкісних комунікацій і трансформації елементів економічної системи (фінансово-кредитної системи, системи освіти, охорони здоров'я, тощо). У зв'язку з цим процес реформування вимагає швидкості та якості у розробці інноваційних засобів,



методик та процесів, адаптованих до сучасних умов і орієнтованих на вирішення питання розвитку підприємств, організацій та установ.

Багато дослідників справедливо пов'язують середньострокові тренди розвитку суспільства та економіки з їхньою цифровізацією. Так, Н. Краус та О. Голобородько стверджують: «цифрова епоха змінює підхід до ведення бізнесу, а також вимоги до використовуваних інформаційних технологій: систем управління маркетингом, продажами і сервісом; телефонії і месенджером; системам документообігу й управління персоналом; облікових систем і безлічі інших корпоративних додатків» [18].

Ми погоджуємося із думкою про те, що завдяки цифровізації та іншим технологічним змінам людство вступило в нову епоху глобальних змін у якій «цифровізацію варто розглядати як інструмент, а не як самоціль. «Тобто цифрова економіка є доповненням до традиційної економіки, що передбачає виготовлення та реалізацію традиційних товарів і послуг із використанням комп'ютерного обладнання та цифрових систем, зокрема мережі Інтернет. Це передбачає певні переваги, а саме: забезпечення доступу звичайних користувачів до окремих ринків, зменшення трансакційних витрат, зростання ефективності та конкурентоздатності продукції» [12, с. 83].

Сьогодні нові цифрові технології, інноваційні бізнес-моделі проникають у всі сфери господарського життя суспільства впливаючи при цьому на саму суть економічних відносин, формуючи у них якісні структурні зміни. Як стверджує цифрова економіка – це «основа конкурентоспроможності й економічного зростання, що пришвидшує будь-яку економічну діяльність» [21]. Водночас, це «інноваційна динамічна економіка, яка передбачає активне запровадження інновацій та інформаційно-комунікаційних технологій на всіх етапах соціально-економічної діяльності, що сприяє зростанню ефективності й конкурентоздатності окремих організацій, національних економік та якості життя населення» [11, с.13]

Цифрова економіка сьогодні сприймається багатьма теоретиками та практиками як панацея, а її прискорений розвиток як спосіб вирішення чи не всіх існуючих проблем. Як підтвердження цього є значне зростання інтересу наукового інтересу до «цифрової» проблематики у соціальних, економічних та технічних та правових дослідженнях, і у суспільній площині, у тому числі у висловлюваннях впливових громадських діячів, політиків та державних службовців.

Ми переконані, що цифрова економіка не може бути панацеєю в сучасній державі та й у світі загалом. Розвиток цифровізації загалом, на наш погляд, можна визначати в площині інших трансформацій, які зазнає сучасне суспільство та економічна система, тобто у тісному взаємозв'язку з ними.

Науковцям нині необхідно більш детально вивчити її системні властивості, а також можливості практичного використання її механізму у господарських відносинах.

Країни з розвинутою економікою досить тривалий час орієнтувалися на еволюційний перехід до нової економічної структури цифрової економіки, хоча ще не завершили формування стратегічних підвалин, що дозволять адекватно вирішувати проблеми нової форми економік.

Незважаючи на те, що впровадження новітніх цифрових технологій в останні роки в Україні, набуло статусу «традиційного» і «закономірного» процесу розвитку, для вітчизняної сфери економічних відносин, формуються принципово нові науково-технічні, організаційні та управлінські проблеми. Так, наприклад, якщо у підприємства, організації чи установи у даний момент є проблема, що має безпосереднє відношення до функціонування інформаційної системи, такі підприємства не можуть протистояти конкурентам, оскільки вони мають проблеми у комунікації із наявними та потенційними споживачами. Результат невирішення цієї проблеми – це виключення підприємств із сегменту ринку або втрата своїх позицій на ньому.

Тому підприємства, як зазначають дослідники, які активно взаємодіють з клієнтами через мережу Інтернет мають в середньому на 22% більший обсяг реалізації своїх продуктів та послуг, ніж ті, які не приділяють уваги цифровим технологіям або повністю відмовилися від них [1].

На сьогодні, під поняттям «цифрової економіки» в більшості трактувань розуміється економічна діяльність, яка базується на цифровій та електронній технологіях. Це також включає електронний бізнес і комерцію, а також товари та послуги, що виробляється підприємствами. Вважаємо, що таке трактування повинно охоплює такі сфери, як бізнес, культура, економіка та соціальна. В цих сферах цифровізація передбачає здійснення операцій за допомогою Інтернету та цифрового зв'язку.

За останній рік особливо відчутно для суб'єктів господарювання відбулося зростання ролі Інтернет-економіки, а також значне зростання функціональної ролі цифрових платформ. Комунікації зі споживачами на сьогодні відбуваються через популярні мережі Facebook, Instagram, Twitter, Instagram, YouTube.

Інтернет інтегрований у всі сторони життя людини, в тому числі й такі особливі сфери як структура, охорона здоров'я, освіта та банківська справа.

Розвиток цифрової економіки завжди гарантує актуальність мережі Інтернет, оскільки більшість операцій можна виконувати через Інтернет. Це спростило маркетинг, продажі і покупки.

За даними IDC, до 2022 р. третина компаній, які зараз входять у двадцятку лідерів у більшості галузей почнуть відчувати серйозну конкуренцію з боку нових компаній і перебудовані «старі» компанії, які використовують електронні платформи для створення нових сервісів та бізнес-моделей. Передбачається, що в 2022-2025 рр. завершиться індустріальна фаза глобального економічного зростання, і її подальший розвиток здійснюватиметься під наростаючим впливом факторів і галузей, заснованих на принципах «бережливого виробництва», адитивних, нано – і біотехнологій [63]. Відповідно, обсяг інформації, необхідний для розробки і

реалізації управлінських рішень повинен відповідати критеріям об'єктивності та повноти. Структура управління для виробництва товарів і надання послуг буде переформатовано, що в свою чергу, призведе до змін в системах взаємодії населення і бізнесу з державними органами.

Основними чинниками поетапного переходу на траєкторію соціально-економічного розвитку суспільства в умовах цифровізації суспільних відносин [56]:

- реалізація концепції «електронного урядування»;
- реалізація ідеї «цифрового міста», що обумовлено комплексом інформатизація транспорту, житлово-комунального господарства тощо;
- масова поява на ринку продуктів нового технологічного покоління (для наприклад, виробництво самокерованих автомобілів тощо);
- збільшення використання 3D-технологій;
- реалізація ідеї будівництва «розумного» та надзвичайно екологічного будинку, що передбачає використання великої кількості новітніх будівельних матеріалів;
- зростання попиту на інноваційні засоби охорони здоров'я та освіти;
- розповсюдження різноманітних альтернативних і дистанційних форм зайнятості, в т. ч аутсорсинг (бухгалтерські послуги, програмування, творча діяльність тощо).

Дані напрямки соціально-економічного розвитку пов'язані зі зниженням виробничих і управлінських витрат за рахунок використання платформ цифрової економіки, які можна розглядати як певне поєднання характеристик товарів і послуг та функціональних можливостей електронних платформ. Перш за все, мова йде про такі платформи, які дають можливість здійснювати замовлення послуг, обмін ресурсами, вибір контрагентів, електронну торгівлю, платежів тощо.

Технологічно цифрова економіка є середовищем, в якому юридичні та фізичні особи можуть комунікувати один з одним про спільну діяльність. Завдяки інформаційним технологіям сучасне виробництво все більше

характеризується високою швидкістю та різноманітністю послуг та продуктів. Останні характеризуються швидкістю розвитку і появою нових продуктів, а також значно коротшим терміном служби [53, с. 23-25]. По-суті, умови надання послуг цифрові технології дозволяють зробити рішення типових завдань набагато дешевшими, швидшими, зручнішими і без посередників з великою. Яскравим прикладом яких є такі технології, як замовлення таксі Uber (слово «уберізація» бізнесу увійшло до лексикону), електронна комерція, Інтернет-банкінг тощо. Тобто збільшити рентабельність в багатьох сферах економіки можна якщо замінити автоматичними мережевими послугами (досить добре функціонуючий веб-сайт або мобільний додаток).

Існує вагоме обґрунтування глобальної системи цифрових технологій, яка доповнює інші рівні управління даними. Основні аргументи та причини можна узагальнити, зокрема:

- глобальне управління даними допоможе забезпечити глобальний обмін даними та розробити суспільні блага, які може допомогти вирішити основні глобальні проблеми розвитку, такі як бідність, здоров'я, голод і зміна клімату;

- технічна координація через кордони – в ідеалі на глобальному рівні, що є важливою, щоб уникнути подальшого фрагментація інфраструктури Інтернету та цифрового простору;

- глобальне управління даними стає важливішим у світлі впровадження 5G та IoT, як механізму прискорення цифровізації, що на даний момент викликано пандемією COVID-19. Ці тенденції розширюють можливості для збору величезних даних і монетизації. Без цілісної глобальної системи управління даними можуть виникати негативні реакції з точки зору обміну даними. Це також посилює загрози відсутності прозорості в ланцюжку даних, а також через нерівномірний їх розподіл;

- поширення лише окремих національних правил щодо транскордонних потоків даних створює невизначеність та підвищує витрати на дотримання вимог, які можуть бути особливо згубними для мікро- та

малих підприємств, особливо в країнах, що розвиваються. Взаємопов'язаний характер і високий ступінь глобальної взаємозалежності в цифровій економіці, означає, що національна політика в цій сфері має вплив на інші країни;

– за відсутності глобального управління цифровими платформами саморегулювання призвело до необхідності модернізації ринкової структури, тобто відходу від принципів, які переважно приносять користь окремим суб'єктам, з різним розвитком і наслідки для політики;

– необхідно розробити комплексну та узгоджену оцінку ризиків, невизначеностей та результатів бізнес-моделей цифрових платформ, зокрема платформ соціальних медіа, на тлі зростання інформаційних загроз на глобальному рівні;

– потрібен глобальний підхід до управління даними, щоб запобігти давній нерівності країни, що розвиваються, від розширення цифрового простору, що керується глобальними даними;

– враховуючи взаємозалежність та взаємопов'язаний характер глобальної архітектури Інтернет-мережі, майбутнє транскордонних потоків даних не повинно визначатися лише невеликою кількістю високо розвинутих країн.

Цифровалізація створює глобальні можливості, а також глобальні виклики, які вимагають глобальних рішень використання механізмів пом'якшення негативних наслідків. Саме тут, необхідною умовою є ефективне глобальне управління даними для підтримки досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей, зокрема «Цілей сталого розвитку» до 2030 року, що визначені генасамблеєю ООН як людиноцентричного розвитку.

Засади глобального підходу до управління в умовах цифровізації із транскордонними грошовими потоками та потоками даних мають бути спрямовані на вирішення низки ключових проблем, зокрема:

- розвиток загального розуміння визначень ключових понять, пов'язаних з цифровізацією;
- встановлення умов доступу до даних;
- формування методики оцінки даних та транскордонних потоків даних;
- робота з даними як глобальним благом;
- дослідження інноваційних форм управління даними;
- узгодження прав і принципів побудови цифрових та пов'язаних із даними;
- розробка національних стандартів, що стосуються даних;
- розширення глобального співробітництва, пов'язаного з управлінням платформою, у тому числі щодо конкурентної політики та оподаткування в цифровій економіці.

Існуючі інституційні рамки на міжнародному рівні не відповідають конкретним цілям та характеристикам, а також, потребам глобального управління даними.

Досягнення спільної точки зору та глобальних рішень, на наш погляд, буде нелегким, оскільки економіка функціонує в епоху популізму, антиглобалізації та конкуренції у отриманні прибутків від використання цифрових технологій.

Вважається, що категорія «цифрова економіка», щодо необхідності використання сучасних інформаційних (цифрових) технологій у господарських процесах та управлінні ними, ввів Н. Негропonte ще у 1995 році. Саме перевагами цифрової економіки, на думку дослідника, стала відсутність фізичної ваги продукції, що замінюється інформаційним обсягом про характеристики продукції та інформаційної візуалізації послуг. Крім того, знижені витрати ресурсів на виробництво електронних товарів. Багато меншою є також площа, яку займає продукція, тобто знижуються витрати на складські приміщення. Крім того, практична здатність миттєво переміщуватися послуг через мережу Інтернет. Як приклад, безумовно,

можна навести специфічні «цифрові товари», зокрема такі фінансові продукти як кредити, та депозити.

Окремі базові характерні особливості цифрової економіки визначені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

## Характерні особливості цифрової економіки

Особливості	Вплив на розвиток економічної системи
Використання цифрових платформ	Покращується взаємодія між суб'єктами економічних відносин, знижуються витрати, зокрема, трансакційні, а також, надаються додаткові функціональні можливості і для постачальників, і для споживачів в контексті їх співпраці. Саме це, скорочує час виробничого циклу у розробці нових товарів, а також виведення їх на ринок, що в свою чергу, сприяє створенню та поширенню інноваційних продуктів, виробничих та управлінських рішень
Персоніфікований сервіс	Розвиток таргетованого інтернет-маркетингу, розвиток 3D-технологій, що дозволяють персоніфікувати виробництво та збут товарів і послуг, з урахуванням вимог та потреб кожного конкретного клієнта, що, зрештою, сприятиме економії ресурсів і, водночас, зростанню рівня життя населення.
Взаємодія виробників та споживачів через цифрові канали	Формуються передумови щодо скорочення опції посередників між виробником і кінцевим споживачем, вибудовування ефективної виробничої і споживчої кооперації.
Економіка спільного користування	Загальна цифровізація та прискорення комунікацій розмивають традиційні відносини власності з точни зору нормативно-правового регулювання. Виникає феномен спільного володіння товарами, особливо це стосується технічно складних та дорого вартісних. Саме це здатне радикально скоротити витрати кінцевих для кінцевих споживачів.
Роль індивідуальних учасників	Розвиток малого та середнього бізнесу, як більш гнучкого та мобільного, відіграє значну роль у бізнеспроцесах; здійснюється прискорене просування інноваційних стартапів; розширюється сектор «економіки фізичних осіб» та виникає тенденція до зростання «атомізації» структури економіки

Отже, цифровізація бізнесу, розпочалася з локальних внутрішньо фірмових та корпоративних проектів. Згодом ця тенденція поступово набула глобальних масштабів, а глобально орієнтовані суб'єкти цифрового бізнесу вийшли на перші позиції у світі.



В свою чергу, вибухове зростання соціальних мереж, збільшення кількості смартфонів, полегшення доступу до мережі Інтернету, поширення технологій цифрової освіти та штучного інтелекту змінюють сучасний світ.

Цифрова трансформація організацій, установ та підприємств як комерційних так і некомерційних – це свого роду реакція на розвиток та активне поширення глобальних технологій. При цьому, цілком очевидно, що головною метою розвитку цифрової економіки є покращення функціонування економічної системи, а також підвищення якості товарів та послуг, вироблених з використанням сучасних цифрових технологій, і, що найголовніше, їхня доступність.

Безперечно, «digital economy» задає вектор, за яким розвиваються нині і будуть розвиватися в майбутньому соціально-економічні системи мікро-, мезо-, макрорівнів на довгострокову перспективу. Для теоретиків і практиків виникає необхідність дослідження та всебічного аналізу усіх процесів такої цифрової трансформації. Перевагу у цьому випадку мають інноваційні компанії.

На сьогодні трансформація, що пов'язана із розвитком цифрових технологій із стала необхідним та масовим явищем, а відповідні проекти модернізації бізнес-процесів – життєвоважливими для успіху не лише окремих компаній, але й регіонів та країн. Такі процеси тісно пов'язані з тенденцією індивідуально-сервісного розвитку комунікаційних систем і багато в чому реалізується на її основі.

На сьогодні, взаємозв'язок і механізм цифрової комунікації і його здійснення залишаються недостатньо вивченими явищами в економіці, а це зумовлює потребу у розвитку інструментів виявлення тенденцій, їх оцінки та управління цифровізацією економічних відносин.

## 1.2. Місце і роль банків в цифровій економіці

Фінансовий сектор є важливим елементом економіки, який визначає швидкість і якість змін. Наразі електронні платежі та електронна комерція є невід'ємною частиною фінансового сектору і саме, цей сектор лідером у впровадженні та використанні інформаційних інновацій оскільки є необхідним формування сервісів для взаємодії з клієнтами.

У світі значно покращуються використання цифрових технологій у реалізації державних послуг. Частка таких послуг за останні два роки є однією із найвищих.

Однак, нині є всі підстави вважати, що розвиток інноваційних технологій сприяє трансформації фінансового сектору і буде впливати на його модернізацію в майбутньому. Інформаційні технології пройшли шлях від масивних комп'ютерів до портативних ноутбуків, планшетів та смартфонів. З появою нових технологій бізнес також змінює моделі, з'являються нові учасники, тобто так звані «FINTECH-компанії». Ці компанії кинули виклик існуючим банкам і запропонували інноваційні рішення, які дозволяють оптимізувати багато фінансових послуг в частині їх простоти, доступності та дешевизни. Цифрова трансформація допоможе фінансовим компаніям залучати клієнтів, утримувати їх, а відтак отримувати дохід.

Через таку цифрову глобалізацію та жорстку конкуренцію, почалися процеси у яких великі банки з усього світу змушені були перейти на нову бізнес-модель – цифрову банківську модель. Така модель відносин дозволяє клієнтам виконувати операції через дистанційні канали.

Багато банків нині слідує новим тенденціям у цифровому банкінгу, щоб зберегти свою конкурентоспроможність на фінансовому ринку. Процес цифровізації та його активне впровадження в банківський сектор, можна сказати, знаходиться в активній стадії розвитку. Кожен нині банк змушений використовувати цифрові технології для розширення асортименту своїх продуктів, які орієнтовані на специфічні потреби покупця.

Сьогодні, цифровий банкінг – це всеохоплююча стратегічна можливість і неминучий крок у бізнесі, оскільки застарілі банківські технології більше не можуть належним чином обслуговувати потреби своїх клієнтів у цифровому форматі [59]. Споживчі потреби у банківських послугах клієнтів просто не можуть бути задоволені традиційними банками, які не можуть наздогнати інноваційно-орієнтовані фінансові установи в умовах свого роду цифрової революції.

При відсутності зайвих витрат на нерухомість і обслуговування персоналом, а також, витрат на застарілі ІТ-системи, цифрові банки очікують збільшити свої прибутки у порівнянні з традиційними банками завдяки такій економії. Так, наприклад, Atom Bank у Великобританії має модернізований бізнес із нарощеними активами у розмірі 5 мільярдів фунтів стерлінгів протягом п'яти років із лише 340 штатними працівниками, у той час як «традиційний» Metro Bank має значно менші прибутки із штатом у 2200 осіб [65]. Однак цілком очевидно, що більшість співробітників цифрового банку будуть ІТ-інженерами. Хоча, як завжди, не слід недооцінювати роль маркетингу.

Саме тому, ми вважаємо, що найбільш ефективною буде застосування SWOT-аналізу для визначення місця та роді банків у цифровій економіці, зокрема застосувати SWOT-аналіз до системи онлайн-банкінгу.

У таблиці 1.2 показана матриця SWOT-аналізу, адаптована до внутрішнього та зовнішнє середовище системи цифрового банкінгу.

Сильні сторони полягають у тому, що перш за все, завдяки швидкому розвитку Інтернету та електронної комерції, конкурентні переваги цифрового банкінгу стають все більш помітними, зокрема, через ефект масштабу. Все більше користувачів Інтернету готові сьогодні перейти на онлайн-банкінг. Банки уникають тим самим географічних обмежень і можуть надавати банківські послуги на глобальному рівні для задоволення потреб своїх клієнтів.

Таблиця 1.2

**SWOT-аналіз цифрового банкінг**

<b>Strength (сильні сторони)</b>	<b>Weakness (слабкі сторони)</b>
Доступність; Економність у часі; Швидкість трансакцій із зниженими витратами; Зручність для споживачів; Конкурентні перевага завдяки ефекту масштабу.	Проблеми інформаційної безпеки; Чутливість до негативних трендів глобальної економіки; Використання цифрового банкінгу залежить від наявності та швидкості Інтернету; Цільовий характер спрямування
<b>Opportunities (можливості)</b>	<b>Threats (загрози)</b>
Масштабність обізнаності про переваги цифровий банкінг серед людей; Інтеграція банків у зовнішні фінансові ринки; Ефективність управління ризиками та CRM; Формування безпечної бази даних, яка дозволить уникати системних збоїв.	Будь яка інформація про проблеми чи погані новини, що пов'язані з безпекою можуть становити загрозу; Доволі жорстка конкуренція; Загальна глобальна економічна нестабільність; Відсутність загальних правил; Проблеми з лояльністю клієнтів

За допомогою цифрових банківських операцій, таких як зменшення кількості співробітників для зменшення одиниці витрат, банки можуть досягти ефекту масштабу. Поява цифрового банкінгу може отримати більші конкурентні переваги за рахунок ефекту масштабу. Перш за все, у порівнянні з традиційними відділеннями банку, розширення цифровізації сприятиме скороченню банківських витрат.

Також якщо розвиваються комп'ютерні технології, цифровий банкінг консолідується складний бізнес і знижує трансакційні витрати і для споживачів і для банку.

Ефективні та швидкі програми обробки даних онлайн-сервісів не тільки підвищують ефективність банківських операцій, але й знижують витрати та забезпечують економію від масштабу.

Слабкими сторонами цифровізації банківської діяльності є, на наш погляд, управлінські рішення, щодо ведення більшої частини свого бізнесу в мережі інтернеті. Очевидно, що для того, щоб вести свій бізнес і бути ефективними, онлайн-банки повинні консолідувати свої операції в країнах, де існує оптимальний рівень витрат у відсотках від ВВП, доступність

Інтернету, його швидкість та люди, які володітимуть персональними комп'ютерами або хоча б значний відсоток їх від усього населення.

У даному випадку, цільовий сегмент клієнтів є дуже специфічним, оскільки більшість клієнтів, які користуються послугами онлайн-банкінгу, переважно люди з високим рівнем освіти та добрим розумінням інформаційних технологій.

З цієї причини всі ті клієнти, які не підпадають під цю категорію, звертаються до традиційних фізичних банків що задовольнити свої потреби у фінансових продуктах потреби. Крім того, більшість онлайн-банків значною мірою покладаються на депозитні продукти для формування їх прибутку, приділяючи менше уваги іншим фінансовим послугам. Це, в результаті, перешкоджає диверсифікації їх продукції, що є одним з основних факторів досягнення конкурентних переваг.

З точки зору клієнта, безпека персональних даних та їх цілісність є однією з головних проблем. Цифровий банківський бізнес повинен інвестувати значні кошти в програмне забезпечення безпеки, тому що крадіжки облікових записів і вірусні атаки на бази даних банку можуть відбуватися з високою частотою.

Серед можливостей для цифрового банкінгу ми можемо виділити, в першу чергу, співпрацю між банками та іншими зацікавленими сторонами, що по-суті, є основою для впровадження нових бізнес-стратегій, які в кінцевому підсумку призводять до формування вартості як для клієнтів, так і для банків.

Пропонуючи ширший спектр фінансових продуктів як для тих, хто схильний до ризику, так і для тих, хто не схильний до ризиків починаючи з облігацій, опціонів, пайових фондів та іпотеки, будуть цифрові банки, що здатні диференціювати свої послуги і таким чином отримати конкурентні переваги не тільки над іншими онлайн-банками, як вітчизняними, так і іноземними, а також традиційними банками й іншими фінансовими установами

Серед основних загроз можна виокремити те, що основною перешкодою для онлайн-банків є велика кількість конкурентів. Цифрові банки є загрозою для традиційних банків, які пропонують диференційовані продукти, фінансові установи, які здатні генерувати конкретні фінансові рішення, і, перш за все, іноземні банки з власними технологіями і традиціями фінансового менеджменту.

Швидкий розвиток можливостей через мережу інтернет фактично вимагає, щоб закони, що регулюють онлайн-транзакції, були актуальними, оскільки у разі фінансових втрат на шкоду клієнтам або в інших особливих ситуаціях, відсутні адекватні правові компенсаційні заходи. контрзаходи.

Наразі світ рухається у важкі економічні часи. Торгові війни, протекціоністська політика та глобальні спади вплинули на міжнародну банківську систему [42, с. 88].

Природно очікувати, що функціональний цифровий банк стане наріжним каменем для фінансової екосистеми будь якої країни. Постачальники цифрових послуг, такі як страховики, брокери, менеджери з управління активами, робо-консультанти, емітенти кредитних карток, постачальники транскордонних платежів валютами, фондові біржі, P2P-кредитори є важливими складовими такої системи.

Ці суб'єкти господарювання будуть значно розширювати свої асортименти для задоволення фінансових потреб своїх клієнтів, отримавши доступ до більш широких можливостей фінансових систем через цифровий банк. В той же самий час, банк виграє, отримуючи додаткову інформацію про потреби та звички своїх клієнтів, тим самим замикаючи інформаційний цикл зворотного зв'язку. Наприклад, якщо банку клієнт повідомляє йому, що дах будинку потребує ремонту, банк може порекомендувати кількох підрядників, оформити пропозиції, допомогти клієнту вибрати найбільш підходящого і організувати фінансування. Таким чином, крім фінансового бізнесу, цифровий банк у перспективі може включати в свою систему різні нефінансові організації. Усе це підвищить соціальну корисність та суспільну

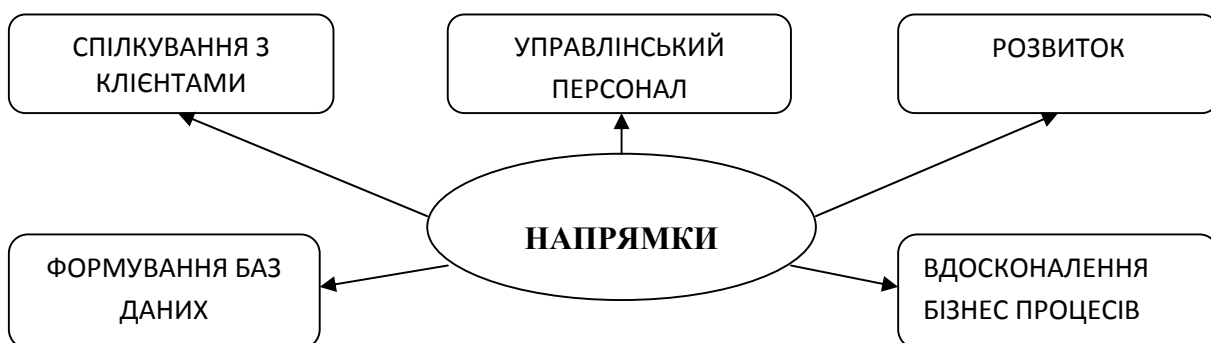
значимість банківської установи, одночасно, при цьому, збільшуючи його прибутковість.

Банкам слід пам'ятати, що втрачати час не можна, оскільки зростають конкурентні переваги для клієнтів від інших не фінансових суб'єктів фінансового ринку. Як приклад, можемо відзначити можливий цифровий гаманець від сучасних цифрових лідерів, таких як Google, Amazon, Facebook та Alibaba для своїх клієнтів.

Значний вплив має впровадження цифрових технологій у банківській діяльності на робочу силу та систему управління персоналом, зменшуючи тим самим трудові ресурси через процес автоматизації. У зв'язку з цим виникає необхідність винайти нову систему для управління цифровими трансформаціями в банку.

Саме тому сучасним банкам необхідно розвивати такі напрямки як (рис.1.1):

- встановлення зв'язків з аудиторією;
- підбір та навчання персоналу;
- створити бази даних для зберігання інформації;
- розробка та впровадження спеціальних мобільних та комп'ютерних додатків;
- удосконалення та розвиток бізнес-процесів.



**Рис. 1.1. Система основних напрямів застосування цифрових технологій у банківському секторі**

Банківська система окремих країн на сьогодні швидкими темпами зливається зі світовою фінансовою системою і водночас бореться із конкурентами. Таку конкурентну боротьбу неможливо уявити без опори на сучасні інформаційні технології високого рівня.

У майбутньому головними чинниками, які дозволяють банкам залишатися конкурентоспроможними на ринку, значною мірою залежать від бачення та стратегій, розроблених і реалізованих банками. Так, зокрема в українських банках, саме платіжні картки грають важливу роль на сучасному ринку як загальноприйнятий платіжний інструмент.

Одним із найбільш перспективних напрямків розвитку банківських інформаційних технологій є Інтернет-банкінг. Він має ряд переваг, зокрема:

- не вимагає встановлення додаткового програмного забезпечення на комп'ютері;
- клієнти миттєво отримують всю інформацію про стан своїх банківських рахунків, що значно економить час, позбавляючи від необхідності особистого відвідування банку та відстеження транзакцій;
- обмін документами відбувається в електронному вигляді, але це не позбавляє клієнта зобов'язання надати всі необхідні документи у вигляді паперових оригіналів;
- зручність операцій економить час співробітників банку на оформлення документів, і, як наслідок, призводить до економії витрат банку [23].

Крім переваг даної системи, можна виділити і її недоліки. Спочатку, проблема нефінансових ризиків у дистанційних банківських послугах набагато вища, ніж у традиційних послуг. Джерелами загроз є програмне забезпечення та людський фактор. Тобто з високою ймовірністю можуть бути інформаційні атаки з Інтернету де зловмисники використовують віддалені канали обслуговування.



Головними причинами, що гальмують зростання банківської діяльності: недовіра більшості дорослого населення на Інтернет-послуги. Фішинг і фармінг – це сучасні кіберзлочини в інтернет-банкінгу. На даний момент вважається, що це два з найбільш організованих злочинів 21 століття, що представляють різні способи маніпулювання користувачами через Інтернет.

Залежно від сфери впливу або виникнення банківського ризику, вони поділяються на зовнішні та внутрішні чинники ризиків. До зовнішніх ризиків належать ризики, які не пов'язані з діяльністю банку або конкретного клієнта. Сюди належать політичні, економічні, юридичні та інші ризики.

Внутрішні факторів ризику, у свою чергу, поділяються на ті, що спричиняють збитки для основних і допоміжних діяльності банку. Перші представляють найбільш поширену групу ризиків: кредитні, процентні, валютні та ринкові ризики.

До других належать втрати від формування депозиту, ризики для нових видів діяльності та ризики банківських зловживань.

Проте стрімке зростання популярності цифрового банкінгу підтверджує стабільний попит і платоспроможний попит на цей новий вид банківських послуг. Вартість обслуговування клієнтів через інтернет мінімальний, що викликає інтерес клієнтів.

Таким чином, розвиток індустрії цифрового банкінгу вимагає зусиль менеджменту комерційного банку, а також підтримки від центрального банку. Будучи «менеджером» національної банківської системи, центральний банк повинен сформувати правовий коридор і створити сприятливе середовище через підтримуючу політику, яка сприятиме швидкому застосуванню цифрових технологій.

Комерційні банки також повинні реорганізувати своє управління та стратегію, щоб відповідати вимогам нової бізнес-моделі. Відповідно, банки повинні коригувати свій бізнес враховуючи розвиток відповідних людських ресурсів.

Крім того, комерційним банкам також слід зосередитися на управлінні комунікаціями, інформацією в соціальних мережах, оновленні інформаційно-технологічних платформ, розробці схем управління безпекою мереж та класифікації клієнтів для кращого управління в цю цифрову епоху.

### **1.3. Особливості банківської діяльності в умовах цифровізації економічних відносин**

Задоволеність клієнтів є одним із факторів довгострокового успіху будь-якої організації. Роль клієнта найважливіша у всьому банківському бізнесі. Вимоги та очікування клієнтів є пріоритетною для фінансових послуг у банківській справі, і в той же час нині споживачі все більше розвивають відносини з кількома постачальниками фінансових продуктів. Конкуренти з суміжних галузей та фінансових технологічних стартапів зараз наповнюють ринок інноваційними, керованими технологіями, що спричиняє відхилення від традиційного банківського режиму.

Цифрова модернізація дає традиційним банкам другий шанс підвищити рівень задоволеності та лояльності клієнтів, що стимулює довгострокову перспективу відносин та прибутковості.

Цифрова трансформація має подвійні функції, оскільки вона дозволяє банківським установам пропонувати нові канали обслуговування через нові електронні платформи (електронний банкінг, віртуальний банкінг) і точки обслуговування (електронні філії, POS), а також зменшується їх операційні витрати за рахунок обмеження кількості фізичних магазинів і персоналу, яким вони користуються [48].

Це є причиною того, що, банківська галузь у всьому світі витрачає три в рази більше грошей на інвестиції в ІТ, ніж у будь-якій іншій галузі в цілому. Бізнес-моделі перебувають під пильною увагою банківського менеджменту. Цифровізація, революційні інновації та новітні технології змінюють традиційні бізнес-моделі та процеси. В результаті банки повинні

адаптувати свої бізнес-моделі, щоб змінити те, як вони взаємодіють з клієнтами, керують їх серединні та бек-офісні операції, бути конкурентоспроможними та бути готовим до майбутнього [15].

Цифрову банківську трансформацію ідентифікують як процес, який має на меті покращити банківський бізнес шляхом внесення істотних змін у її структуру шляхом об'єднання інформації, інформаційні технології, комунікації та банківського бізнесу.

Цифрова трансформація включає широке поняття з банківської справи, а саме: цифровізацію документів, електронний підпис для транзакцій, електронне навчання, телеконференції, онлайн торгові платформи, цифрові магазини, електронні виписки та мобільні платежі.

Клієнтів стає все більше що не рідко обумовлює наявність цифрових збоїв, і в цьому секторі з'являються нові типи без пекових рішень. Тим самим, нові бізнес-моделі мають важливе значення в банківській галузі, для виокремлення все більш значимих банківських процесів.

Однак перехід до електронного банкінгу це результат інших не менш важливих факторів, які передбачають необхідність адаптації банків до нових технологічних даних.

Значна кількість банківських операцій зараз здійснюється більшістю людей через використання комп'ютерів або мобільних телефон. Безліч можливостей, а також економія часу та коштів, а разом з тим і простота використання цих додатків постійно надає значимості в умовах сучасного розвитку економіки.

Також через ці програми клієнти-замовники послуг, отримують інформацію в режимі реального часу про асортимент фінансових продуктів, програми винагород банків і знижок, акцій і бонусів, які вони надають через цифрові системи, що дозволяє обрати більш вигідний режим обслуговування.

Вищезгадані переваги роблять мобільний банкінг більш привабливим не тільки для молодих людей, але й для всіх власників смартфонів. З тих самих причин у гуманітарних науках для опису потенційних користувачів

використовують термін «цифрове покоління» [32], тобто народжені після 1980 року, які мають високий ступінь знайомства з новим інформаційними технологіями і доволі легко сприймають зміни.

Саме тому менеджери банків вкладають значні кошти в інфраструктурі електронного банкінгу, суми, які очікувано швидко втрачають конкурентну цінність завдяки ступеню сприйняття цих технологій клієнтами банку, однак відчутним є ефект економії ресурсів через обмеження звичайних банківських послуг.

Цифрові засоби банківських операцій зараз є частиною культури банків. Нині, багато вчених досліджуючи ефективність каналів IT-послуг, дійшли висновку, що разом із витратами на нематеріальні активи для цифровізації процесів, можливості зростання доходу втрачаються, коли відділення банку повністю закриваються оскільки не у всіх потенційних клієнтів банку є рівні можливості у доступі до гаджетів та швидкісного інтернету.

Цифрова трансформація банків має два аспекти. Перше впливає на клієнтську базу шляхом пропозиції нових продуктів, оперативність в операціях і банківська присутність 24/7 навіть на території без природної банківської присутності.

Другий суттєво впливає на людські ресурси банку. У випадку з клієнтською базою переваги легко проявляються за допомогою емпіричних оцінок про використання нових технологій наприклад, e-banking, m-banking.

У випадку ж впливу на персонал банків, усі ефекти проявлятимуться через кількість відділень банку та специфіку обслуговування банківських клієнтів.

Для багатьох дослідників термін цифрова трансформація використовується в новій цифровій торгівлі і асоціюється як канал збуту. Оскільки цифрова трансформація є відносно новою концепцією в банківському секторі, то відповідні дані для менеджменту акумулюють головним чином інформацію про ступінь прийняття та використання нових

технологій користувачами додатків електронного банкінгу, незалежно від того, чи є вони клієнтами чи працівниками банку.

Перший цікавий опис ставлення до змін в банківській діяльності зроблено в 1927 році в статті в *Australian Banker* [60, с. 284–303.]. У цій статті досліджено, якою мірою робітники та їхні профспілки сприйняли технічні зміни того часу в банківській галузі. Характерно, що коли старі рукописи замінили комп'ютерним принтером, була частина консервативних співробітників, які рішуче виступали проти нововведення. Як повідомлялося в 1930 році банкіром з Квінсленду, ті банківські службовці, які не хотіли б адаптуватися до нових вимог того часу або б трансформувалися до рівня продавців сільських магазинів, або, що ще гірше, були в ризик втратити роботу.

Наступне десятиліття принесло нові технологічні досягнення (онлайн-термінали готівкою та універсальне використання комп'ютера), а також призвело до необхідності спільних консультацій роботодавців та профспілок. У зв'язку з цим створювалися об'єднані комітети, щоб полегшити перехід банківських службовців до нової ери.

Порівнюючи вищесказане з напрацюваннями українського банківського ринку в 2019 року є багато схожого. Найпоширеніший аспект це неприйнятна реакція співробітників на нові технології через страх перед змінами і значний ризик втратити роботу.

Більшість досліджень відображають негативне ставлення співробітників банку до цифровізації їх бізнесу. Основною передумовою прийняття цифрового переходу, як і в будь-якому випадку, є раціональне управління змінами. Відповідальність роботодавців полягає в тому, щоб належним чином підготуватися до відповідних змін, тобто щоб пом'якшити можливі негативні реакції, які поставлять під загрозу успіх нової стратегії.

У багатьох дослідженнях розглядаються концепції цифрової трансформації і стратегії розвитку електронного банкінгу. Оскільки під

терміном цифровізації розуміється набагато більший обсяг роботи, що не відрізняється простою для банківських установ.

Однак користувачам електронного банкінгу було б розумно бути більш сприйнятливими для технологічної зміни. У кожному важливому питанні управління організацією доводиться керувати бізнес-процесами (особливо в банківському середовищі, де цифрова трансформація впливає на кадровий менеджмент). Системний підхід і підготовка структурованого плану дій в середині установи є обов'язковим.

Відтак, найважливішим фактором прийняття змін є ставлення працівників банку до них. Діючи автономно або мотивовані своїми профспілками, працівники вирізнятимуться своїм ставленням до цифровізації, що також визначає ступінь успіху чи невдачі банку, яке вони забезпечують ризикуючи своїм статус-кво щодо зайнятості.

Багато проблем у площині цифровізації банківської справи стосуються необхідності навчання працівників щодо використання нових технологій. Часто, співробітникам, які хоча і готові прийняти зміни, їм важко змінитися через те, що відсутні знання або навички, що необхідні для впровадження змін.

Важливо мати у резерві для банку належні програми навчання та методики навчання працівників, які, крім практичних знань, дають можливість їх поступового засвоєння та акліматизації до нових даних змін.

Електронний банкінг пов'язаний із створенням цифрових фінансових операцій що впливає на існування банку, філій відділень та їх працівників. Цифрова трансформація – це новий процес, що встановлює нову епоху у фінансовому секторі. Запровадження безфілійного банківського обслуговування має невідворотні наслідки, які впливають на працівників банківського бізнесу.

На сьогодні, на тлі значних інвестицій у технології, відсутні конкретні результати, що підтверджують зміни ефективності банківської діяльності для працівників.

Банкіри використовують максимальну простоту використання, щоб визначити ступінь розуміння споживачів щодо використання нової безфілійної банківської мережі. Ключові фактори, що впливають на сприйняття та зручність використання — це ефективність комп'ютера, тобто ступінь, до якої людина вірить, що максимум зможе виконувати завдання за допомогою комп'ютера, комп'ютерна тривожність як ступінь, за якою людина боїться користуватися комп'ютером.

Крім того, визначити доцільно ступінь задоволення, пов'язаного з використанням комп'ютера.

Водночас, це сприйняття зовнішнього контролю, тобто ступінь, за якою людина думає, що ресурси організації доступні для виконання її роботи) [39].

Відчуття простоти використання значно впливає на цифровий банкінг. Однак така практика шкодить комплексному впровадженню онлайн-банкінгу.

Цифрові банківські канали покращують доступ клієнтів, полегшують пропозиції більшості послуг, зокрема, значно полегшують, залучення нових клієнтів. Доволі легко оцінити комплекс надання послуг, які пропонують конкуренти та визначити причини зменшення кількості клієнтів.

Отже, цифровий банкінг це на сьогодні найбільша необхідність в сфері банківських послуг у діловому світі. Тому розвиток технологій у банківському секторі є дуже важливим для залучення клієнтів та вдосконалення технологій обслуговування з точки зору клієнта також дуже важливо.

Слід зазначити, що у всіх вікових групах клієнтів банків переваги взаємодії в середовищі цифрових технологій були обумовлені пандемією COVID-19. І технології використання інформації і гаджетів лише прискорилися.

Так, найефективнішим способом зрозуміти зміст управлінських рішень та перевести організаційну структуру від традиційного банківського обслуговування до цифрового банкінгу є формування багатоканального

механізму обслуговування. Omni-channel – це багатоканальний підхід до обслуговування клієнтів, де всі канали тісно інтегровані, а клієнт утримується в центрі інтеграції.

Оскільки клієнти продовжують змінювати свої моделі використання каналів, банки та інші фінансові установи повинні зосередитися на забезпеченні безперервної взаємодії з клієнтами в різних точках дотику. Омніканальний банкінг – це більше, ніж просто аксіома, це свого роду, механізм підвищення прибутку завдяки отримуванию уявлення про канали, поведінку та вподобання клієнтів.

Сучасні клієнти є більш витонченими та технологічно підкованими, і щоб задовольнити їхні конкретні потреби, для кожного клієнта потрібен унікальний досвід з банківського обслуговування. Вони хочуть, щоб компанії розуміли їхні невиявлені потреби, а також їхні уподобання. Не дивно, що ці клієнти також очікують подібної реакції та обслуговування від банківських установ, починаючи від дослідження нових послуг, відкриття рахунку, перевірка балансу, проведення трансакцій, кредитів. Закінчуючи управління капіталом, підтримки клієнтів. Омніканальний банкінг нині став ключем до успіху в цій конкурентній боротьбі за ринкові позиції влади.

У поточній багатоканальній моделі клієнти спрямовуються до найдешевшого каналу, що є підставою для невдоволення. Весь процес неефективний, дорогий і непослідовний. Омні-канал є не заміна традиційній багатоканальності, а лише шляхом до її трансформації. Для цього необхідна наявність Omni-channel, що для клієнтів буде уніфікованим, включеним і підтримувати комунікацію з клієнтом в потрібний час, у потрібному місці, як правило у потрібних обсягах.

Це повинно відповідати їхньому мобільному та цифровому стилю життя. Для актуалізації у поточній банківській діяльності трансформована багатоканальність вимагає поглибленого знайомства з потребами, бажаннями та вимогами клієнтів. Це також обумовлює точне поєднання ІТ-інфраструктури та інноваційних технологій, щоб підтвердити, що клієнт



залишається в авангарді ринкового простору. Саме так можна підвищити прибутковість фінансово-кредитних установ.

Фінансові технології можна розуміти як трансформовану послугу, яка надається за допомогою ІТ-технологій, тобто застосовуються рішення та дані, які раніше не застосовувалися, що дозволяє надати їй більш високий рівень корисності.

Цифровий банкінг є новим явищем на фінансовому ринку, що виходить за межі банківської діяльності, оскільки є проривні інформаційні технології у сферах платежів, кредитуванні, інвестуванні, криптовалютах та ін., які активно впроваджуються на різних ринках товарів та послуг (фінансовий ринок, торгівля, ІТ, соціальні медіа тощо).

Водночас, відбувається переосмислення моделі фінансового ринку та його взаємодії з товарними ринками аж до формування фінансових екосистем, зокрема, перебудова формату взаємодії людей та інститутів із грошима за принципом «керую сам» або принципом дезінтермедіації, тобто відмови від посередників.

Прозорі та недорогі технологічні сервіси формують нові поведінкові сценарії з використанням доступних мобільних програм та нове фінансове мислення економічних агентів.

Сучасний цифровий банкінг базується на комплексі сучасних фінтехнологій, серед яких можемо визначити розподілені бази даних Blockchain, як сформовані за певними правилами ланцюжки блоків, що містять інформацію.

Також можна виділити концепцію обчислювальної мережі фізичних об'єктів (Internet of Things, IoT), оснащених вбудованими технологіями для взаємодії один з одним або із зовнішнім середовищем, що частково виключає операцій необхідність участі людини.

Значимими є Big Data (англ. "великі дані"), Smart Data (англ. "розумні дані"), а також, хмарні технології, що дозволяють безпечно зберігати дані та працювати з ними віддалено через мобільні додатки.

Крім цього, штучний інтелект (Artificial Intelligence, AI), який еволюціонував за останні роки від описової функції до аналітичної, передбачуваної та приписової і на сьогоднішній день це комплекс споріднених технологій із завданням використання комп'ютерів для розуміння людського інтелекту, включаючи розпізнавання мови, процесу навчання, експертних систем (у тому числі цифрові помічники та робоконсультанти), автоматизовані діалогові системи або віртуальні агенти (чат-боти).

Використання також біометрії з метою унікальної ідентифікації особистості для забезпечення безпеки доступу до інформації та матеріальних об'єктів.

Перелічені нами вище технології є власне результат цифровізації економіки. Але вони активно використовуються учасниками фінансового ринку у переході до нових сервісів та бізнес-форматів.

Принциповою особливістю фінтеху є онлайн-сервіси, якими здійснюється взаємодія з клієнтом. Така взаємодія може бути різною залежно від сторін, що беруть участь, зокрема B2B – між компаніями (business-to-business); B2P – від компанії приватній особі (business-to-person); P2B – від приватної особи компанії (person-to-business); P2P – між приватними особами (person-to-person або peerto-peer).

Важливою особливістю цифрового банкінгу є робота з фізичними особами у форматах B2P, P2B і, насамперед, P2P – з цією метою створюються комфортні послуги. У цьому випадку у центрі бізнес-моделі знаходиться роздрібний споживач, який реалізує свої цілі за допомогою функціональних можливостей, які пропоновані фінтех-компанією.

Традиційними сферами фінансових послуг, у яких активно розвивається на сьогодні цифровий банкінг є:

- платежі і грошові перекази, зокрема ідентифікація та створення облікових записів, тобто по суті банківських рахунків, кошти для

поповнення та зняття грошей (чеки та дебетові карти), платіжні системи;

- кредитування: споживчих потреб;
- управління капіталом, зокрема он-лайн радники, які консультують брокерів та інвестиційних менеджерів у питаннях фінансових вкладень (інвестиції на фондовому ринку), а також недержавних пенсійних фондів (пенсії та допомоги) та нерухомості;
- страхування, зокрема страхування життя, майна в режимі он-лайн, від нещасних випадків чи медичне страхування;
- он-лайн торгівля валютою, включаючи і крипто валюту.

Слід також відзначити, що цифровізація банківської діяльності має сильний вплив на систему ризик-менеджменту банку. Насамперед, несе на собі ризик нерационального управлінського рішення, зокрема наприклад не впровадити потрібне, а в свою чергу, впровадити непотрібне. Крім цього, самі по собі цифрові фінансові технології є носіями ризику, зокрема операційного ризику, що тісно пов'язаний з кіберризиком. До основних ризиків слід віднести також інформаційний ризик непередбачуваних змін у процесах та злочинний витік даних.

Однак з іншого боку, фінансові технології є інструментами управління ризиками в банках (наприклад, великі дані можуть використовуватися для мінімізації кредитного ризику, у внутрішньому аудиті, контролі тощо).

Впровадження фінансових технологій робить актуальним завданням створення єдиного простору, що об'єднує банківський бізнес та цифрову економіку. Тобто свого роду формування «цифрової екосистема». Під цифровою екосистемою при цьому ми розуміємо така бізнес-модель діяльності банку, яка забезпечує більш продуктивну модель співпраці, а також конкуренції для створення найкращого клієнтського досвіду. В цій системі будуть встановлені партнерські відносини з усіма виробниками продуктів та послуг.

Очікується, що до 2025 р. такі екосистеми становитимуть 30% глобальних організаційних структур [47]. У банків є всі можливості для того, щоб стати центральним механізмом екосистем у цифровій економіці, забезпечуючи на відміну від інших фінтех-компаній великі бази клієнтів з тривалими відносинами, регуляторний арбітраж, передові IT-платформи, розширення капітальної бази та велика довіра клієнтів.

З позиції правового регулювання цифровізації банківського бізнесу на особливу увагу заслуговують рішення, що допомагають фінтех-проектам відповідати вимогам регуляторів, т. з. «regulatory technologies (RegTech)» [67]. Рішення в сфері RegTech, як правило, відрізняються великим ступенем гнучкості та забезпечують дотримання законодавства за допомогою інноваційних рішень.

Інша характерна особливість RegTech полягає у застосуванні хмарних технологій, що дозволяє безпечно зберігати дані та працювати з ними віддалено. Завдяки цьому RegTech істотно знижує витрати як для постачальників, так і для клієнтів, а також усуває потребу витрачати ресурси для розробки та використання власних рішень. Здатність до швидкого внесення змін веде до збільшення гнучкості та швидкості, що дозволяє досягти високого рівня контролю над інформацією. Крім того, регулятори висувають до технологічних компаній високі вимоги в галузі захисту інформації, тому одним із основних інструментів RegTech стало шифрування.

Відтак, RegTech вирішує цілу низку своєрідних завдань у галузі правового регулювання фінтех-індустрії і може з часом менем трансформуватися в масштабний сегмент фінансового ринку..

Ми вважаємо також, що фінансові технології будуть використовуватися в діяльності Національного банку України як такі, що забезпечують більш ефективно виконання регуляторних функцій для усіх учасників фінансових ринків та управління системними ризиками. Це дозволить застосовувати їх при ідентифікації клієнта як інструмент

виявлення підозрілої активності та запобігання шахрайству в процесі автоматизації процедур підготовки та подання звітності, комплаєнс-контролю, тощо.

### **Висновок до розділу 1**

На сьогодні сфера цифрової економіки формує свого роду вектор, за яким розвиваються соціальні та економічні системи мікро-, мезо-, макрорівнів на тривалу перспективу. Це викликає необхідність дослідження та всестороннього аналізу і оцінки процесів цифрової трансформації.

Цифровізація, що стала передумовою та пріоритетом для окремих підприємств, організацій та установ, стала масовим явищем, а відповідні проекти стали життєво важливими для успіху не тільки окремих компаній, але територій, регіонів та країн.

Сама ж трансформація тісно пов'язується з технічними трендами розвитку сервісів функціонування систем та багато в чому реалізується на їх основі. При цьому цей функціональний взаємозв'язок та механізм його реалізації на сьогодні залишаються недостатньо вивченими, що зумовлює потребу у розвитку теоретичного обґрунтування та практичних рекомендацій у сфері цифровізації. В більшій мірі це сьогодні стосується фінансово-кредитних установ.

Одним із основних факторів розвитку сучасної економіки є розвиток цифрових технологій на фінансовому ринку. Цифровізація охоплює окремі ділянки і сфери функціонування, що призводить до суттєвої економії на трудових ресурсах та всіх пов'язаних з ними витратах, і дозволяє банкам диференційовано працювати з клієнтами в залежності від їх індивідуальних переваг.

Також цифровий банкінг дозволяє, зробити доступною банківську послугу в будь-який час та в будь-якому місці, удосконалити

обслуговування, підвищити якість пропонованих банківських послуг і, як наслідок, посилити конкуренцію у банківській сфері. На сьогоднішній день саме цифровізація стала стратегічним пріоритетом для світової банківської індустрії. Драйвером змін, що відбуваються на фінансових ринках, є сучасні фінансові технології

Цифрові ІТ-технології впливають на зміну способів надання банківських послуг, на зміну взаємин із клієнтами. Так, робота на випередження при взаємодії з клієнтами, що дозволяє оптимізувати будь-які взаємодії з клієнтом, усуває будь-які потенційні проблеми; застосування чат-ботів та віртуальних помічників, здатне підтримувати розмову з клієнтами практично на будь-яку тему, починаючи з інформації про їхні рахунки та закінчуючи історією витрат, а використання роботів-консультантів дозволяє консультувати клієнтів практично з усіх питань, починаючи з інвестиційних можливостей та закінчуючи персоналізованими підходами до накопичення заощаджень.

У свою чергу створення віртуальної реальності для візуалізації витрат, що покращує прогнозування накопичень, оптимізацію заощаджень, а можливості біометрії у банківській сфері можуть використовуватися з метою ідентифікації та аутентифікації; однаково позитивно виявляється і інтеграція відео, що дозволяє створити персоніфіковані інтерактивні послуги.

## РОЗДІЛ 2

### РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО БАНКІНГУ В УКРАЇНІ

#### 2.1. Маркетингова стратегія вітчизняних банківських установ в умовах цифровізації банківського бізнесу

В силу активізації впливу зовнішнього середовища на банківські установи України, характерного для останньої половини ХХ століття, у стратегічному менеджменті стали домінантами концепції з пріоритетом конкурентної складової, коли на формування стратегії та механізму реалізації в більшій мірі впливають конкуренція, яка дозволяє виділити фактори нарощування конкурентних переваг компанії. Саме такий підхід використовували Ф. Котлер в обґрунтуванні важливості маркетингової діяльності [17], М. Портер - у визначенні детермінантів конкурентної стратегії та способів реакції на загрози зовнішньої та зміни внутрішньої середовища підприємства [16], Дж. Траут - у доцільності застосування позиціонування [33] та інші дослідники.

У цьому особливо слід зазначити роботи М. Портера, який від початкової ідентифікації маркетингової стратегії як плану щодо балансування внутрішнього та зовнішнього середовища організації і перейшов до формування стратегій, що орієнтовані на створення конкурентних переваг, які, по суті, і стали результатом стратегічного управління. Саме тут слід відзначити також і певний вплив банківського маркетингу як діяльності з оцінки ринку банківських послуг та ринкових показників, оскільки у формуванні стратегії діяльності банку саме ринкова позиція банку та його найближчих конкурентів, можливості нарощування обсягів чи руху до нових сегментів ринку дозволяє проектувати нові управлінські рішення.

У сучасних ринкових умовах цифровізація призвела до розширення цифрового доступу потенційних споживачів по усьому світу та забезпечення

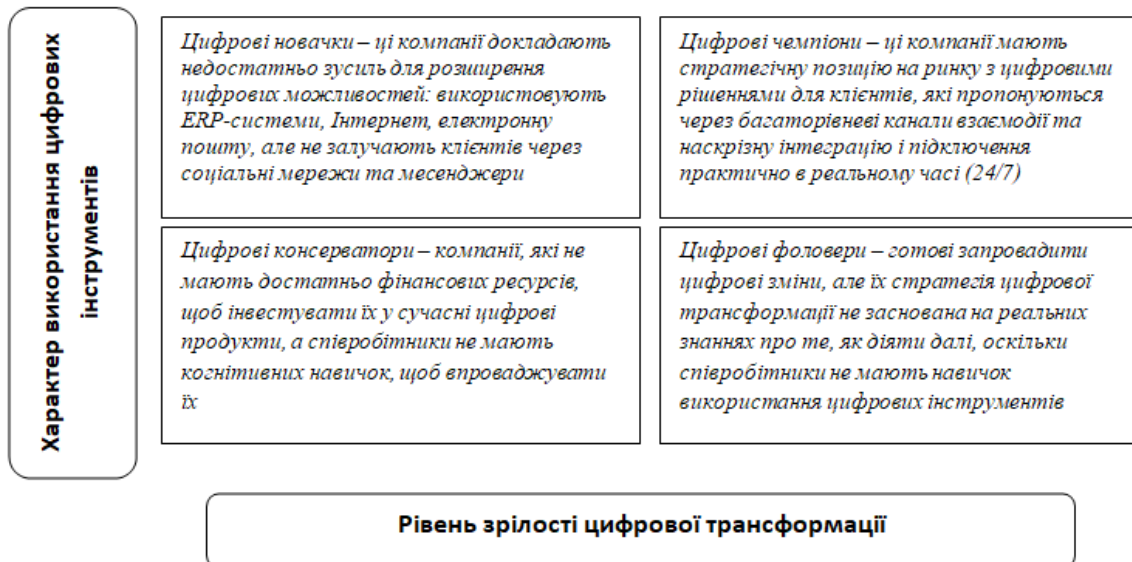
доступності інформації, що сприяло розвитку різних типів маркетингу, а також сприяло підвищенню рівня цифрової та фінансової грамотності. Передумовою цього стало те, що віртуальне середовище постійно змінюється, змінюються не лише інформаційні потреби користувачів, а також використовувані банківськими установами засоби та канали спілкування з клієнтами.

Існує помітна тенденція в українських банках до переміщення дедалі більшої кількості банків у цифрове середовище через можливості, які вона надає організаціям та користувачам [40].

Нині з огляду на цифровізацію економічних відносин, маркетингові комунікації володіють такими маркетинговими інструментами як комунікаційна «турбулентність», можливості та вплив цифрової трансформації, цифрова споживча персоналізація, індивідуальні взаємовідносини бренду та споживачів, конкурентні диференціації, інтегроване фінансування, та багато інших.

Так, цифрова трансформація в сучасних економічних умовах виявляється в тривалому впровадженні нових інформаційних технологій, що базуються на кобрендингу. Саме для цього щоб зрозуміти закономірності цифрової трансформації, необхідно розглядати еволюційний розвиток суб'єктів цифрової трансформації [49]. Такі, міжнародні консалтингові агентства як Boston Consulting Group, McKinsey і PwC, досліджуючи процеси цифрової трансформації, пропонують класифікацію цифрових організацій за рівнем стадії зрілості та характеру інструментів цифрової трансформації (рис. 2.1).





**Рис. 2.1. Характеристика суб'єктів за рівнем цифрової трансформації**

Такі характеристики враховують реальні позиції українського банківського сектору. Нині цей сегмент фінансового ринку потребує формування особи т.з. «цифрового споживача». Щоб сформувати такого споживача, то це на наш погляд потрібно робити, починаючи зі школи та закінчуючи закладами вищої освіти для «третього віку».

Процес цифровізації в банківській діяльності передбачає формування на макrorівні зрозумілої моделі функціональної платформи взаємодії з клієнтами (для прикладу, інтернет-банкінг), що здатна пропонувати продукти або послуги використовуючи при цьому чат-ботів. Разом з тим, необхідною є інтегрована модель створення платформи у форматі BaaS.

На сьогодні, для задоволення зростаючого попиту на інтегроване фінансування на засадах цифрового банкінгу, фінансові установи все частіше пропонують банківську діяльність як послугу (BaaS), тобто пакетну пропозицію кобрендованого сервісу. Ці сервіси фінансово-кредитні установи можуть використовувати для обслуговування своїх клієнтів. Однак, щоб цей механізм працював, необхідними є нові технології та можливості, оскільки BaaS, як правило, поширюється серед потенційних споживачів через

технології API та вимагає сильного управління ризиками та дотримання відповідності вбудованого фінансового партнера.

Багато менеджерів вітчизняних банків надзвичайно стурбовані тим, що розповсюдження їхніх фінансових продуктів через ймовірних фінансових партнерів загрожуватиме їх відносинам з клієнтами. Однак, якщо кінцеві споживачі починають застосовувати інтегровані фінанси у значній кількості, банки можуть не мати іншого вибору, як активувати напрямки бізнесу ВааS.

Доволі прийнятним є те, що надання бізнес-партнерам можливості розповсюджувати банківські фінансові продукти може бути для банків джерелом низького рівня прибутку, однак із значним обсягом. Банки часто формують свої структури витрат, які базуються на доволі застарілих технологіях і забезпечуються «вручну» процесами та операціям. Відтак, щоб пропонувати ВааS, вітчизняні банки повинні зазнати значних цифрових модифікацій.

Цифрова трансформація банківського бізнесу має певні переваги, оскільки суб'єкти господарювання доволі швидко й ефективно замінюють традиційні канали взаємодії цифровими каналами, використовуючи при цьому найсучасніших технологій.

Перевагами цифрової трансформації для українських банківських установ є:

- значні технологічні темпи розвитку;
- модернізація сфери надання послуг;
- формування нових інтегрованих зв'язків;
- зміна принципів функціональної взаємодії всіх учасників у різних сферах на відкритих платформах;
- значне підвищення гнучкості продуктової політики, завдяки зміні споживчої поведінки.

В нашій державі еволюція цифрової трансформації банківського сектора по суті розпочалася із Стратегії розвитку фінтеху в Україні, що розроблена до 2025 р., що розроблена Національним банком України. Так,

напряму II у цій стратегії передбачає досягнення високого рівня цифрової та фінансової грамотності що означає:

- відкриття освітньо-інформаційного центру;
- створення на єдиній комунікаційній платформі (сайті) з фінансової грамотності розділу з цифрової грамотності населення;
- розробку освітнього курсу з цифрової грамотності у фінансовій сфері [39].

Банківський менеджмент відійшов нині від консервативних маркетингових комунікацій, оскільки запити сучасних споживачів фінансових продуктів кардинально змінилися. Саме тому банківський сектор в нашій державі визначив чіткий курс на формування сучасного фінтеху та готовий вкладати свої ресурси в підвищення навичок і фінансової грамотності своїх клієнтів.

Проте, незважаючи на усі переваги сучасної цифрової трансформації, банківський бізнес в Україні одним із перших наразився на фінансове шахрайство через он-лайн канали комунікацій, зокрема Viber, WhatsApp. Це проявилось у тому, що на споживача впливають агресивними методами, вимагаючи при цьому персональні дані з банківських карток. Такі інформаційні кіберризики вимагають одержання зворотного зв'язку від клієнта, щоб оперативно вирішити проблеми витоку інформації та персональних даних і, за необхідності, блокування карток.

За даними Global Center for Digital Business Transformation, у 2015 р. у рейтингу компаній по цифрових порушеннях фінансовий сектор посідав 4 позицію з 12 галузей [69].

Сучасний банківський ринок України у 2020 р. проходив перший етап адаптації до нового статусу Національного банку України як регулятора, що отримав повноваження захисту прав споживачів усіх типів фінансових послуг ще у другій половині 2019 р. Саме у той період було створено «Управління захисту прав споживачів фінансових послуг» у складі організаційної структури Національного банку. Це управління поряд з

іншими функціями, здійснює комунікацію за банківськими установами з приводу скарг клієнтів.

Національний банк також ініціював зміни в нормативно-правових актах з приводу захисту прав споживачів фінансових послуг. Так, наприклад окремими статтями Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг» від 20.09.2019 р. № 122-ІХ внесено зміни до окремих законодавчих актів України, таких як закони України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про захист прав споживачів» та «Про споживче кредитування» [8].

Разом з тим, Національним банком України також було розроблено Концепцію захисту прав споживачів фінансових послуг. На основі якої видано «Методичні рекомендації щодо організації розгляду звернень та проведення особистого прийому клієнтів у банках».

Ці методичні рекомендації висувають цілий ряд вимог до роботи банків із споживачами фінансових продуктів. Такі зміни можна назвати цілком актуальними оскільки, з огляду на статистику скарг споживачів на банків-надавачів фінансових послуг України. У 2019 р. Національним банком отримано більше 17 000 звернень громадян, а це це на 25% більше, ніж у 2018 р. Майже 64% з них, а це близько 10 000 звернень, стосуються саме діяльності банків. При цьому близько 8000 таких звернень містять ознаки порушень прав споживачів фінансових послуг [27].

Серед них порушень прав споживачів, можна виділити оманливу рекламу депозитних програм, невідповідність процентної ставки в договорі із фактичним її розрахунком, не регламентоване збільшення кредитного ліміту для погашення попередньої заборгованості, самовільне списання заробітної плати або інших нарахувань в рахунок погашення заборгованості без відома власника рахунку, продовження терміну депозиту без узгодження із клієнтом банку та інші порушення.

Банківські установи в Україні нині планують покращити систему зворотного зв'язку та уточнити власні показники NPS, впровадивши системні цільові опитування клієнтів, які звернулися до банку зі скаргою. Такий моніторинг здійснюють лише окремі банківські установи, однак розуміння актуальності подібних заходів є ще в низки ринкових гравців.

На наш погляд, комерційні банки України в сучасних умовах мають у своєму розпорядженні певний кадровий потенціал з маркетингу. На таких спеціалістів покладено, також, й функції щодо забезпечення планування маркетингової діяльності у банку. При цьому процес планування маркетингової діяльності банків здійснюється шляхом застосування звичайного підходу, що включає наступні етапи: ухвалення концепції маркетингової діяльності банку; розробка та ухвалення маркетингової стратегії; формування маркетингової системи управління; формування комплексу оперативного маркетингу

Можна також зазначити, що якої сучасна цифрова концепція банківського маркетингу передбачає досягнення цілей банку шляхом встановлення потреб та побажань цільових клієнтів та забезпечення необхідного задоволення більш ефективним способом, ніж їхні конкуренти.

Сьогодні українські банки повинні визначати майбутні потреби та побажання клієнтів, а також, повинні використовувати свої власні сервіси та канали збуту для ефективно розробки концепція інтегрованого маркетингу на довгострокову перспективу.

Зауважимо, що банківський маркетинг представляє управління процесами, що призводять до задоволення фінансових потреб клієнта способом, що вигідний банку. Адаптація концепції банківського маркетингу як сукупності стратегічних та тактичних рішень, прийнятих у процесі управління та функціонування банку, передбачає розгляд наступних елементів: задоволення потреб клієнтів, підвищення прибутковості банку, залучення працівників, що забезпечує контроль над витратами та

максимізація доходів, соціальну відповідальність, і що банк повинен поводитися відповідальним чином.

Практика маркетингової діяльності сучасних українських комерційних банків свідчить, що фахівці банку з маркетингу обирають найбільш прийнятний для банківської організації підхід, ґрунтуючись на специфіці запропонованого продукту, на особливості ринку та споживачів як на основні фактори, що впливають на ефективність формування концепції банківського маркетингу.

Слід зазначити, що з успішного досягнення цілей процесу маркетингу в умовах цифровізації банківської повинні:

- проводити аналіз з метою розуміння клієнтів банку в максимально можливим ступенем, щоб пропоновані банківські фінансові послуги відповідали їх потребам, і продаж був забезпечений. Ось чому банківським установам необхідно якнайбільше активно залучати до діяльності своїх клієнтів за допомогою фінансової та матеріально-технічної підтримки, спеціальних консультацій та допомоги;

- проводити дослідження та систематичний аналіз фінансового ринку з метою визначення прибуткових ринків, нових потоків капіталу на фінансових ринках, нових агентств, посередників та підприємців (продавців), що діють на цих ринках, їх операцій та результатів;

- визначати та застосовувати свої стратегії щодо ринку цифрових банківських послуг, ефективно використовуючи свої власні ресурси для створення нових цифрових банківських продуктів/послуг та їх диверсифікації відповідно до побажань та очікувань клієнтів;

- намагатися отримати тривалу конкурентну перевагу, просуваючи високоякісні продукти/послуги, орієнтуючись на клієнта та розвиваючи його лояльність;

- встановлювати чіткі комунікаційні стратегії для клієнтів, акціонерів та співробітників;

- впливати на поведінку клієнтів, оскільки коефіцієнт прибутковості банків пов'язаний з прибутковістю їхніх клієнтів;

- визначити конкретні показники за допомогою фінансового менеджменту банку, такі як ліквідність, платоспроможність, процентна ставка та сума, розмір оцінок виробничих та інвестиційних витрат (особливо в рамках кредитно-банківського продукту), коефіцієнт достатності капіталу банку, якість кредитного портфеля, тобто показники за допомогою яких можна усунути чи знизити фінансовий ризик та підвищити прибутковість.

Таким чином, практика маркетингової діяльності українських комерційних банків переконливо стверджують, що цифровий банківський маркетинг сприяє розробці нових банківських продуктів, конкурентній розвідці, управлінню банківською рекламою та розвитку бренду банку.

В умовах нинішніх тенденцій розвитку цифрової економіки та функціонування банківського ринку успіх комерційних банківських організацій залежить від безлічі факторів. Але однією з найбільш значимих умов стійкості та фінансового благополуччя комерційних банків є ефективна маркетингова стратегія, як генеральний план управління цифровою маркетинговою діяльністю.

Подальший розвиток штучного інтелекту відповідно сприяє спрощенню та прискоренню всіх процедур, здійснюваних комерційними банками, що дозволяє якісніше аналізувати клієнтську базу та забезпечувати індивідуалізацію пропонованих банківських продуктів.

В епоху цифровізації ринок різноманітний аналогічними товарами, продуктами (послугами) вітчизняних та зарубіжних конкурентів, що викликає необхідність розробці різних методів просування товару (послуги) над ринком. Використання таких методів у маркетинговій діяльності банків сприяє залученню нових клієнтів та отримання додаткового прибутку. До таких найбільш популярних відноситься метод Digital Marketing (цифровий маркетинг), який здатний збирати об'єктивну інформацію про цільову аудиторію та простежувати результати просування бренду або продукту.

Розробка стратегії digital-маркетингу має вирішальне значення для високої ефективності діяльності організації. Грамотна digital-стратегія пов'язує товарну, збутову, маркетингову та цінову складові компанії. Побудова digital-стратегії – складний та ресурсозатратний процес, який вимагає від компанії великої кількості часу та фінансів. Тим не менш, ефективна стратегія digital-маркетингу здатна підвищити впізнаваність компанії, лояльність до неї її цільової аудиторії та співробітників, а також підвищити її конкурентоспроможність та зміцнити становище на ринку [10].

У недавньому звіті eMarketer було зроблено висновок, що до 2021 року витрати на цифровий маркетинг становитимуть 51,1% від загального обсягу витрат на рекламу всьому світі, що на 4,8% вище, ніж у 2019 році, при цьому витрати на традиційні маркетинг продовжать скорочуватись [58]. Це зумовлює актуальність розробки стратегії digital-маркетингу для сучасних компаній.

Стратегія digital-маркетингу – це серія дій, які компанія планує та робить для досягнення своєї головної мети в області цифрового маркетингу [19]. Digital-стратегія визначає загальне напрямки, яким слідуватиме бізнес у цифровому середовищі. Ключем до стратегії є визначення цифрового бачення – воно забезпечує цифрову мету, спрямовує організацію та є фундаментом для цифрових бізнес-дій [3, с. 22]. Стратегія digital-маркетингу визначає канали, активи, платформи та інструменти, необхідні для досягнення цих цілей та досягнення результатів.

У нашій країні digital-стратегія включає управління різними формами присутності банківського бізнесу в Інтернеті, такими як веб-сайти, мобільні додатки та сторінки компаній у соціальних мережах. Це відбувається у поєднанні з методами онлайн-комунікації, такими як, наприклад, маркетинг у пошукових системах, маркетинг у соціальних мережах та маркетинг електронною поштою. Ці методи використовуються для підтримки цілей розширення клієнтської бази та надання послуг існуючим клієнтам, які допомагають розвивати відносини між клієнтом та компанією



Незалежно від розміру та галузі, стратегія digital-маркетингу пропонує компаніям доступний та ефективний спосіб отримання інформації, який часто є ефективнішим за традиційні маркетингові методи. За допомогою стратегії digital-маркетингу компанія також може легко відстежувати результати своєї цифрової кампанії у вигляді вимірювання показів, кліків, лайків, коментарів, акцій та конверсій. Ці показники ефективності дають організації цінну інформацію, що дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо бізнесу. На відміну від традиційних методів маркетингу, цифровий маркетинг дозволяє українським банкам адаптуватися до змін умов навколишнього середовища, щоб досягти найкращих результатів.

Процес розробки стратегії digital-маркетингу складається з кількох етапів. Перший етап побудови digital-стратегії – ретельно розроблений план, який має бути конкретним для кожної цифрової кампанії та вписуватись у загальну стратегію. Це означає, що цілі не повинні суперечити один одному, а компанія має бути гарним продовженням існуючого стилю бренду [38].

Щоб розробити план, для банків необхідно розпочати з дослідження, провести ретельний аналіз аудиторії компанії та визначити галузі, які можна покращити порівняно з ключовими конкурентами. Важливо, що різні канали існують для різних цілей, тому необхідно вибрати, які цифрові канали найкраще відповідають потребам компанії.

Далі доцільно слід проаналізувати, на що витрачає час цільова аудиторія банку, вивчити існуючі тенденції на ринку банківських послуг.

Після того, як менеджмент вирішить, яку стратегію digital-маркетингу планується використовувати, важливо розподілити бюджет та ресурси.

Оскільки 49% світових бізнес-лідерів планують збільшити свої бюджети цифрові канали цього року, виділення бюджету на стратегію digital маркетингу має бути більше, ніж у минулі роки [31].

Далі необхідно визначитись із командою. Завчасне визначення чітких ролей допомагає уникнути дублювання обов'язків. Якщо в digital-стратегії будуть використовуватись різні канали, необхідно також переконатися, що

було обрано правильні члени команди з допоміжних відділів, які відповідатимуть за цифрову кампанію.

Остання частина, на нашу думку, плану digital-стратегії має полягати у визначенні показників, які організація буде використовувати для виміру рентабельності інвестицій. Для цього потрібно визначити цілі digital-стратегії.

Наступний етап – визначення цілей digital-стратегії. Перед початком будь-якої кампанії необхідно чітко визначити цілі. Рішення про те, чого компанія хоче досягти на початку кампанії, спрощує вимірювання та аналіз майбутніх результатів.

Стратегія digital-маркетингу може мати декілька цілей, і кожна частина стратегії служить своїй меті. Кожна мета, яку компанія вибирає, повинна бути персоналізована відповідно до потребами бізнесу [57]. Наприклад, цілями стратегії digital-маркетингу банку можуть бути збільшення відвідуваності сайту, підвищення лояльності споживачів чи підвищення конверсії.

В контексті роботи із інтернет сайтами банки можуть скористатися послугами спеціалізованих компаній. Так, наприклад, компанія «ДБО Софт» (м. Дніпро) спеціалізується на розробці, впровадженні та супроводі програмних рішень для електронного банкінгу та засобів криптографічного захисту інформації.

На українському ринку компанія працює з 2002 р., на сьогоднішній день — основний продукт компанії — система «iBank 2 UA» активно впроваджується та промислово експлуатується у найбільших українських банках [29].

Основними напрямки діяльності компанії визначено (рис.2.2):

- розробку системи електронного банкінгу, заснованої на триланковій архітектурі та реалізована за допомогою сучасних засобів проектування та технологій. Технології: Java 8, Angular 2+, Marionette.js, REST, JDBC, Tomcat,

Maven, Spring, Hibernate, а також, СУБД, що використовуються: Oracle, MS-SQL, PostgreSQL, Sybase.

- розробка криптографічних засобів захисту інформації. Реалізація національних та зарубіжних криптографічних стандартів, оптимізація продуктивності криптографічних алгоритмів для спец. платформ, розробка апаратних рішень для криптографічного захисту інформації (таких як токени, смарт-карти, OTP-токени), інтеграція PKI, розробка протоколів захищеного обміну інформації, засобів захисту від DDoS атак та багато іншого. Мови програмування: Assembler, ANSI C, Java. Платформи: Intel x86, AMD64, ARM9/ARM11, Intel Itanium, AMD64, Sun SPARC, IBM POWER, IBM zSystem.

- захист від DDoS-атак;

- технічна підтримка продуктів компанії.

The screenshot shows the DOU website interface. At the top, there is a navigation bar with links like ГОЛОВНА, ФОРУМ, СТРИЧКА, ЗАРПЛАТИ, РОБОТА, КАЛЕНДАР, and ОЦІНИТИ ІТ-КНИГИ. A search bar is visible on the right. Below the navigation, there are tabs for different job categories: Вакансії, Перша робота, Тренди, Компанії, Рейтинг, Top-50, Відгуки, and Додати компанію. A search filter is set to 'Всі категорії' and the search criteria is 'Посада, мова, компанія, місто, країна. Наприклад, DBA Oracle'. A 'Знайти' button is present. Below the search bar, there is a banner for 'softserve' with the text 'ДАНІ ПРО ДАНІ. КОНТЕНТ ПРО КОНТЕНТ.' and 'ЦЕ РЕКЛАМА ПРО ТЕ, ЩО МИ ШУКАЄМО ДАТАСАЄНТИСТІВ.' An 'APPLY' button is visible on the right side of the banner. Below the banner, there are sections for job listings in Java (708), Python (414), and Ruby (141). The Python section lists roles like 'Senior Automation QA Engineer, Python' and 'Middle Python Developer'. The Ruby section lists 'junior full stack web developer, младший'. To the right, there is a section titled 'Вакансії провідних компаній' featuring logos for GENESIS, CIKLUM, N-iX, softserve, Capgemini engineering, ROZETKA, nix, and itransition.

Рис. 2.2. Сторінка з Web-сайту компанії «ДБО Софт» [37]

Зазначимо, що цілі digital-стратегії повинні бути дискретними та вимірними. Необхідно отримати базові показники цільової метрики для банку, щоб його інформаційна система могла відслідковувати зміни та ефективність протягом усієї цифрової кампанії та за її межами. Цілі

формується засобами, повідомленнями та цільовою аудиторією. Різні демографічні групи також мають різні переваги щодо цифрових каналів, тому необхідно вибрати платформу, що підходить для певної цільової аудиторії.

Також потрібно для банків потрібно підготувати всі інструменти для відстеження показників. Після того, як базовий план встановлено, необхідно визначити цілі та запланувати остаточний графік реалізації заходів. Дати початку та закінчення важливі як для стримування витрат та відповідності місії, так і для порівняння ефективності проведеної кампанії до та після.

Третій етап – цифрового банківського маркетингу полягає у багатоканальності просування. Стратегія digital-маркетингу може включати різні маркетингові канали для досягнення бажаних результатів. Звернення до різних людей у різний час за безліччю маркетингових каналів збільшує ймовірність того, що digital-стратегія буде успішною.

Заключним етапом є аналіз результатів стратегії digital-маркетингу. Якщо на попередніх етапах було визначено ключові показники, тоді компанії залишається лише порівняти прогрес із вихідною точкою відліку.

Таким чином, популярність та універсальність цифрових каналів дозволяє українським банкам досягати обраної ними цільової аудиторії та, використовуючи відповідні стратегії digital-маркетингу, не лише передавати інформацію, а також встановлювати відносини з клієнтами, створювати діалог та пропонувати продукти (послуги), що найкраще відповідають їх індивідуальним потребам, що постійно змінюються. План стратегії digital-маркетингу повинен містити чітко сформульовані цілі, завдання та показники ефективності. Крім цього, план має враховувати фінансові аспекти, тобто він має бути орієнтований на певний фінансовий бюджет.

## 2.2. Аналіз кредитних та депозитних операцій банків в умовах розвитку цифрових технологій

Діджиталізація сфери фінансів – це, на нашу думку, певний результат інноваційного розвитку усієї економіки, оскільки сучасні економічні відносини, а відтак і фінансові продукти, у площині конкурентних переваг, повинні відзначатися надійністю, доступністю та якістю. В свою чергу, можна зазначити, що наслідком діджиталізації економічних відносин є загальна цифрова трансформація фінансової сфери.

У глобальному вимірі, аналіз факторів обмеження та розвитку фінансових технологій відобразив певну трансформацію пріоритетів (рис. 2.3)



Рис. 2.3. Трансформація стратегічних пріоритетів розвитку фінансових технологій\*

\*Примітка. Побудовано автором на основі [46] та [2]

Так, за прогнозами Global FinTech Index 2020 «у 2022 році 60% глобального ВВП буде формуватися цифровою економікою, а цифрові

фінансові послуги стануть ключовим драйвером економічного зростання, пожвавлення світової торгівлі, Нової індустріалізації і наступної фази Четвертої промислової революції. У наступному десятиріччі інноваційні фінансові технології (FinTech) суттєво спростять доступ всіх верств населення, малого і середнього бізнесу до фінансових ресурсів» [44, с.7]

Тобто, 2020 рік по суті більш чітко конкретизує, в силу суб'єктивних та об'єктивних чинників, напрями розвитку фінансових технологій обмежуючи їх рамками персоналізованості та споживчої індивідуальності. Це, на наш погляд, ті якісні ознаки, що визначають довгострокові перспективи фінансових технологій.

Конкретизуючи напрями розвитку FinTech в глобальних масштабах, можемо відзначити, що склалася доволі усталена сегментація у сфері інвестицій в FinTech компанії (рис. 2.4).

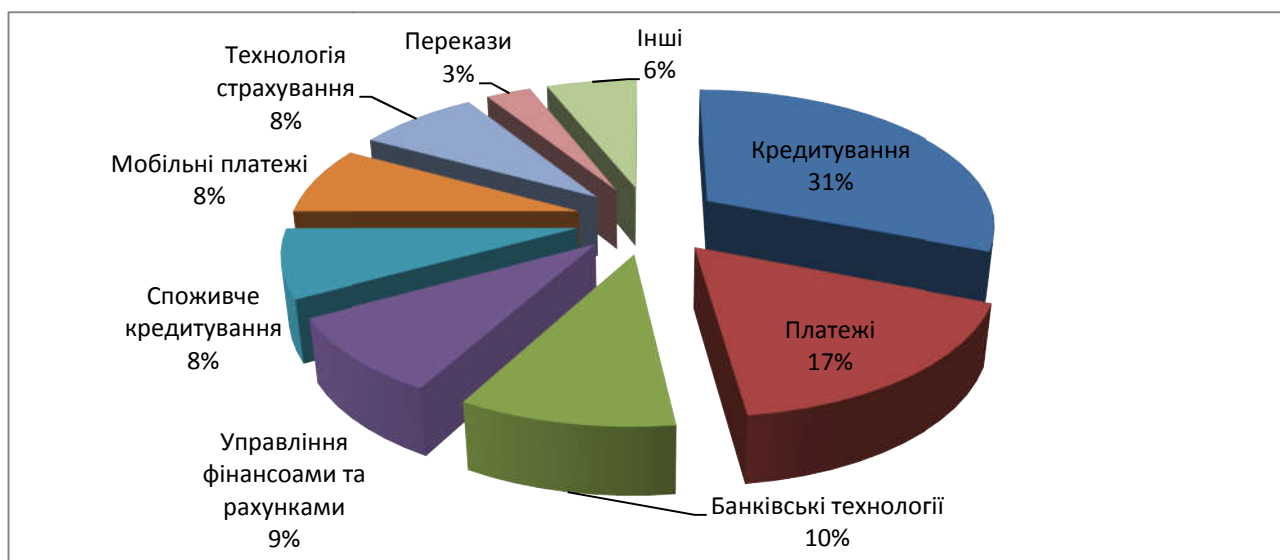


Рис. 2.4. Інвестиції у FinTech компанії\*

\*Примтка. Побудовано за даними [46]

Якщо аналізувати дані рисунку 2.8, то можна відзначити, що 25% (платежі – 17% та мобільні платежі – 8%) інвестицій займають інвестиції у розвиток платіжних технологій.

На думку окремих дослідників, ринок фінансових технологій знаходиться на початковій стадії. «У сфері FinTech в Україні на сьогодні працює понад 100 компаній, більшість яких працюють у сфері payment/money transfer (38 компаній), technology and infrastructure (36 компаній) та mobile wallets (22 компанії)» [51]. Відтак, найбільше компаній (38%) задіяно у сфері платіжних технологій.

Враховуючи тенденції інноваційного розвитку економіки та FinTech в Україні, очевидним є доволі значне відставання в етапах розвитку платіжних систем в площині сучасних технологій (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Світові платіжні технології у 2020\***

<b>Назва технології</b>	<b>Характеристика</b>
Біометрична аунтефікація	Застосовуються методи перевірки, які враховують біологічні та структурні характеристики людини за допомогою сканерів відбитків пальців, розпізнавання обличчя, райдужки ока, аналіз серцебиття та картографування вен особи. Це метод який є унікальним по своїх характеристиках щодо точності, ефективності та безпеки завдяки використанню індивідуальних характеристик людини.
Технологія EMV	Ця технологія передбачає використання спеціальних кодів, які змінюватимуться кожного разу, коли відбуватиметься транзакція, що значно підвищує безпеку банківських рахунків. Ці коди є безпосередніми елементами управління банківськими рахунками.
mPOS	Технологія мобільної точки продажу, що дозволяє проводити дистанційні розрахунки за допомогою банківської карти і без необхідності формування кас як окремих підрозділів.
Інтелектуальні платіжні колонки	Дозволяють своїм користувачам передавати голосові команди та отримувати голосову відповідь. Такі команди можуть стосуватися в тому числі і оплати чи переказу коштів.
Платежі NFC	Це технологія, що дозволяє безпроводово обмінятися даними за допомогою спеціальних пристроїв на відстані не більше 20 сантиметрів. У Китаї це використовується як спосіб оплати у громадському транспорті. Подібним чином, у Лондоні платежі NFC використовуються на автобусних станціях. У Японії ця технологія використовується для надання інформації про посвідчення особи.
Мобільні гаманці	мобільний додаток, який намагається імітувати фактичний фізичний гаманець. За допомогою мобільного гаманця можна пересилати гроші іншим користувачам, отримувати гроші від інших користувачів і зберігати гроші всередині гаманця. Мало того, що за допомогою мобільного гаманця користувач може також оплачувати комунальні платежі, купувати квитки, отримувати винагороду та багато іншого. Великі компанії, такі як Apple, Google і Samsung, мають свої мобільні гаманці. Однак усі ці гаманці специфічні для бренду та компанії.

\*Примітка. Побудовано на основі [70]

Окремі технології або подібні їм на сьогодні розпочали застосовувати окремі банківські установи в Україні. Так, у червні 2019 року платіжна система Visa і Ощадбанк представили новий формат прийому платежів для малого і середнього бізнесу – Tap to phone. Щоб прийняти оплату безготівково (з карти або мобільного гаманця покупця), торговцю досить мати смартфон з NFC на ОС Android і спеціальне мобільний додаток. Даний проект став одним з перших запусків подібної технології в світі і перший в Східній Європі [24].

В вітчизняній практиці, розпочалося застосування NFC технологій з кінця 2019 року. Активність їх зросла із приходом на вітчизняний ринок платіжних систем компаній Apple Pay і Google Pay. Ці компанії стали певного роду прискорювачами по застосуванню смартфонів як універсального платіжного засобу, що дозволяв взаємопов'язати декілька платіжних карт і вибрати для оплати найбільш підходящу із врахуванням програм лояльності, кеш-беку чи акційних пропозицій.

Мобільні гаманці – це одна із небагатьох платіжних технологій, які в Україні активно використовувалися протягом останніх п'яти років як альтернатива платіжним картам.

В Україні практично не залишилося банків, які б не інвестували кошти на розвиток цифрових технологій. До найбільших банків, які зайняті розвитком цифровізації в своїй діяльності, відносять: Приватбанк, Ощадбанк, Райффайзен Банк Аваль та багато інших.

На рис. 2.5 відобразимо основні види цифрових технологій, що застосовуються у банківській сфері України.

Найбільш популярною та ефективною цифровою технологією в банківській сфері України стало застосування інтернет-банкінгу. Цей вид технологій націлений на надання банківських послуг за допомогою офіційно розробленою програмою банку. За допомогою цієї послуги клієнти банків можуть керувати своїми рахунками, отримувати кредити, відкривати розрахункові рахунки, здійснювати внутрішній та зовнішній переказ коштів.



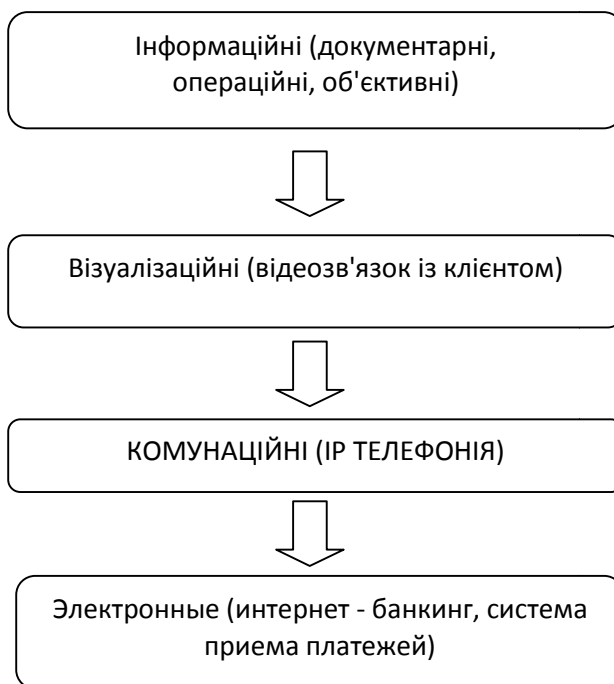


Рис. 2.5. Основні види цифрових технологій, що застосовуються у банківській сфері України

Майже половина споживачів, які користуються банківськими послугами використовують у повсякденному житті інтернет-банкінг (дані представлені на початок 2021 року).

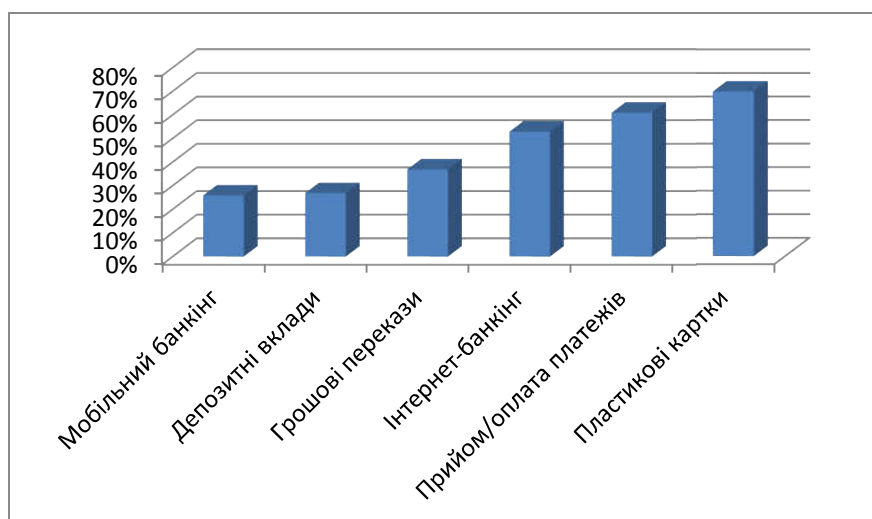


Рис. 2.6. Питома вага використовуваних банківські послуги в Інтернеті [50]

Переважно це молодь і люди середнього віку. Як правило, людям похилого віку даний вид послуг не цікавий і не зрозумілий.

Щорічно кількість користувачів інтернет – банкінгом в Україні зростає. Крім того, дуже затребуваною послугою у банківському секторі є дистанційне обслуговування. Послугами дистанційного обслуговування користується в Україні близько 70% юридичних осіб.

Корпоративним дистанційним обслуговуванням в Україні в 2020 році користувалося трохи більше 30% установ.

Як говорилося вище, за допомогою цифрових технологій яких співробітники банку можуть отримати дистанційно відомості про потенційні клієнтів, які організують ефективний документообіг, між банківськими підрозділами та клієнтами банку.

Так, наприклад, ПАТ «Приватбанк» на сьогодні пропонує для своїх клієнтів фізичних осіб «Мої вклади» (Додаток А, рис. А.1) [25]. У мобільному додатку «Мої вклади» доступні всі операції за вкладами, для здійснення яких раніше клієнту доводилося звертатися в банк. Клієнт банку може навіть закрити вклад, що відкривався дистанційно в цьому додатку, в Приват 24 або на сайті банку. Крім цього, клієнт може переглянути актуальні умови та процентні ставки за вкладами ПАТ «Приватбанку».

Додаток «Моя скарбничка» ПАТ «Приватбанку» передбачає як зазначено на сайті банку «Скарбничка» – це дуже зручний сервіс, яким користуються вже понад 9 мільйонів жителів України» [35]. Мобільний додаток для користувачів послуги «Скарбничка» дозволяє бачити, скільки грошей уже зібрано в «Скарбничці» (дод Б., рис. Б. 1). Доволі зручно налаштовувати умови накопичення, а також переглядати суми поповнення за місяць або півроку. Можна слідкувати за своїми накопиченнями, використовуючи мобільний додаток.

Для клієнтів банку інформацію про істотні характеристики послуги банківського вкладу «Скарбничка» представлено для клієнтів банку у спеціальному бюлетені-характеристиці вкладу (дод. В).

Кредитні продукти банку для фізичних та юридичних осіб ПАТ «Приватбанк» широко представлені на сайті банку, а також передбачають можливість подачі он-лайн заявки.

Доволі привабливим є сервіс від банку для фізичних осіб – Інтернет-картка. Це повністю віртуальна кредитна картка яка дозволяє купувати товари в мережі Інтернет. Основні функціональні можливості за даною формою цифрового кредиту від банку наступні [4]:

- Тип карток – Visa та Mastercard.
- Валюта картки – UAH, USD, EUR.
- Строк дії картки – 10 років.
- Картка миттєвого випуску.
- Інтернет-ліміт – екв. 6 000 доларів США (за замовчуванням).

Основними умовами використання картки є (дод. Д.).

Крім цього, ПАТ «Приватбанк» пропонує для своїх клієнтів фізичних осіб різноманітні методи і механізми платежів із використанням сучасних цифрових технологій (рис. 2.7)

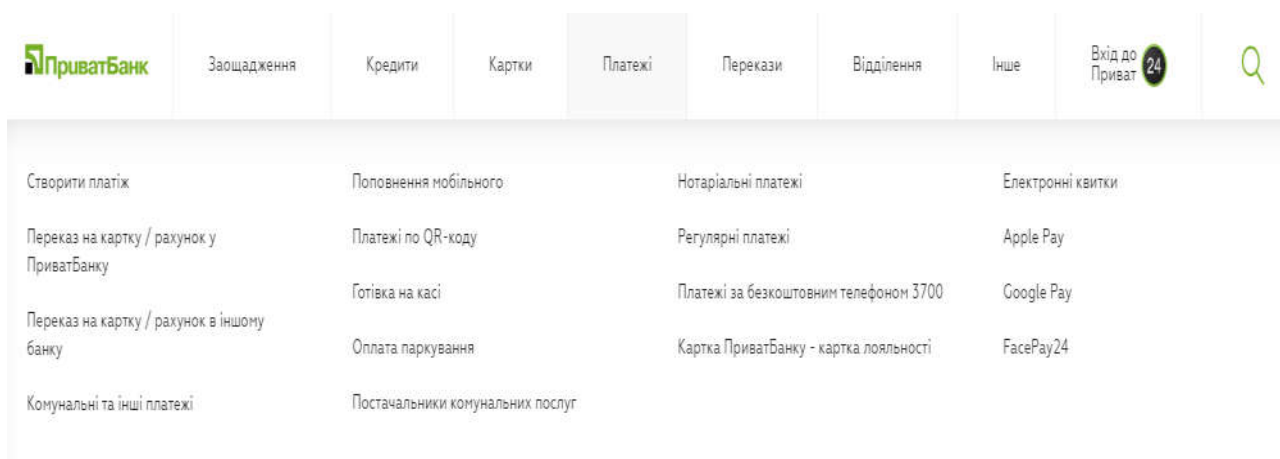


Рис. 2.7. Платежі для фізичних осіб від ПАТ «Приватбанк»

Основним видом он лайн послуг від банку на сьогодні залишається платформа «Приват 24». Ця платформа має багато функціональних можливостей для клієнта, а відтак, володіє високою споживчою цінністю,

зручністю та мобільністю. Клієнти банку через цю систему здійснити перекази, оплатити рахунки, оплати подорожі та послуги, сплатити податки, поповнити мобільні телефони тощо.

Для бізнесу від Приватбанку запропоновано подібні послуги відкриття депозитів та надання кредитів, однак доволі споживчо-привабливим є такі особливі цифрові послуги як:

- Он-лайн бухгалтерія;
- Paperless (електронний обмін документами);
- Подача електронної звітності;
- Інтеграція Приват24 та ПЗ «бухгалтерії».

Для Vip-клієнтів банк пропонує ряд онлайн послуг у подорожах, зокрема, оплата готелю, квитків, пошук інформації, віртуальні бізнес-зали, тощо.

Серед цифрових послуг Ощадбанку для клієнтів фізичних осіб у сфері кредитування банком пропонується доволі традиційний для банків онлайн калькулятор (рис.2.8)

## Звісно, порахуємо кредит!

Ціль

на нерухомість

Сума, грн

100 000

Авансовий внесок, %

10

Строк кредиту, міс.

12

Тип погашення

Класичний
  Ануїтет

Звісно, порахуємо кредит!

Для внутрішньо  
переміщених осіб

Щомісячний платіж      ставка по кредиту

8 410 грн      16%

Калькулятор розраховує приблизну суму. Для точного розрахунку надішліть заявку

НАДІСЛАТИ ЗАЯВКУ

Рис.2.8. Онлайн калькулятор від ПАТ «Ощадбанк» [28]

Доволі функціональним є мобільний додаток до смартфонів «Ощад24/7», який, як і його найближчий конкурент «Приват24» дозволяє здійснювати для клієнтів основні види банківських послуг. Інформація про цей додаток доволі широко висвітлена на сайті банку (рис.2.9). Інформацію подано у доступній формі із відео інструкцією про те як завантажити та користуватися додатком.

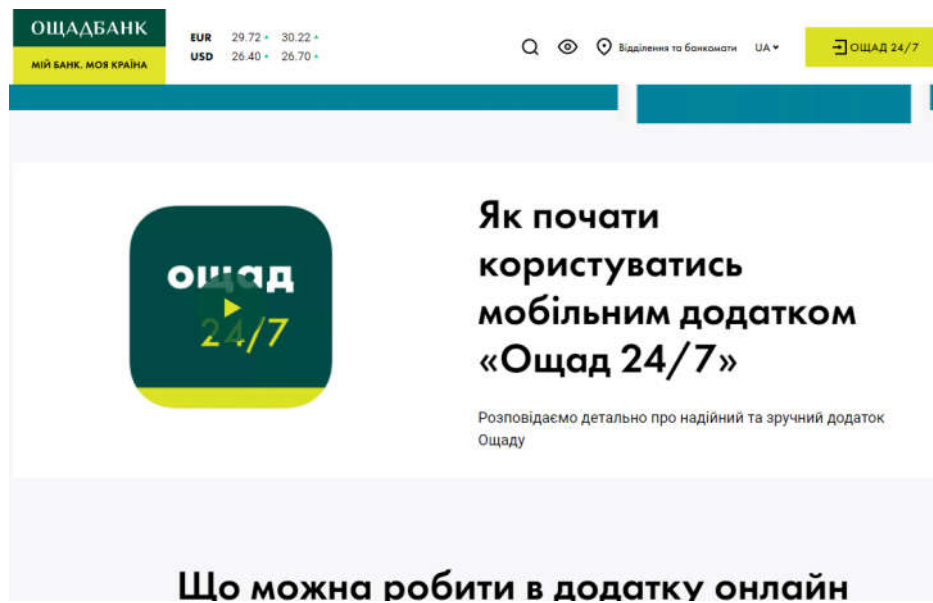


Рис. 2.9. Додаток «Ощад24/7» від ПАТ «Ощадбанк» [30]

Порівнюючи між цими двома державними банками, можна відзначити, що флагманом цифровізації банківського бізнесу в діяльності традиційних банківських установ залишається Приватбанк.

Доволі великої популярності в Україні набуває діяльність мобільних онлайн банків. За офіційними даними їх в Україні поки що три [13]. Серед них, лідируючі позиції має Monobank, також є Izibank та Sportbank. Такі банківські установи є повністю віртуальними без фізичних банківських відділень, персоналу, чи матеріальних активів. Клієнти таких банків через свої персональні комп'ютери, планшети чи смартфони можуть вільно скористатися основними банківськими послугами без необхідності

відвідувати банківські установи або заповнювати пакет документів. Саме такі банки на сьогодні займають лідируючі позиції у процесах цифровізації банківського бізнесу.

По кожній із позицій що відображають інтеграцію банківських установ у цифровий простір на сьогодні сформовано рейтинги. Кожен клієнт може ознайомитися із цим рейтингом та обрати для себе відповідну банківську установу (додаток Е рис.Е.1).

Таким чином, ефективний розвиток банківських установ у цифровій економіці можливий лише за наявності розвинених у них технологій, тому заходи щодо її стимулювання повинні бути сфокусовані на двох напрямках. Перше – інституційний напрям, а саме від держави та Національного банку, потрібна їх перебудова та модернізація для створення умови розвитку цифрової економіки (нормативне регулювання цифрових ринків та цифрового виробництва, підготовка кадрів з цифровими компетенціями тощо). Друге — технічна інфраструктура (мережі передачі даних, центри обробки даних, програмні (сервіси та ін.), створення якої вимагає не тільки значних зусиль від менеджменту банків, але й інвестицій.

### **2.3. Оцінка ризиків цифрового банкінгу як форми економічних відносин**

Слід зазначити, що, як і будь-яке інше масштабне явище, розвиток цифрової економіки пов'язано не тільки з позитивними наслідками, але і з різного роду ризиками та погрозами. Їхніми джерелами є два основні ефекти.

По-перше, це поява нових видів ризиків і загроз, властивих саме цифровим економіці та базуються на її технологічних особливостях. По-друге, при переході до цифрової економіки відбувається інституційна трансформація, яка сама по собі, незалежно від її причин і природи, є потужним дестабілізуючим фактором для сталого та успішного соціально-економічного розвитку.

Розглянемо деякі негативні наслідки розвитку цифрової економіки:

- зростання кіберзлочинності. Наприклад, за даними Microsoft, у першому кварталі 2017 р. 14,8% комп'ютерів в Україні зазнали впливу шкідливого програмного забезпечення (загалом у світі цей показник становив 9%);

- технологічна вразливість створеної цифрової інфраструктури. В якості Наприклад можна вказати згаданий т. з. блекаут у Венесуелі або ж характерні для великих міст ситуації масової евакуації машин через непрацюючий сервіс оплати парковок, повернення до «живої» черги при неполадках у системах електронних черг у державних установах та ін;

- швидке старіння техніки та, як наслідок, наявність проблеми її утилізації. Якщо проблема утилізації ядерних відходів перебуває у центрі громадського уваги та досить серйозного законодавчого регулювання, то проблема поводження з т. з. «електронними відходами» рідко піднімається [34]. Тим часом, за даних ООН, щороку у світі виробляється до 100 млн т «електронних відходів», не більше 20% цього обсягу переробляється відповідно до екологічних вимог. З розвитком цифрової економіки її екологічні небезпечні ефекти наростатимуть;

- зростання технологічної залежності від закордонних постачальників і, як наслідок, ослаблення технологічної та економічної безпеки як на рівні країни в цілому, так і окремих галузей та підприємств.

У розвитку інтернет-банкінгу та застосуванні цифрових технологій у банківській сфері особлива увага приділяється питанням управління ризиками та здійснення контролю відповідно до принципів та підходів, визначених органами державного управління. Основними цілями є впровадження перспективних технологій та послуг у галузі фінансів та інтернет-банкінгу, забезпечення ефективного функціонування інноваційних глобальних електронних проектів. Досягнення цих цілей дозволить розширити взаємодію банків, клієнтів, органів державного управління та комерційних організацій за допомогою електронних каналів комунікацій, а

процес зробити вчинення угод зробити прозорим та безпечним для всіх учасників.

Сьогодні більшість керівників банківського сектору України інвестують значні кошти та ресурси у цифровізацію фінансових послуг, вважаючи цей процес частиною довгострокової стратегії. Це означає, що дедалі більше нових технологій інтегруються у наше повсякденне життя. Мобільний та інтернет-банкінг, оплата за QR-кодами, швидкі перекази, платежі та інші інструменти стали звичайним явищем в Україні.

Тим не менше ми переконані, що коли справа стосується захисту та безпеки веб-серверів та мобільних додатків, далеко не всі лідери в галузі кібербезпеки у банківській сфері приділяють достатньо уваги цим дуже важливим та актуальним питанням. Так, багато банків нехтують базовими рекомендаціями щодо безпеки при налаштуванні своїх веб-серверів. В результаті навіть не використовуючи спеціалізоване програмне забезпечення, виявляються серйозні недоліки в системах безпеки банків. Більше того, багато з цих проблем не є чимось новим або вразливими. Навпаки, це давні та добре відомі проблеми в галузі кібербезпеки. Частина виявлених недоліків може здатися незначною. Однак слід нагадати, що в цій галузі немає малих і великих ризиків, а є просто банківські ризики.

Будь-яка з проблем може призвести до серйозніших наслідків і стати в результаті причиною витоку конфіденційних даних чи прямого розкрадання коштів.

Водночас у своїй практиці менеджмент банків стикається з такою проблемою, як недостатня обізнаність працівників банків у питаннях цифрової безпеки. Це показник слабкості існуючих політик галузі кібербезпеки та програм підвищення обізнаності співробітників щодо захисту інформаційних активів. Фактично одна необдуманна дія співробітника може поставити під загрозу дані всього банку та його клієнтів.

Проблему посилила криза, спричинена епідемією COVID-19, яка спричинила надзвичайний економічний тиск на багато організацій, у тому



числі і на банки. Тепер їм доводиться пристосовуватись до «нової норми». У зв'язку з тим, що значна кількість співробітників по-колишньому працює з дому, керівники банків змушені за будь-яку ціну підтримувати їхню працездатність. Однак якщо питанню забезпечення кібербезпеки не буде приділено достатньої уваги в їх тактичних і стратегічних планах, у короткостроковій перспективі такі банки можуть виявитися скомпрометованими.

Разом з тим, пандемія COVID-19 у 2020 році ще більше прискорила розвиток цифрових послуг, віддалених каналів та безконтактних платежів. Коли весь світ виявився замкнений по своїх будинках, у громадян не залишалося інших варіантів, окрім як вирішувати завдання віддалено через системи дистанційного обслуговування

Звичайно, в онлайн-банкінгу багато позитивних рис: швидкість, доступність, контроль банківських рахунків у час, не відвідуючи кредитну організацію. Наприклад, більшість банків використовують спеціальних чат-роботів чи голосових помічників.

Проте слід зазначити про ще існуючу проблему безпеки в банківських інтернет-технологіях. Банки та державні служби ведуть постійну боротьбу за забезпечення безпеки банківських операцій.

В Україні з початку 2021 року, у порівнянні з аналогічним періодом минулого року, кількість кіберзлочинів зросла на 25%. Херез перехід у 2020 році на роботу у форматі онлайн великої кількості громадян та компаній зросла кількість онлайн-шахрайств і відповідно звернень до кіберполіції [14].

Операції, здійснені без згоди клієнта з використанням електронних систем платежу (ЕСП), можна поділити на три типи:

- операції через банкомати, термінали;
- оплата товарів та послуг в Інтернеті;
- операції у системі дистанційного банківського обслуговування.

Слід зазначити, більшість транзакцій без згоди клієнта відбуваються зловмисниками з використанням методів соціальної інженерії (обман або

зловживання довірою) для отримання несанкціонованого прямого доступу до електронних платіжних засобів клієнта. Власників коштів також можуть схилити до самостійного здійснення переказів на користь шахраїв.

Слід зазначити, що хоча віддалені послуги (не тільки банківські, а й у багатьох інших сферах суспільства) широко поширені, все ще існує така група людей, яка не може користуватися віддаленими послугами через різні обставини. Мова йде про пенсіонерів або громадян похилого віку. У звичайних умовах такі люди бояться навіть використання пластикових карток і побоюються шахрайства з боку третіх осіб. При формулюванні заходів щодо вдосконалення дистанційного банківського обслуговування необхідно враховувати і цей фактор, тобто підвищувати рівень фінансових знань населення.

Сучасні умови розвитку інтернет-технологій свідчать про необхідності застосування дистанційного банківського обслуговування за допомогою вдосконалення мобільних додатків, обробки даних, формування зрозумілого банківського інтерфейсу, покращення систем безпеки від кібератак, індивідуального підходу обслуговування кожного клієнта.

В даний час актуально впровадження та використання маркетплейсу - електронного сервісу та фінансового супермаркету, де клієнти зможуть також отримувати послуги страховиків та інших фінансових організацій, порівнюючи якість та ціни фінансових послуг. Реалізація такого проекту посилить банківську конкуренцію.

Оцінка застосування дистанційно банківського обслуговування та контроль за безпекою та доступністю банківських операцій сприяють покращенню якості надання послуг, що забезпечує конкурентоспроможність банкам.

Ергономічність інтерфейсу, простота застосування, інформативність, системність є головними чинниками, які впливають використання цифрових технологій в банку.

Ми рекомендуємо розглядати ці параметри разом. Ці параметри особливо актуальні для нових послуг дистанційного банківського обслуговування.

На сьогоднішній день методи кібербезпеки перестали бути винятково реактивними. Тепер кібербезпека здатна не лише реагувати на інциденти, але й запобігати атакам до їх початку, застосовуючи різні технології та накопичені знання.

Тепер керівники з кібербезпеки сфокусовані не лише на технологіях, але на тісній співпраці з бізнес-командами, з метою посилення та підвищення стійкості організації загалом. Результатом такої взаємодії є готовність кібербезпеки боротися зі зловмисниками на рівних, даючи відсіч і відбиваючи атаки з небаченою раніше результативністю.

Нині такі здібності вкрай необхідні. Зміни бізнес-моделей спонукали багато організацій прискорити реалізацію програм цифровізації. Керівники та поради директорів компаній звертаються до директорів з інформаційної безпеки за допомогою у питаннях підвищення стійкості та створення цінності для бізнесу.

Технології також розвиваються, спрощуючи процеси кібербезпеки та інтегруючи її з бізнесом. Цифрові рішення створюють нові рівні захисту і дозволяють вести постійний автоматичний моніторинг систем для підбору більш простого та більш комплексного підходу до безпеки.

Менеджери з інформаційної безпеки запускають програми зі стратегічної трансформації кібербезпеки, які від них очікують на даний момент.

Нові часи також вимагають, щоб менеджери з інформаційної безпеки освоювали нові аспекти лідерства. На сьогодні у світі акціонери банківських установ бажають бачити менеджерів з інформаційної безпеки у ролі трансформаційного лідера або у ролі операційного лідера, тоді як в Україні пріоритет надається таким ролям як операційний лідер, а також експерт кіберстійкості [5].

Ці ролі охоплюють різні аспекти, і для їх виконання менеджери з інформаційної безпеки повинні накопичити різнобічний досвід та знання. Трансформаційний лідер з інформаційної безпеки керує багатofункціональними робочими групами, підбираючи відповідні стратегії у сфері забезпечення інформаційної безпеки та захисту персональних даних, забезпечуючи необхідні інвестиції, розробляючи оптимальні плани з урахуванням термінів та масштабів цих програм. Операційний лідер – це директор з інформаційної безпеки, який добре розуміється на бізнесі та технологіях і перед обличчям постійних та еволюціонуючих загроз здатний забезпечувати стабільну роботу систем із дотриманням належних вимог до безпеки та захисту персональних даних на рівні всієї організації та екосистеми в цілому.

Деякі директори з інформаційних технологій вже освоїли ці ролі та демонструють чотири якості, які найбільше цінуються керівництвом:

- стратегічне мислення;
- здатність брати на себе управління ризиками;
- лідерські навички;
- вміння розпізнавати та заохочувати інновації

Вказані вище та багато інших ризиків, загроз та проблем розвитку цифрової економіки вимагають вжиття заходів щодо їх нейтралізації. На жаль, зробити це швидко і виключно за рахунок ресурсів держави (якщо завдання розвитку цифрової економіки позиціонується як національно значуще) не можна. Потрібні комплексні зусилля з використанням як громадських, і приватних ресурсів. Серед першочергових завдань, що визначають напрями діяльності, на наш на думку, можна вказати:

1) стимулювання створення та розвитку банківського бізнесу, орієнтованого на цифрову економіку. Вже сьогодні в Україні працює низка компаній, які можуть бути визнані світовими лідерами у своїх сегментах цифрової економіки. Держава може надавати їм цільову підтримку: надавати гарантії щодо банківських кредитів, у тому числі — експортних,

компенсувати частину витрат на патентування, формувати цільові інвестиційні фонди, надавати підтримку через механізм держзакупівель тощо;

2) додаткова підтримка малого та середнього бізнесу у сфері створення цифрових технологій, платформ, надання цифрових послуг. Цього можна досягти, наприклад, наданням певних пільг відповідним компаніям (наприклад, щодо страхових виплат або податкових внесків), що розробляє цифрові технології, створенням здорової конкуренції між такими компаніями, забезпечуючи їх замовленнями та стандартами, яким повинен відповідати кінцевий продукт;

3) формування та масштабування цифрових платформ для основних сфер економіки. Зараз в Україні та багатьох інших країнах існують портали надання державних та муніципальних послуг, платформи для проведення платежів, відбувається перехід податкових органів на прийом електронної звітності, йде впровадження застосування пластикових карток для соціальних виплат і т. д. Слід зазначити, що в Україні є суттєві проблеми, пов'язані з впровадженням інформаційних в органах місцевого самоврядування. Вирішити ці проблеми самі муніципалітети, з урахуванням дотаційності їх більшості, не в стані, потрібна спеціальна підтримка їх цифровізації з боку регіональних і федеральних властей;

4) збільшення обсягів підготовки ІТ-фахівців;

5) формування галузевих, регіональних та загальнодержавних систем забезпечення кібербезпеки. Зокрема, необхідно доопрацювати законодавство щодо боротьби з кіберзлочинністю, створити підрозділи захисту в правоохоронних органах, розробити захищені технологічні рішення, забезпечити взаємодію між усіма учасниками глобальної цифрової економіки. При цьому слід пам'ятати, що забезпечення безпеки не має гальмувати зростання та розвиток технологій. Слід посилити між країну інформаційний обмін у сфері забезпечення кібербезпеки.

Підвищення рівня захисту глобальної фінансової системи є в основному організаційним завданням. Зусилля щодо зміцнення засобів захисту та посилення регулювання мають важливе значення, але цього недостатньо, щоб випередити зростаючі ризики. На відміну від багатьох секторів, більша частина спільноти сфери фінансових послуг не відчуває нестачі ресурсів або можливостей для запровадження технічних рішень. Головним питанням є проблема колективних дій: який оптимальний спосіб організувати захист системи в урядах країн, органах фінансового регулювання та галузі, та яким чином забезпечити дієве та ефективне використання цих ресурсів.

Нинішня фрагментація зацікавлених сторін та ініціатив частково зумовлена особливими аспектами та мінливим характером кіберризиків. Різні спільноти діють розрізнено і вирішують цю проблему через своїх відповідних мандатів. Спільнота органів фінансового нагляду зосереджено на стійкості, дипломатів — на нормах поведінки держави, відомств національної безпеки — на спробах стримування зловмисної діяльності, керівництва галузі — на ризиках, специфічних для компаній, а не цього сектора. По мірі того як межі між компаніями сфери фінансових послуг та фірмами галузі ІТ будуть ставати все більше нечіткими, межі відповідальності за безпеку також ставатимуть все більш розмитими.

Найбільше значно проявляється невідповідність між фінансовим сектором, сферою національної безпеки та дипломатичним співтовариством. Органи фінансового регулювання стикаються з особливими ризиками, пов'язаними з кіберзагрозами, проте їхні стосунки з відомствами з національної безпеки, які мають бути задіяні для ефективного подолання цих загроз, залишаються слабкими. Цей розрив відповідальності та невизначеність, що зберігається, щодо функцій і мандатів із захисту глобальної фінансової системи підвищують ризики.

Така невизначеність частково зумовлена нинішнім геополітичним кліматом та високими рівнями недовіри, що перешкоджає міжнародній

взаємодії співтовариства. Співпраця у сфері кібербезпеки утруднено, фрагментовано та часто обмежується найвужчими колами довіри, оскільки торкається чутливих питань рівності у сфері національної безпеки. Міжнародна співпраця за участю багатьох зацікавлених сторін не плюс, а потреба.

## **Висновок до розділу 2**

Успішна стратегія digital-маркетингу сприяє розвитку бізнесу та має вирішальне значення для компанії. Цифровий маркетинг походить від класичного Інтернет-маркетингу і поєднує нові цифрові канали зв'язку і досить широкий спектр можливостей просування банківських бізнес-процесів, оскільки він охоплює весь інструментарій Інтернет-маркетингу: контент-маркетинг, SMM, Email-маркетинг, таргетовану рекламу в соціальних мережах, медійну аудіо та відео-рекламу.

Банківські послуги як невід'ємний елемент сучасного суспільства, еволюціонують разом із загальним науково-технічним прогресом. Розповсюдження Інтернет-банкінгу в Україні пов'язано з багатьма об'єктивними причинами і поступово нарощує обсяги послуг.

Таким чином, цифрова трансформація в банківському секторі України передбачає налагодження нових каналів маркетингових комунікацій шляхом формування фінтех екосистеми, адаптованої до глобальних вимог «Цифрові фінанси 4.0», яка ґрунтується на створенні відкритих платформ з інтегрованими послугами для клієнтів у форматі ВааS (вбудоване фінансування) та вдосконаленні цифрової та фінансової грамотності населення. З іншого боку, впровадження нових каналів маркетингових комунікацій одночасно вимагає посилення рівня інформаційної безпеки.

Відтак слід зазначити, що цифрова трансформація маркетингових комунікацій банківського сектора відбувається тому, що банкам це необхідно, щоб вижити в сучасних умовах конкуренції. Сьогодні на ринку

зріс попит на ефективні цифрові технології для бізнесу, і банківський сектор зобов'язаний здійснювати поступальний рух у даному напрямку, щоб забезпечити та нарощувати економічну ефективність своєї діяльності як цифрового лідера.

Однак, ми переконані, що такі доволі незначні темпи розвитку і впровадження сучасних інформаційних технологій у сфері платежів і розрахунків не лише гальмують реалізацію загальної стратегії інноваційного розвитку фінансового сектору України, але стають є серйозним бар'єром у інтеграційних прагненнях України та водночас чинником зниження конкурентоздатності для банківської системи України, як основного банківської системи України.

Учасникам фінансового ринку України необхідно прийняти реальність: кібербезпека охоплює всі аспекти бізнесу та суспільства. Її необхідно розглядати як сполучну нитку, здатну об'єднати організацію, її клієнтів, постачальників та професійні спільноти, та інтегрувати у всі аспекти діяльності та управлінські рішення, які керівництво банків приймає щодня.

Незважаючи на те, що цифрова інфраструктура все ширша використовується у глобальній фінансовій системі, неясно, хто є відповідальним за захист цієї системи від кібератак. Почасти це обумовлено умовами, що швидко змінюються. Якщо не буде вжито спеціальних заходів, глобальна фінансова система все більше ставатиме вразливою в умовах, коли інновації, конкуренція та пандемія надалі стимулюватимуть цифрову революцію.

Багато зловмисників зосереджено на отриманні грошей, але при цьому зростає кількість суто дестабілізуючих та руйнівних атак; крім того, ті, хто вміють робити крадіжки, також дізнаються про мережу та операції фінансової системи, що дозволяє їм надалі робити більш дестабілізуючі та руйнівні атаки (або продавати ці знання та можливості іншим). Ця швидка еволюція ландшафту ризиків послаблює здатність приймати у відповідь заходи в іншому зрілої та добре регульованої системи.



## РОЗДІЛ 3

### ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

#### 3.1. Міжнародний досвід діяльності банківських установ в сфері цифрових технологій

Історія розвитку цифрового банкінг доволі тісно пов'язана із загальноекономічними цифровими трансформаційними процесами у функціонуванні банківських систем країн, що спостерігалось в середині ХХ століття.

Винайдення перших комп'ютерів та інформаційних гаджетів, створення нових обчислювальних машин спричинило пошук нових способів взаємодії між фінансово-кредитними установами та їх клієнтами з метою підвищення якості надання фінансових послуг.

З огляду на це, у «1967 р. найбільшим британським банком Barclays був встановлений перший банкомат, за допомогою якого можна було отримати готівку лише в обмін на ваучер» [7, с. 104–109.]. Через два роки в «США був представлений банкомат «Docuteller», який був встановлений американським банком Chemical Bank у Нью-Йорку» [26, с. 84-87]. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, а також, банківська конкуренція сприяли вдосконаленню банкоматів. «У 1972 р. британський банк Lloyds у партнерстві з одним із лідерів у сфері високих технологій – компанією IBM, розробили власний банкомат «Cashpoint», що став сучасним банкоматом який використовував картку з магнітною смугою» [41].

Саме такі нововведення були достатньо швидко впроваджені іншими банківськими установами в світі, що значно спростило для банківських клієнтів процедуру отримання готівкових коштів.

Впровадження дистанційного банківського обслуговування на базі цифрових технологій розпочалось на початку 1980-х років. Так, у 1981 році

такими американськими банками, як Citibank, Chase Manhattan, Chemical, Manufacturers Hanover було запропоновано послугу так званого «домашнього банкінг» – «home-banking» з використанням цифрової системи videotex, що давала змогу клієнту перевіряти свої банківські рахунки дистанційно за допомогою клавіатури персонального комп'ютера, екрана й телефонного зв'язку.

«У 1983 р. британський банк Bank of Scotland запустив таку першу послугу, отримавши назву Homelink, для клієнтів будівельного товариства Nottingham Building Society (NBS), що значно розширило можливості та дозволило клієнтам банків переглядати свої виписки з рахунків, погоджувати кредити та здійснювати покупки дистанційно» [54, с. 672-677.].

В кінці 1980-х років банки почали пропонувати так званий «телебанкінг» із використанням телефонів. Першим запропонував послугу телефонного банкінгу «Telescare» британський банк Girobank у 1986 р., який до 1993 р. мав більше як один мільйон клієнтів, що здійснювали близько 100 тис. дзвінків на тиждень. Тематикою цих дзвінків були і загальні запити, а також домовленості про позику.

Щоб зберегти свою частку на ринку інші банки, що були потенційними конкурентами, також почали впроваджувати телефонний банкінг. Вперше як телефонний банк розпочав свою роботу британський банк FirstDirect ще 1989 році. Це система комп'ютеризованого телефонного банкінгу, що дозволяла клієнтам спілкуватися з персоналом цілодобово. «Операції проводились телефоном, а документи надсилались поштою, грошові операції здійснювались через відділення банку Midland Bank» [55].

У Швеції банк Nordbanken зпропонував телефонний банкінг у вигляді Plus Direkt (Nordbanken Direkt). Це персональна автоматична система, що дозволяла за допомогою телефону ідентифікувати клієнта. «Після набору номера Plus Direkt клієнт вводив свій особистий номер, що був номером поточного рахунку в банку, а також чотиризначний PIN-код, що давав доступ

для перевірки балансу на банківському рахунку, переказу коштів між власними рахунками та інших банківських послуг» [61].

Із появою мережі Інтернет в 1990-х роках банки почали розширювати асортимент своїх фінансових продуктів. Розвиток ІТ-технологій сприяло значній активізації банківськими установами системи продаж власних послуг через мережу Інтернет.

Так виник ще один напрям банківської діяльності – інтернет-банкінг. «У 1994 р. у США Stanford Federal Credit Union стала першою фінансовою установою, що почала надавати такі послуги своїм членам, а через рік американський банк Wells Fargo запропонував своїм клієнтам доступ до своїх рахунків через мережу Інтернет» [62, с. 91].

«У Швеції інтернет-банкінг почав розвиватися у 1995 році, коли ощадний банк Sparbanken Finn запропонував послуги електронного банкінгу, запровадивши інтернет-банкінг для приватних клієнтів» [64].

Потреба серед клієнтів у функціональних можливостях інтернет-банкінгу почала зростати особливо після початку діяльності віртуальних банків. У 1995 р. в США був створений перший у світі такий банк – Security First Network Bank (SFNB). Його виникнення частково було зумовлено певними обмеженнями на відкриття банками філій в інших штатах США.

«В Європі першим віртуальним банком був Advance Bank, дочірня структура Dresdner Bank. Такий банк розпочав свою діяльність у 1996 р.» [65, с. 55-58.].

На сьогодні, у світі (в тому числі і в Україні), функціонують т. з «монобанки». Ці банки є віртуальними банками, що використовуючи можливості швидкісного Інтернету, а також наявність практично в кожній людини смартфона, запропонували певні нові механізми здійснення платежів та отримання багатьох інших банківських послуг.

З кінця 1990-х років бере свій початок т. з «мобільний-банкінг». «Ще 1999 р. німецька компанія Paybox у співпраці з Deutsche Bank розробили перші послуги. Пізніше такі цифрові банківські послуги були запроваджені

на ринках інших розвинутих країн (Німеччині, Австрії, Великобританії, Швеції та Іспанії)» [52, с. 148-157].

«У 1999 р. фінський банк Nordea запустив портал WAP Solo, за допомогою якого клієнти мали змогу платити рахунки, перевіряти залишки або торгувати акціями зі своїх мобільних телефонів» [65].

Виникнення так званих «розумних телефонів», зокрема смартфонів на основі використання інформаційних систем Android та Ios, сприяло розвитку цього мобільного банкінг. Розпочалася активна розробка спеціальних мобільних додатків.

Такий механізм надання банківських послуг не лише спростив доступ клієнтів до власних рахунків, а й дозволив значно спростити сам процес розрахунку клієнтів банку.

Еволюційно у процесі розвитку сфери фінансових послуг сформувались окремі форми т. з. «електронного банкінг», зокрема це послуги, що пов'язані із розрахунками за допомогою банківських карток, використання банкоматів, терміналів самообслуговування та POS-терміналів. Сюди також можна віднести і послуги, що надаються за допомогою використання мережі Інтернет, тобто internet-banking. Крім цього, це послуги, що надаються за допомогою мобільних засобів.

На даний час цифровий банкінг, вже є невід'ємною складовою розвитку усієї сфери фінансово-кредитних послуг, оскільки для цих послуг притаманні певні переваги, якими не володіють традиційні способи продажу банківських і небанківських продуктів.

З іншого боку, у світі існує також певні загрози, що стримують подальшу активну розбудову e-banking, як у світі так і в Україні (табл. 3.1).

Світові фінансові установи досить швидко почали опановувати сучасні фінансові інновації і комунікаційні засоби. Саме тому, на даний момент складно собі уявити роботу будь-якого світового банку без мережі Інтернет.

Таблиця 3.1

### Цифровий банкінг для клієнтів та банків

	<b>Переваги цифрового банкінгу</b>	<b>Недоліки цифрового банкінгу</b>
<b>Для клієнтів банку</b>	Економія часу, тобто процес здійснення операцій не вимагатиме прямої взаємодії з банками. Висока зручність використання за допомогою персонального комп'ютера, планшета, смартфона. Висока швидкість проведення трансакцій та постійний доступ до інформації. Зниження витрат на обслуговування та багатофункціональність.	Високий ризик перенавантаження системи, а також наявність технічних складнощів при здійсненні трансакцій. Значна залежність від якісної мережі та швидкості Інтернет. Неможливість здійснення платежів без персонального комп'ютера та інших гаджетів. Незаконне отримання персональних даних іншими особами. Ризик кібер-шахрайства та можливості втрати грошей.
<b>Для банку</b>	Зниження витрат на утримання персоналу, що не вимагає значного розширення відділень. Зростання операційних доходів банку. Зростання рівня реалізації різних банківських послуг та підвищення рівня конкурентоздатності.	Вимагає постійної фінансової підтримки для оновлення програмного забезпечення та наявності кваліфікованих спеціалістів в сфері ІТ. Значні ризики можливих кібератак на інформаційні системи банку. Залежність від якості мережі Інтернет.

На сьогодні, доволі перспективним напрямом діяльності для фінансових установ є інтернет-банкінг та мобільний банкінг у смартфоні, що став невід'ємним засобом комунікації в житті клієнтів. Розглянемо динаміку частки населення в Європейському Союзі, що користуються можливостями цифрового банкінг (табл. 3.2).

Як видно з таблиці 3.2 більше ніж половина жителів Європейського Союзу (54 %), використовують можливості інтернет-банкінгу і цей показник постійно зростає.

Серед країн-учасниць Європейського Союзу можливості цифрового банкінгу найбільш поширені у Данії та Нідерландах, а також, у північній частині Європи, лідирують Фінляндія, Швеція. Серед країн Балтії послуга інтернет-банкінгу поширена в Естонії, де фінансово-кредитні установи пропонують громадянам значний спектр різноманітних послуг цифрових послуг.

Таблиця 3.2

**Частка населення в ЄС, що користувалися можливостями цифрового банкінгу, %\***

Країна	2009	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ЄС: 28 країн	29	32	36	36	40	42	44	46	49	51	54
Бельгія	39	46	51	54	56	58	61	62	64	67	69
Болгарія	2	2	2	3	4	5	5	5	4	5	7
Чехія	14	18	23	30	35	41	46	48	51	57	62
Данія	61	66	71	75	79	82	84	85	88	90	89
Німеччина	38	41	43	45	45	47	49	51	53	56	59
Естонія	55	62	65	68	68	72	77	81	79	79	80
Франція	40	43	50	51	54	58	58	58	59	62	63
Нідерланди	69	73	77	79	80	82	83	85	85	89	89
Австрія	34	35	38	44	45	49	48	51	53	57	58
Польща	17	21	25	27	32	32	33	31	39	40	44
Румунія	2	2	3	4	3	4	4	5	5	7	7
Фінляндія	72	72	76	79	82	84	86	86	86	87	89
Швеція	65	71	75	78	79	82	82	80	83	86	84
Великобританія	38	45	45	45	52	54	57	58	64	68	74

\*Примітка. Побудовано за даними сайту [68]

Відповідно до даних, найменша частка користувачів інтернет-банкінгу зафіксована у Болгарії та Румунії. Достатньо високий рівень використання можливостей цифрового банкінгу обумовлюється, насамперед, активним розвитком цифрових інновацій та інформаційних технологій. Саме це, підтверджується даними індексу цифрової економіки та суспільства (DESI). «Для таких країн, як Данія, Швеція, Фінляндія та Нідерланди притаманний більш високий рівень розвитку цифрових технологій, ніж для Греції, Румунії та Болгарії [36].

Необхідно, також зазначити, що банківська інформаційна система, як система, яка функціонує на основі сучасних ІТ-технологій та інших технічних засобів, повинна забезпечити усі процеси збору, реєстрації, передачі, обробки, збереження та актуалізації даних для розв'язання завдань банківською діяльністю.

На сьогодні, однією з таких систем є система переказів SWIFT. Ця створена мережа забезпечує як оперативне зберігання, так і пересилання

банківських документів різного типу між банківськими установами, підключеними до мережі SWIFT.

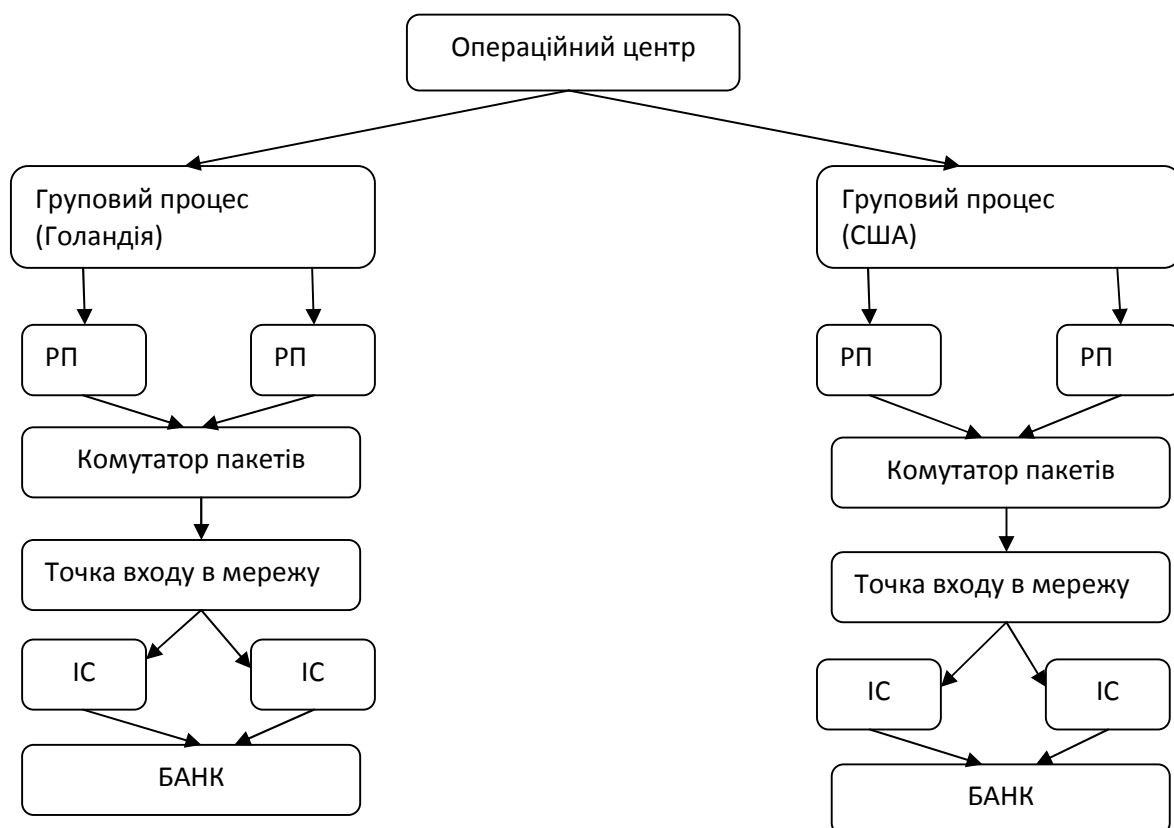
Однак це не забезпечує виконання жодних розрахункових чи інших операцій щодо обробки банківських повідомлень. Головною ж метою створення SWIFT та її базова функція полягає у забезпеченні користувачам цілодобової (принцип 24/7) високошвидкісної передачі фінансових даних за умови високого рівня контролю даних і захисту від несанкціонованого доступу або кібератаки.

Дані передаються мережею шляхом т. з. «пакетної комутації» у вигляді структурованих інформаційних повідомлень. Кожне з цих повідомлень, може бути призначене для виконання певної фінансової операції банку. Для кожного підключеного інформаційного вузла, мережа забезпечує індивідуальне підтвердження щодо прийняття повідомлення та його інформаційної обробки.

На сьогодні, система SWIFT являє собою глобальну інформаційно-фінансову мережу на основі комп'ютерних центрів, з'єднаних різноманітними каналами зв'язку. Основні комп'ютерні інформаційні центри розташовані у США та Голландії. Такі центри пов'язані з регіональними серверами, що встановлюються в країнах, які під'єднанні до системи SWIFT.

Повідомлення від банку-відправника надходить через спеціальний модем по відповідних інформаційних каналах (комутованих або виділених телефонних лініях) у регіональний серверах. Певну відповідальність за передачу інформації до регіонального серверів несе банк-відправник повідомлення.

У регіональному центрі системи SWIFT повідомлення перевіряються на відповідність стандартам, накопичуються, шифруються і передаються за призначенням. Структура мережі SWIFT має два рівні (рис. 3.1) [20].



**Рис.3.1. Структура системи SWIFT**

На першому рівні система містить два т. з. «Операційні центри», один з яких розташований у США, а інший – у Голландії.

Відповідно, другий рівень формують т.з. «Регіональні процесори» (РП), що розміщені у більшості країн, банки яких приєднані до системи, зокрема Україна підключена до Австрійського РП.

З рис. 3.1 бачимо, що «Операційні центри» (ОЦ) становлять ядро мережі, оскільки вони з'єднані каналами зв'язку між собою і відповідними «Регіональними процесорами». Користувачі банківських послуг з'єднуються з РП по виділених каналах зв'язку.

Кожен РП відіграє своєрідну роль концентратора інформаційних повідомлень, через який дані передають в ОЦ. Сьогодні ця система об'єднує понад 11 тисяч банків, фінансових установ та корпорацій у більш ніж 200 країнах світу та територіях і, таким чином, є світовим монополістом у наданні електронних фінансових послуг.



Так згідно із законодавством Бельгії компанією володіють та контролюють її діяльність акціонери, зокрема фінансові установи, що представляють близько 3500 фірм в світі. «Як стратегічний міжнародний постачальник фінансових повідомлень для світової фінансової індустрії SWIFT підпорядковується центральним банкам країн G-10: Бельгії, Канаді, Франції, Німеччині, Італії, Японії, Нідерландам, Великобританії, США, Швейцарії та Швеції, а також європейському Центробанку» [45].

Із збільшенням популярності смартфонів як каналу доступу в мережі Інтернет і як інструменту для здійснення платежів обумовлює необхідність адаптованого мобільного додатку для Windows, iOS і Android, а також можливість для використання розрахунків за наявності NFC-модуля.

Відтак, сучасний мобільний телефон уже давно перестав бути лише засобом комунікації та зв'язку. На сьогодні це скарбничка різноманітного контенту, у тому числі й фінансового. Саме тому з кожним роком все важче розмежувати відмінності між типами і кількістю фінансових операцій, які доступні по мобільному зв'язку та веббанкінгу. Доволі популярним трендом у світі для Інтернет-банкінгу є розширення можливостей щодо отримання державних послуг без фізичного відвідування держустанов за допомогою BankID, а також, за допомогою Інтернет-порталу і свого банку.

Саме тому, питання використання ІТ-технологій стають надзвичайно актуальними та важливими для подальшого розвитку економіки країн світу. Нині уряди держав намагаються створити якомога більш сприятливі умови для цифровізації та інформаційних інновацій у різних сферах господарства.

Саме це загалом сприяє побудові нових типів економіки – цифрової та інформаційної економіки. А тому, інформаційні технології нині уже пронизують більшу частину сфер життєдіяльності сучасної людини, а також, активно розвиваються й у фінансовій системі.

На сьогодні, банківські установи відіграють визначальну роль у розвитку цифрової економіки. В банківській сфері спостерігається доволі високий рівень конкуренції між різними типами фінансових установ так як

асортимент їхніх фінансових послуг є доволі типовими, і вони можуть конкурувати між собою тільки лише завдяки зростанню якості надання фінансових послуг, а також, впровадження новітніх технологій обслуговування своїх клієнтів.

Така ситуація обумовлює значну зацікавленість банківських установ у розробці і реалізації нових фінансових технологій, які б сприяли підвищенню ефективності роботи самих банківських установ і забезпечували б зростання якості обслуговування банківських клієнтів. На сьогодні ці установи активно інвестують власні кошти в розробку передових фінансових технологій, до яких можна віднести й інтернет-банкінг.

### **3.2. Напрями вдосконалення діяльності вітчизняних банківських установ під впливом цифровізації економіки**

Людство ніколи ще настільки ретельно не фіксувало свою життєдіяльність. Розумний годинник вимірює наш пульс в режимі реального часу, щоб віддалений штучний інтелект (II) оцінював ризики серцевого захворювання.

Bluetooth та GPS відстежують, як деякі з нас роблять покупки в магазинах делікатесів і затримуються перед полицями із цукерками. Інформація про наші лайки та час перегляду сторінок у соціальних мережах збирається для прогнозування нашого кредитного ризику.

Наші пошукові запити на торгових платформах пропусकाються через системи обробки текстів природною мовою для створення унікальної цільової реклами, чий невидимі пута перебудовують наші смаки та звички.

Формування та збирання даних про окремих людей стали значною частиною сучасної цифрової економіки. І це має величезну цінність. Аналіз великих даних та аналітичні послуги використовуються в дослідженнях та розробках, що підвищують продуктивність діяльності банківських установ. Вони можуть розширити доступ до фінансових послуг.

Для прикладу, під час пандемії дані про переміщення населення всієї країни в режимі реального часу повідомляли директивним органам про вплив режиму самоізоляції. Застосовувалися програми для відстеження контактів надсилали повідомлення людям, які побували у потенційно небезпечній близькості від людей, заражених COVID-19.

Але саме тоді коли дані допомагали урядовим організаціям стежити за пандемією COVID-19, пристосовуватися до нього та приймати заходи у відповідь, пандемія поставила в центр уваги дві основні проблеми, пов'язані з тим, яким чином дані потрапляють у світову економіку.

«По-перше, інформаційна економіка непрозора і не завжди поважає недоторканність особистого життя. По-друге, дані зберігаються у приватних сховищах, що скорочує їхню цінність як суспільного блага» [9, с.3-13].

Коли GPS, мікрофони та датчики прискорення в розумних пристроях, що знаходяться в кожній кишені та на кожній тумбочці та кухонній стійці, починають відстежувати нашу поведінку та стан навколишнього середовища, куди надходять ці дані? В більшості країн їх збором, обробкою та перепродажем займається будь хто, хто здатний їх одержати.

Згода користувача теж надто часто надається шляхом проставлення позначки у квадратику під довгим текстом, набраним дрібним шрифтом і містить передбачену законом інформацію, що навряд чи забезпечує справді поінформовану згоду. Саме, аналіз, що заснований на таких детальних даних, дає можливість впливати на поведінку та має величезну комерційну цінність.

Споживачі натомість отримують безліч приємних функцій, у яких використовуються дані, без прямих фінансових витрат. Але чи одержують вони достатньо переваг?

Більшість операцій із використанням особистих даних проводяться без відома користувачів, які, мабуть, навіть не знають про їх проведення, не кажучи вже про те, що вони надали на це свою згоду. Це призводить до утворення того, що називається в економіці зовнішнім ефектом: під час

обміну даними не повністю враховуються наслідки порушення недоторканності особистого життя.

Внаслідок цього непрозорість ринку, ймовірно, призводить до збору занадто великого обсягу даних за занадто незначною участю індивідів у розподілі прибутку. Так, наприклад, погоджуючись встановити програму з прогнозом погоди і дозволивши йому автоматичне визначення міста, люди можуть несвідомо дозволити розробнику програми постійно відстежувати своє точне місцезнаходження.

Користувачі, які підписуються на прогноз погоди за допомогою хитрого інтерфейсу, погоджуються надавати дані про своє місце розташування, вважаючи, що це потрібно лише для забезпечення повної функціональності програми. Але фактично вони надають повний звіт про свій режим дня, маршрут поїздок та соціальної активності. Розробникам синоптичного додатка, можливо, так і не вдасться точніше прогнозувати дощ, але вони можуть у результаті забезпечити більше точний прогноз кредитоспроможності користувача в порівнянні з оцінками, що складаються традиційними кредитними бюро.

Дослідники запротоколювали так званий «парадокс недоторканності особистого життя». Коли людей просять оцінити недоторканність своєї особистої життя в опитуваннях, вони часто надають їй дуже високу значимість. Але в повсякденному житті ті ж люди часто готові розголошувати суворо конфіденційні дані, одержуючи чаю мало натомість.

Цей парадокс мав би стати доброю звісткою для додатків, які відстежують контакти, ефективність яких залежить від використання [43].

На жаль, у багатьох країнах, де використання цих інструментів є добровільним, кількість користувачів зростає вкрай повільно. На сьогодні є багато причин того, що люди готові передавати дані про своє місцезнаходження в обмін на прогноз погоди, але не діляться ними, щоб захистити своє здоров'я і одночасно допомогти у боротьбі зі світовою пандемією, забрало життя понад 2 мільйони людей. Одна з таких можливих

причин полягає в тому, що, на відміну від розробників синоптичних погодних додатків, державні органи охорони здоров'я розробили свої додатки для відстеження контактів, щоб відкрито заявити про те, як вони здійснюватимуть збір та використання даних, а це викликає занепокоєння питаннями недоторканного особистого життя.

Ще одна причина полягає в тому, що надання державним органам дозволу об'єднувати дані про місцезнаходження з даними про діагностику захворювань можна вважати особливо делікатним питанням. Все-таки поінформованість про наявність у когось хронічних захворювань може призвести до позбавлення його доступу до ринків страхування в майбутньому або відкрити шлях для інших форм відторгнення або дискримінації.

Дані, створювані нашими розумними пристроями, по суті є «приватним благом, що належить технологічним компаніям-гігантам, які заправляють соціальними мережами, мережевими продажами та пошуковими механізмами. Враховуючи високу цінність цих даних, не дивно, що компанії вважають за краще ні з ким ними не ділитися» [43].

У міру того як нові дані покращують аналіз, що, у свою чергу, забезпечує зростання кількості користувачів, обсягу даних і прибутку, ці бази даних, що роздулися зміцнюють їх мережеві платформи і внаслідок чого задушують конкуренцію.

Ця модель типу «знахідка належить тому, хто знайшов» зазвичай призводить до збору занадто великої кількості даних, але ці дані, перебуваючи у приватних сховищах, також недостатньо використовуються саме тоді, коли можуть бути найбільш корисними, і суспільний попит залишається незадоволеним. Обмін даними може сприяти розвитку нових технологій, у тому числі в галузі медико-біологічних наук. Варто задуматися, як епідеміологічні дослідження нових лікарських препаратів можуть виграти від збільшення масштабів аналізу великих даних.

Один дослідник, що аналізує досвід пацієнтів у своїй країні, це непогано для початку, але він не може зрівнятися з роботою безлічі дослідників, які працюють спільно і враховують досвід набагато більшої кількості пацієнтів з усього світу, — саме в цьому запорука успіху низки транскордонних спільних проєктів. Відтак, виникає питання, як зробити так, щоб дані стали більше нагадувати суспільне благо? Комерційні інтереси та стимули для інновацій повинні врівноважуватися необхідністю формування суспільної довіри шляхом захисту недоторканності особистого життя та етичних принципів. Для початку було б добре мати чіткіші правила, що регулюють інформаційну економіку. Наприклад, введення в Європі у 2018 році Загального регламенту захисту даних (ГРЗД), який уточнював ряд прав та обов'язків, що регулюють інформаційну економіку, що принесло значні переваги [22].

Резиденти ЄС тепер мають право на доступ до своїх даних та право обмежувати їх обробку, та недотримання цих прав карається дедалі вищими штрафами. Але навіть хоча дослідники і починають помічати їх вплив на цифрову економіку, зберігається стурбованість тим, як здійснювати ці права на практиці та не дозволити їм як і раніше зводитись до проставлення позначки в квадратіку.

Люди мають більше можливостей контролювати свої особисті дані. Існують аргументи на користь створення баз даних загального користування (можливо, на базі кредитних реєстрів), які б забезпечували баланс між суспільними потребами та особистими правами. Варто відзначити, можливість незалежного агентства, що відповідає за збір та анонімізацію певних категорій особистих даних, які потім можуть надаватися для аналізу за умови згоди заінтересованих сторін. Напрями використання можуть охоплювати відстеження контактів для боротьби з пандеміями, покращення макроекономічних прогнозів та протидія відмиванню грошей та фінансуванню тероризму.

Заходи державної політики також можуть допомогти споживачам не стати заручниками окремих екосистем, тим самим сприяючи ринковій змагальності та конкуренції. Запропоновані Європейським союзом наприкінці 2020 року проекти Закону про цифрові ринки та Закону про цифрові послуги містять багато нових особливостей.

До них належать вимоги операційної сумісності у певних ситуаціях із сторонніми системами. Для «шлюзових контролерів» технологічних гігантів, включаючи соціальні мережі та електронні торгові майданчики, та зусилля щодо полегшення їх користувачам перенесення своїх даних на різні платформи.

Заходи політики також відіграють роль у забезпеченні захисту даних від кібератак. Окрема компанія не пропускає через себе всю шкоду для суспільної довіри у всій системі при витоку даних своїх клієнтів і тому може інвестувати в кібербезпеку менше, ніж потрібно для захист громадських інтересів. Ця проблема викликає особливе занепокоєння у фінансовій системі, де збереження суспільної довіри життєво необхідне. Саме тому надійна інфраструктура, стандарти кібербезпеки та регулювання є найважливішими опорами політики банківського обслуговування у відкритому форматі. На озброєння багатьма країнами для сприяння операційній сумісності при роботі з конфіденційними фінансовими даними.

Багато країн розробляють заходи політики, орієнтовані на більш прозору, справедливу та динамічну інформаційну економіку. Але вони обирають різні підходи, ризикуючи посиленням роздробленості світової цифрової економіки. Ці ризики виникають у багатьох інформаційноємних секторах, від торгівлі товарами до транскордонних фінансових потоків. «В умовах пандемії різні стандарти захисту недоторканності особистого життя ускладнюють міжнародне співробітництво в галузі найважливіших медичних досліджень (так було ще до пандемії) через складнощі обміну індивідуальними результатами медико-біологічних випробувань» [22].

Глобальна координація – це завжди виклик, особливо у такій складній галузі, як інформаційна політика, де існує безліч зацікавлених сторін та органів регулювання навіть у межах окремих країн, не кажучи вже про транскордонний простір. Боротьба з негативними наслідками пандемії створила нову можливість поставити важкі питання про потребу в загальних мінімальних глобальних принципах міжнародного обміну даними з одночасним захистом індивідуальних прав та привілеїв національної безпеки.

Поточний момент також дає можливість досліджувати інноваційні технологічні рішення. Варто подумати над тим, чи може світовий реєстр вакцинації стати стимулом для відновлення міжнародних подорожей. Він може створюватися на основі старомодних міжнародних медичних карт на паперових носіях, але вимагатиме розробки стандартів та сумісної системи управління даними для звітів та консультацій про статус вакцинації людей, з можливою прив'язкою до цифрових посвідчень особи, а також угод про захист недоторканності особистого життя окремих людей та обмежень доступу в інших цілях.

Існують вагомі докази на користь того, щоб міжнародне співробітництво, використовуючи світові переваги інформаційної економіки, що забезпечувало формування більш стійкого, здорового та справедливого глобального товариства. Щоб разом знайти шлях для подальшого розвитку, нам потрібно почати з того, щоб поставити правильні питання.

Цифрові технології трансформують фінансову сферу, змінюючи способи надання платіжних, ощадних, кредитних та інвестиційних послуг, а також те, хто надає ці послуги. Компанії фінансових технологій і найбільші технологічні компанії в даний час конкурують з банками та іншими учасниками ринків загалом спектру напрямів діяльності. Тим часом цифрові валюти обіцяють перетворити самі гроші.

Але якою мірою технології вели до підвищення фінансової інтеграції? Безумовно, тільки за останній рік цифрові фінанси надали допомогу домашнім господарствам та компаніям у подоланні проблем, створених



пандемією COVID-19. Вони також надали органам державного управління нові способи охоплення тих, хто потребує підтримки.

На сьогоднішній день досягнуто вражаючий прогрес. І тим не менше, щоб реалізувати весь його потенціал у розширенні доступу до фінансових послуг, нові запровадження приватного сектору мають підтримуватися відповідними суспільними благами, оскільки інновації мають сильний побічний вплив на всі аспекти економічної діяльності громадські блага є фундаментом фінансової інтеграції.

Фінансова інтеграція може розумітися як загальний доступ до широкого спектру фінансових послуг за розумними цінами та все загальне користування цими послугами. За десятиліття з часу світової фінансової кризи до пандемії відбулися сильні зрушення у бік фінансової інтеграції. Незважаючи на мінливість світової економіки, дані Світового банку показують, що в період з 2011 року по 2017 рік доступ до рахунків для проведення операцій отримали 1,2 мільярда дорослих людей. Значна частина цього прогресу є прямим наслідком нових цифрових технологій.

Наочною ілюстрацією є мобільні гроші. Система M-Pesa, що використовується в Кенії, та інші аналогічні програми дозволяють користувачам відправляти та отримувати платежі по мобільних телефонах. З часом оператори розширили спектр своїх послуг, пропонуючи мікрокредити, ощадні рахунки та страхування від неврожаю та інших ризиків.

Станом на 2019 рік 79 відсотків дорослих мешканців Кенії мали рахунок мобільних грошей. Використання таких систем швидко розширюється у країнах Африки, Близького Сходу та Латинської Америки.

У Китаї кількість користувачів систем Alipay (належить Ant Group) і WeChat Pay (що належить Tencent) досягло 1,3 мільярда та 900 мільйонів, відповідно.

Програми для здійснення платежів, засновані на мобільних інтерфейсах та двовимірних штрихкодах (QR) проклали шлях для надання цілого спектру фінансових послуг від невеликих кредитів та розміщення коштів у фондах

грошового ринку до «взаємодопомоги», що є однією з форм медичного страхування.

«В Індії основною рушійною силою стало надання державою базової інфраструктури, що мало величезні наслідки. Ініціатива цифрової ідентифікації Aadhaar (на хінді - "фундамент", або "база") надала 1,3 млн людина доступ до авторитетної ідентифікації особистості, так що вони отримали можливість відкриття банківського рахунку та доступу до інших послуг. Спираючись на цю ініціативу, нова система дозволяє користувачам здійснювати невеликі платежі в реальному часі.

Як показують дослідження Банку міжнародних розрахунків (БМР)» «доступ до банківських рахунків в Індії розширився з 10 відсотків населення у 2008 році до понад 80 відсотків на сьогодні [22].

Завдяки технологіям за десять років вдалося досягти того, що у межах традиційних процесів зростання міг би зайняти півстоліття.

Коли COVID-19 зажадав соціального дистанціювання та заходів самоізоляції, для багатьох людей цифрові платіжі стали рятувальним засобом. Малі підприємства мали можливість і надалі приймати платежі, а люди могли швидко та дешево посилати гроші своїм близьким. Хоча доступ до цифрових платежів та фінансових послуг не став всезагальним, технологічні рішення сприяють усуненню пробілів. На Філіппінах за період із середини березня по кінець квітня 2020 року у віддаленому режимі було відкрито 4 мільйони цифрових рахунків.

Органи державного управління у всьому світі використовують нову цифрову інфраструктуру, щоб включити у сферу охоплення своєї діяльності домашні господарства та зайнятих у неформальному секторі. У Перу платежі здійснюються через систему Billetera Móvil — цей проект повністю інтегрує найбільших операторів мобільного зв'язку та банки країни. У Таїланді те саме завдання вирішує державна система швидких платежів PromptPay Ці успіхи є особливо яскравими на тлі практики деяких країн з розвиненою економікою, таких як США, де розсилаються паперові чеки поштою.

Хоча пандемія залишить за собою слід великої економічної шкоди та нерівності, вона сприятиме руху в бік введення цифрових технологій, що створюють умови для фінансової інтеграції та розширення економічних можливостей. Однак ці технології не принесуть успіху самі по собі. Щоб зрозуміти, яку допомогу можуть надати цифрові технології та заходи політики, корисно почати з розгляду фундаментальних економічних факторів.

В основі інновацій у сфері цифрових технологій знаходиться кілька рушійних сил технологічного характеру.

Першою є мобільні телефони та інтернет, які з'єднують людей та компанії з інформацією та постачальниками фінансових послуг. Другою рушійною силою є зберігання та обробка великих масивів цифрових даних.

І нарешті, відіграють свою роль зрушення в таких сферах, як обчислення у віддаленому середовищі, машинне навчання, технології розподіленого реєстру та біометричні технології.

Але в центрі всіх цих інновацій лежить здатність збирати інформацію і забезпечувати зв'язок з користувачами при дуже низькі витрати. Економісти провели оцінку спектра тих видів витрат, які зменшуються за рахунок цифрових технологій. Дві економічні характеристики цифрових технологій допомагають зрозуміти, чому ці фактори виявилися настільки потужними і які ризики вони виробляють.

По-перше, цифрові платформи характеризуються високим потенціалом масштабування. Платформи можна розглядати як «звідників», які допомагають різним групам користувачів знайти один одного. Наприклад, постачальник послуг цифрового гаманця, як PayPal, зводить продавців та клієнтів, які хочуть здійснювати безпечні платежі.

Чим більше клієнтів використовує конкретний варіант платежів, тим більш привабливим він стає для використання продавцями, і навпаки. Це приклад економії на масштабах, яка дозволяє постачальникам послуг швидко розширювати обсяг своєї діяльності.

Аналогічним чином, великі технологічні компанії, такі як Amazon або китайська Alibaba можуть виступати як агенти, які допомагають покупцям і продавцям товарів знайти один одного, але при цьому вони також можуть пов'язувати продавців із кредиторами та постачальниками інших послуг. В силу широти спектра наданих послуг (у тому числі нефінансових) вони мають інформацію, яка може бути дуже цінною для своїх фінансових пропозицій. Це приклад економії за рахунок охоплення, що дає переваги постачальникам послуг, що працюють за цілим рядом напрямків діяльності.

По-друге, цифрові технології можуть покращувати оцінку ризику за рахунок використання тих же даних, які є природним побічним продуктом ведення відповідної діяльності. Це особливо актуально у разі таких послуг, як кредитування, а також для інвестицій та страхування. Кредитні рейтинги засновані на супермасивах даних та машинному навчанні, часто можуть бути кращими за традиційні оцінки, особливо в випадку позичальників із недостатньою кредитною історією — людей або підприємств малого бізнесу, у яких мало офіційної документації чи її немає.

Дослідження, проведені економістами, показують, що «майже третина позичальників, обслугованих Mercado Libre (кредитором з-поміж великих технологічних компаній в Аргентині), були б не в змозі отримати кредит у традиційному банку» [67]. Крім того, у компаній, що отримали позики від Mercado Libre, на наступний рік після отримання позики відзначалося збільшення продажів та асортименту продукції. «Дослідження на основі даних, отриманих від Ant Group, вказують на те, що за рахунок використання супермасивів даних кредитори з числа великих технологічних компаній менше потребують отримання застави» [6]. Завдяки цьому може відкритися доступ до кредитів для позичальників, у яких немає будинку або інших активів, які вони могли б запропонувати як заставу, та зменшується залежність стану кредитів від коливань цін на активи.

Ці фактори економії на масштабах та за рахунок охоплення у поєднанні з підвищенням передбачуваних можливостей можуть вести до стрімкого

просування на шляху фінансової інтеграції. Справді, за останні десять років у всьому світі відбулося значне зростання кредиту з боку великих технологічних компаній, величина якого у 2019 році оцінювалась у 572 млрд доларів.

Такі позички, порівняно з традиційними ринками кредиту, відіграють особливо значну роль у Китаї, Кенії та Індонезії. Їх обсяги також швидко зростають і в інших країнах, і, можливо, вони навіть збільшилися під час пандемії, оскільки деякі великі технологічні фірми надавали допомогу у розподілі державних кредитів серед компаній.

Однак у кожному промені світла є тіні, і прогрес, який став можливим завдяки супермасивам даних, має негативні сторони, зокрема тенденцію до формування монополій.

У деяких країнах постачальники платіжних послуг та кредитори з-поміж великих технологічних компаній набули статусу системно значущих компаній («занадто великих, щоб дозволити їм збанкрутувати»). Тенденція до скуповування компаній-конкурентів може гальмувати інновації. І, нарешті, є серйозний ризик неправомірного використання конфіденційних даних та порушення недоторканності приватного життя. Для зменшення цих ризиків потрібні продумані заходи політики, що перешкоджають реалізації потенціалу цифрових технологій.

На сьогодні, потрібні заходи з п'яти напрямків.

- Створення соціально інтегрованих цифрових інфраструктур. Такі ініціативи, як індійська система цифровий виття ідентифікації Aadhaar, прокладають шлях до відкриття рахунків та більш розгорнутим послугам. Принципову значущість мають системи швидких роздрібних платежів, засновані на відкритій державній інфраструктурі, що забезпечує рівні умови користування. Приклади включають систему швидких платежів, систему CoDi у Мексиці і PIX в Бразилії — вони дозволяють здійснювати миттєві цифрові платежі за низьку плату або безкоштовно між фізичними особами та компаніями чи державами. Аналогічну роль як спільна платформа, на базі

якої приватні постачальники можуть будувати надання своїх послуг, здатна також грати цифрова валюта центрального банку, в даний час тестується в Китаї та інших країнах і вже застосовується на Багамських островах.

- Запровадження загальних стандартів для сприяння конкуренції. У багатьох країнах для протидії монополізації в цифровій сфері застосовуються стандарти, що дозволяють користувачам переносити свої дані між різними платформами. Завдяки цьому різні оператори стають «функціонально сумісними», що підтримує свободу споживчих рішень та конкуренцію. Значною мірою аналогічно базовим протоколам, що служать фундаментом інтернету, ці загальні стандарти є принципово важливим суспільне благо, яке створює умови для процвітання приватних ринків.

- Модернізація заходів політики у сфері конкуренції. У цифрову епоху традиційні заходи сприяння конкуренції на ринках та традиційні антимонопольні інструменти можуть стати неадекватними. Наприклад, монополістичне поведінка може виявлятися не у встановленні завищених цін, а у заволодінні даними. Без втручання з боку регулювання можуть виникати нові бар'єри для входження на ринки та нові

Методи поведінки, що суперечать конкуренції. Як показує дедалі ретельніший розгляд злиттів та поглинань та діяльності контролерів цифрових потоків, можуть вимагатися нові та більш орієнтовані на перспективу способи підтримки конкурентного та конкурсного характеру ринків цифрових фінансів.

- Зміцнення захисту персональних даних. Законодавство щодо даних, що утворюються внаслідок надання цифрових послуг, часто є недостатньо чітким, внаслідок чого технологічні компанії фактично мають контроль над даними конфіденційного характеру.

Користувачі повинні мати більший контроль та вплив у цих питаннях. Можливими зразками є закони про захист персональних даних, прийняті в Європейському союзі, та підходи щодо контролю над даними зі сторони користувачів, закладені у платформі India Stack.

Нещодавно проведені дослідження показують, що чоловіки в цілому більш схильні розкривати свої дані в обмін на кращі пропозиції щодо фінансових послуг, ніж жінки. Молодші користувачі також виявляють велику відкритість до доставляння своїх даних, ніж літні люди. Визначення правил щодо використання даних, які б відповідали потребам усього суспільства, буде непростим завданням і, ймовірно, вимагатиме відповідного законодавства.

- Домагатися спільної роботи директивних органів у всіх сферах. Цифрові технології у сфері фінансів стосуються не лише центральних банків та органів регулювання, а також органів, що займаються питаннями конкуренції та захисту даних. Центральні банки та органи фінансового регулювання повинні працювати пліч-о-пліч зі структурами, відповідальними за питання конкуренції та конфіденційності даних. Крім того, заходи політики в одній країні, з більшою ймовірністю, позначатимуться на користувачах у інших країнах.

За рахунок координації своїх заходів політики в межах країн та між країнами офіційні органи можуть направити в потрібне русло вигоди, що приносяться цифровими технологіями, та забезпечувати їх поширення на всіх.

При належній організації надання громадських благ та при співпраці між директивними органами цифрові технології можуть бути використані для того, щоб включити більше людей, особливо бідних, у сферу охоплення фінансової системи. Широке поширення технологій може сприяти не тільки досягненню в суспільстві більшої ефективності, а й наданню йому більшої ефективності, справедливості та кращої його підготовки до цифрового майбутнього. Інноваціям слід надати такої форми, щоб вони приносили користь усім.

Ще один аспект – технології цифрової ідентичності. Перш ніж пандемія прискорила наш перехід до взаємопов'язаному світу, цифрові посвідчення вважалася одним з найбільш значних технологічних трендів,

особливо для світу, що розвивається. За даними Групи Всесвітнього банку, у 1,1 млрд людей у всьому світі немає жодних документів чи надійних способів встановлення їх особистості. Протягом багатьох років різні країни намагаються повторити успіх індійської системи цифрових посвідчень особи Aadhaar та естонської національної системи e-Estonia.

Очікувані вигоди включають підвищення прозорості урядів (наприклад, у плані бюджетів та виборів), полегшення доступу до державної підтримки та розширення доступу до базових фінансових послуг, особливо для вимушених переселенців та людей без документів.

Довгі роки поширення цифрових посвідчень особистості гальмувалося численними перешкодами, від неефективної координації у національному масштабі до обмеженої цифрової грамотності. Проблеми кібер-безпеки, стурбованість у зв'язку із захистом даних і недовіра до технологій, що надаються державою також зіграли свою роль у уповільненні поширення цифрових посвідчень особи у багатьох країнах.

Ці невирішені досі проблеми часто змушують відкладати програми цифрової ідентичності на потім.

Але пандемія COVID-19 вже змушує уряд оперативно вирішувати або обходити ці проблеми, щоб надавати таку необхідну фінансову допомогу та інші види підтримки своїм найуразливішим громадянам.

І для цього зараз саме час: вигоди від впровадження національної системи цифрових посвідчень особи, включаючи її потенціал для створення надійних баз даних з соціально-економічними показниками, тепер переважають деякі із пов'язаних з нею побоювань.

Відповідні технології вже цілком досягли зрілості. Наприклад, алгоритми безпеки та шифрування, такі як двофакторна автентифікація та асиметричне шифрування, покращують цілісність і підвищують конфіденційність даних.

Штучний інтелект, машинне навчання та вбудовувані в мобільні пристрої біометричні датчики значно скорочують масштаби шахрайства.



Вони також можуть покращувати користувальницький досвід шляхом сканування відбитків пальців, обличчя чи голосу.

Крім цього, що з'явилися нещодавно спеціалізоване програмне забезпечення з відкритим кодом, рішення на основі відкритого інтерфейсу прикладного програмування (API) та міжнародні стандарти дозволяють скоротити витрати на впровадження національних програм цифрових посвідчень особистості.

Постачальники технологій вже йдуть на крок попереду і нове покоління рішень для ідентичності не змушує на себе чекати.

У деяких країнах, включаючи Естонію, починають тестувати посвідчення особи на основі блокчейну. Ця потенційно проривна технологія могла б передати контроль та власність на дані від урядів громадянам при збереженні прерогативи урядів щодо випуску та підтвердження посвідчень особи та пов'язаних з ними послуг.

Однак ризики та потенціал зловживання цифровим ідентичністю залишаються реальними та вимагають ретельного та постійної уваги з боку розробників політики та регуляторів. Хоча пандемія, поза всяким сумнівом, зробила очевидними вигоди цифрових посвідчень особи, вона виявила і ту небезпеку, яка загрожує конфіденційності у поєднанні з іншими технологіями, такими як програми для відстеження.

Незалежно від того, які технології будуть використовуватися, успішні системи цифрової ідентичності повинні бути безпечними, інклюзивними та взаємно сумісними, для того щоб надати трансформуючий вплив на мільярди людей, які не мають зараз жодних посвідчень особи. Пандемія кардинально прискорила цифрову трансформацію у всесвітньому масштабі, за деякими оцінками. п'ять років.

З іншого боку, як показано вище, з такої ж швидкістю зростають і цифрові ризики. Компанії сьогодні більш схильні до онлайн-загроз з-за участі використання особистих комп'ютерів для доступу до корпоративних систем. Програми для відстеження контактів підвищують градус напруги між

такими цілями політики, як конфіденційність даних та громадська охорона здоров'я, ставлячи важкі завдання перед регуляторами та розробниками політики. Хакери експлуатують страхи та тривоги у зв'язку з вірусом для залучення людей у фішингові схеми та обманом змушують їх завантажувати шкідливі програми.

Ще більшу стурбованість у розпал пандемії викликають загрози кібератак на лікарні з вимогою викупу та крадіжок інтелектуальної власності у виробників вакцин.

Все це не нове: ступінь поінформованості про кібер-ризик зростала і до пандемії. Геополітична напруженість і нові можливості для кібератак надихають як цілі держави, і недержавних діячів, стираючи різницю між шпигунами і зловмисними хакерами. Всемирний економічний форум визнав цю загрозу ще у 2019 році, поставивши кібербезпеку у верхній ряд глобальних ризиків поряд зі змінами клімату.

Однак масштаби та ландшафт загроз швидко змінюються. Для країн, які прагнуть скористатися вигодами цифрової трансформації, кіберзлочинність — лише один із багатьох цифрових ризиків. Роль технологій у розповсюдженні дезінформації вже нікому не потрібно пояснювати, і не тільки у Сполучених Штатах.

Експерти побоюються, що так звані «дипфейки» — відео, вироблені за допомогою штучного інтелекту і виглядають як справжні, — можуть розпалювати політичну напруженість шляхом поширення дезінформації, яку важко спростовувати. Страх виростає із цілком реальної стурбованості прискореної автоматизацією деяких професій, посиленням гендерної та расової упередженості та так званою проблемою «чорної скриньки» — коли приймає рішення, пояснити які не в змозі навіть його творці.

Перехід до гіперпідключеного світу надає мільярдам громадян унікальну можливість отримати покращений доступ до освіти, охорони здоров'я, ринку праці та фінансових послуг. У поточному десятилітті ми станемо свідками прискорення цифровізації, ускладнення пов'язаних з нею

проблем та постійного зміни цифрових ризиків. Питання полягає в тому, чи зможуть уряди стати більш гнучкими та в змозі вони оперативного брати на озброєння комплексніші підходи до регулювання ризиків та до цифрової стратегії, щоб отримувати вигоди від цього прискорення при одночасному обмеженні ризиків.

### **Висновок до розділу 3**

Цифрові технології є на сьогодні важливою складовою розвитку всієї сфери фінансових послуг. Вагому роль вони відіграють у функціонуванні банківських установ. Для забезпечення належного рівня власної конкурентоспроможності банківські установи в світі вже не мають змоги ігнорувати сучасні тренди процесів цифровізації суспільства та фінансової системи загалом.

Важливу роль у розвитку банківських установ на сьогодні відіграє e-banking, серед способів надання послуг якого прийнято виділяти три форми:

- 1) послуги, що пов'язані з розрахунками за допомогою банківських карток;
- 2) internet-banking;
- 3) mobile-banking.

Нині у світі інтернет-банкінг, мобільний банкінг є найпопулярнішими та доступними формами електронного банкінгу. Це насамперед зумовлено, високою часткою безготівкових розрахунків та бажанням клієнтів швидко та надійно здійснювати фінансові операції.

Світовий досвід також свідчить, що у розвитку e-banking важливу роль відіграють не банки, а онлайн банки (монобанки, віртуальні банки), поява яких пов'язана з розвитком сучасних інформаційних технологій. Ці фінансові установи не мають окремих фізичних відділень і надають свої послуги виключно через інтернет-банкінг та мобільний банкінг.

Такі комерційні банки, будучи інноваційними за своєю природою, дуже часто стають каталізаторами нових змін у розвитку всієї банківської системи країни, що змушує інші фінансові установи також активно розвиватися та підвищувати якість надання фінансових послуг.

Останні дослідження також засвідчують поступове зростання розрахунків клієнтів за допомогою смартфонів, у тому числі й на українському ринку банківських послуг. Активізації інших небанківських способів отримання фінансових послуг, що надаються фінансовими установами, окремими інноваційними компаніями, FinTech установами, спонукає банки постійно підвищувати власний рівень цифрової інноваційності, а також змінювати моделі функціонування.

Інформаційні інновації та нові способи взаємодії з клієнтами вже змінюють усі традиційні сфери економічного розвитку підприємства, зокрема й банківських установ: маркетинг, менеджмент, аналіз, інжиніринг. Такі тенденції будуть в пріоритеті і у подальшому, а, отже і популярність цифрових банківських послуг в інформаційній економіці буде постійно зростати.

## ВИСНОВКИ

Дослідження банківської діяльності в сфері цифрової економіки дозволило зробити ряд висновків науково-теоретичного та прикладного характеру:

1. Цифрова трансформація організацій, установ та підприємств як комерційних так і некомерційних – це свого роду реакція на розвиток та активне поширення глобальних технологій. При цьому, цілком очевидно, що головною метою розвитку цифрової економіки є покращення функціонування економічної системи, а також підвищення якості товарів та послуг, вироблених з використанням сучасних цифрових технологій, і, що найголовніше, їхня доступність. Безперечно, «digital economy» задає вектор, за яким розвиваються нині і будуть розвиватися в майбутньому соціально-економічні системи мікро-, мезо-, макрорівнів на довгострокову перспективу. Для теоретиків і практиків виникає необхідність дослідження та всебічного аналізу усіх процесів такої цифрової трансформації. Перевагу у цьому випадку мають інноваційні компанії.

2. Серед можливостей для цифрового банкінгу ми можемо виділити, в першу чергу, співпрацю між банками та іншими зацікавленими сторонами, що по-суті, є основою для впровадження нових бізнес-стратегій, які в кінцевому підсумку призводять до формування вартості як для клієнтів, так і для банків. Пропонуючи ширший спектр фінансових продуктів як для тих, хто схильний до ризику, так і для тих, хто не схильний до ризиків починаючи з облігацій, опціонів, пайових фондів та іпотеки, будуть цифрові банки, що здатні диференціювати свої послуги і таким чином отримати конкурентні переваги не тільки над іншими онлайн-банками, як вітчизняними, так і іноземними, а також традиційними банками й іншими фінансовими установами. Серед основних загроз можна виокремити те, що основною перешкодою для онлайн-банків є велика кількість конкурентів. Цифрові банки є загрозою для традиційних банків, які пропонують диференційовані

продукти, фінансові установи, які здатні генерувати конкретні фінансові рішення, і, перш за все, іноземні банки з власними технологіями і традиціями фінансового менеджменту.

3. Цифровий банкінг є новим явищем на фінансовому ринку, що виходить за межі банківської діяльності, оскільки є проривні інформаційні технології у сферах платежів, кредитуванні, інвестуванні, криптовалюта та ін., які активно впроваджуються на різних ринках товарів та послуг (фінансовий ринок, торгівля, ІТ, соціальні медіа тощо). Водночас, відбувається переосмислення моделі фінансового ринку та його взаємодії з товарними ринками аж до формування фінансових екосистем, зокрема, перебудова формату взаємодії людей та інститутів із грошима за принципом «керую сам» або принципом дезінтермедіації, тобто відмови від посередників. Прозорі та недорогі технологічні сервіси формують нові поведінкові сценарії з використанням доступних мобільних програм та нове фінансове мислення економічних агентів.

4. У нашій країні digital-стратегія включає управління різними формами присутності банківського бізнесу в Інтернеті, такими як веб-сайти, мобільні додатки та сторінки компаній у соціальних мережах. Це відбувається у поєднанні з методами онлайн-комунікації, такими як, наприклад, маркетинг у пошукових системах, маркетинг у соціальних мережах та маркетинг електронною поштою. Ці методи використовуються для підтримки цілей розширення клієнтської бази та надання послуг існуючим клієнтам, які допомагають розвивати відносини між клієнтом та компанією

5. Ефективний розвиток банківських установ у цифровій економіці можливий лише за наявності розвинених у них технологій, тому заходи щодо її стимулювання повинні бути сфокусовані на двох напрямках. Перше – інституційний напрям, а саме від держави та Національного банку, потрібна їх перебудова та модернізація для створення умови розвитку цифрової економіки (нормативне регулювання цифрових ринків та цифрового

виробництва, підготовка кадрів з цифровими компетенціями тощо). Друге — технічна інфраструктура (мережі передачі даних, центри обробки даних, програмні (сервіси та ін.), створення якої вимагає не тільки значних зусиль від менеджменту банків, але й інвестицій.

6. Незважаючи на те, що цифрова інфраструктура все ширше використовується у глобальній фінансовій системі, неясно, хто є відповідальним за захист цієї системи від кібератак. Почасти це обумовлено умовами, що швидко змінюються. Якщо не буде вжито спеціальних заходів, глобальна фінансова система все більше ставатиме вразливою в умовах, коли інновації, конкуренція та пандемія надалі стимулюватимуть цифрову революцію.

7. На сьогодні у світі, банківські установи відіграють визначальну роль у розвитку цифрової економіки. В банківській сфері спостерігається доволі високий рівень конкуренції між різними типами фінансових установ так як асортимент їхніх фінансових послуг є доволі типовими, і вони можуть конкурувати між собою тільки лише завдяки зростанню якості надання фінансових послуг, а також, впровадження новітніх технологій обслуговування своїх клієнтів. Така ситуація обумовлює значну зацікавленість банківських установ у розробці і реалізації нових фінансових технологій, які б сприяли підвищенню ефективності роботи самих банківських установ і забезпечували б зростання якості обслуговування банківських клієнтів. На сьогодні ці установи активно інвестують власні кошти в розробку передових фінансових технологій, до яких можна віднести й інтернет-банкінг.

8. Основними напрямками вдосконалення діяльності банківських установ в умовах цифрової економіки, зокрема створення соціально інтегрованих цифрових інфраструктур, запровадження загальних стандартів для сприяння конкуренції, зміцнення захисту персональних даних, домагатися спільної роботи директивних органів у всіх сферах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдуллоев А. Дж., Каимова З. А. Особенности применения цифровой экономики в бизнесе вестник науки и образования. № 9(112). Часть 3. 2021
2. Алёна Дегрик Шевцова: Главные тренды мирового fintech-бизнеса в 2020 году и как они отразились на украинском рынке. URL: <https://ua.news/ru/glavnye-trendy-mirovogo-fintech-byznesa-v-2020-godu-y-kak-ony-otrazylys-na-ukraynskom-rynke/>
3. Воронюк А., Полицук А. Актуальный интернет-маркетинг. Киев: ІРІО. 2018. 160 с.
4. Все интернет-магазины – одна Интернет-карта. URL: <https://privatbank.ua/ru/platezhnie-karty/internet-karta>
5. Головне завдання кібернавчань – напрацювати ефективні механізми і навички для забезпечення кіберстійкості критичної інфраструктури та державних інформаційних ресурсів. URL: <https://cip.gov.ua/ua/news/golovne-zavdannya-kibernavchan-naprasyuvati-efektivni-mekhanizmi-i-navichki-dlya-zabezpechennya-kiberstiikosti-kritichnoyi-infrastrukturi-ta-derzhavnikh-informaciinikh-resursiv>
6. Даниэль Гарсиа-Масиа и Риши Гойял Раскол в цифровую эпоху ФИНАНСЫ И РАЗВИТИЕ. Март 2021
7. Домінова І. В. Форми електронного банкінгу: еволюція, переваги та недоліки. Облік і фінанси. 2016. № 2. С. 104–109
8. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав споживачів фінансових послуг». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/122-20#Text>
9. Зінченко О.А. Даріюш П. Зінченко Д.С. Інформаційна економіка: концепція, сутність та розвиток. ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК НТУУ «КПІ», 2019 С. 3–13



10. Как разработать digital-стратегию: отвечаем на 6 главных вопросов  
URL: <https://promodo.ua/blog/6-glavnyh-voprosov-digital-strategii.html>

11. Карчева Г. Т., Огородня Д. В., Опенько В. А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. Фінансовий простір. 2017. № 3 (27). С. 13–21.

12. Карчева Г. Т., Смовженко Т. С., Міщенко В. І. Ефективність та конкурентоспроможність банківської системи України / за заг. ред. д-ра екон. наук Г. Т. Карчевої. К.: ДВНЗ «Університет банківської справи». 2016. 276 с.

13. Каталог кращих інтернет-банкінгів України URL:  
<https://minfin.com.ua/ua/banks/online/>

14. Кількість кіберзлочинів в Україні в 2021 році зросла на 25% URL:  
[https://zikua.tv/news/ludyna/kilkist\\_kiberzlochyniv\\_v\\_ukraini\\_v\\_2021\\_rotsi\\_zroslo\\_na\\_25\\_1003856](https://zikua.tv/news/ludyna/kilkist_kiberzlochyniv_v_ukraini_v_2021_rotsi_zroslo_na_25_1003856)

15. Кльоба Л. Г. Цифровізація – інноваційний напрям розвитку банків.  
URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2018/86.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/86.pdf)

16. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов  
<https://online.kz/wp-content/uploads/2012/12/%D0%9C%D0%B0%D0%B9%D0%BA%D0%BB-%D0%9F%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B5%D1%80-%E2%80%93-%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F.-190-%D1%81%D1%82%D1%80.pdf>

17. Котлер Ф. Основы маркетинга URL:  
[http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler\\_kratkiy\\_2007.pdf](http://htbiblio.yolasite.com/resources/12.11.15/Kotler_kratkiy_2007.pdf)

18. Краус Н., Голобородько О., Краус К. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2018/8.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf)

19. Литвиненко Е. А., Кызылтау Б. Особенности формирования стратегии в электронном маркетинге. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12\\_2019/52.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2019/52.pdf)
20. Макаренко Ю. П. Використання міжнародної електронної мережі міжбанківських розрахунків SWIFT. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3392>
21. Марченко О. Цифрова економіка в Україні: основні тенденції та перспективи розвитку URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/65/861.pdf>
22. Маурер Т., Нельсон А. Глобальная киберугроза финансы и развитие. Март 2021.
23. Мешко Н.П. Радько Є.Б. Сучасний стан інтернет-банкінгу як явища: перспективи, переваги та недоліки. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12\\_2018/207.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/12_2018/207.pdf)
24. Минцифры и Visa внедрят в Украине mPOS-терминалы и QR-коды. URL: <https://psm7.com/technology/mincifry-i-visa-vnedryat-v-ukraine-mpos-terminaly-i-qr-kody.html>
25. Мої вклади. URL: <https://privatbank.ua/apps/moivkladi>
26. Назаренко В. А., Бочкова Е. В. Интернет-банкинг за рубежом: история и современное состояние. Экономика, управление, финансы: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2015 г.). Пермь: Меркурий, 2015. С. 84-87
27. Найчастіше споживачі фінпослуг скаржаться до НБУ щодо відносин за кредитами - звіт за 2019 рік URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/naychastishe-spojivachi-finposlug-skarjatsya-do-nbu-schodo-vidnosin-za-kreditami---zvit-za-2019-rik>
28. Онлайн калькулятор. URL: [www.oschadbank.ua](http://www.oschadbank.ua)
29. ООО "ДБО Софт" URL: <https://jobs.dou.ua/companies/ooo-dbo-soft/>
30. Ощад24/7 URL: [www.oschadbank.ua](http://www.oschadbank.ua)
31. Переосмислення критеріїв успіху в епоху глобальних змін URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2016/19th-ceo-survey-ukr.pdf>

32. Покоління Z: діти епохи цифрових технологій. URL: <https://kidit.com.ua/city/pokolinnia-z-dity-epokhy-tsyfrovykh-tekhnologiy/>
33. Райс Эл, Траут Джек «Маркетинговые войны», McGraw-Hill, Inc., 1986, перевод с англ. Жильцов, 2000
34. Сірко А. В. Реалії цифрової економіки: нові можливості та виклики для суспільства і держави URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11\\_2020/17.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2020/17.pdf)
35. Скарбничка URL: <https://privatbank.ua/kopi>
36. Ставицька А. В. Оцінка позиціонування країн на світовому ринку інформаційних технологій: статистичні виміри індексного аналізу. URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/12\\_2\\_2017ua/28.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/12_2_2017ua/28.pdf)
37. Сторінка компанії «ДБО Софт» URL: <https://dbosoft.com.ua/#/about>
38. Стратегия digital-маркетинга: цели и этапы разработки URL: <https://iq-adv.ru/blog/digital-strategiya-kak-my-ee-razrabatyvaem/>
39. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року / Національний банк України. 2020. URL: [https:// bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-fintehuv-ukrayini-do-2025-roku--kurs-na-staliy-rozvitokinnovatsiy-keshles-ta-finansovu-gramotnis](https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-fintehuv-ukrayini-do-2025-roku--kurs-na-staliy-rozvitokinnovatsiy-keshles-ta-finansovu-gramotnis)
40. Сучасні гроші, банківські послуги та фінансові інновації в цифровій економіці : матеріали наук.-практ. інтерн. конф. студ. аспір. і молод. вчених. Київ, 23 березня 2020 р. / [Л.О. Примостка, І.Б. Охрименко, А.В. Нікітін]. – Дніпро: Середняк Т.К., 2020. 431 с.
41. Томашевський О. М., Цегелик Г. Г., Вітер М. Б., Дудук В. І. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 296 с.
42. Торговельні війни сучасності та їх вплив на економічне зростання і розвиток у світі та Україні. / Наук. ред. В.Юрчишин. Київ: Заповіт, 2019. 188 с.
43. Турп Э. Потенциал технологий для развития финансы и развитие. Март 2021

44. Унковська Т., Гриджук Д. Fintech і центральні банки: нова глобальна реальність аналітична доповідь. Київ 2020. 57 с.
45. Федішин М.П. Старкіна М.О. Розвиток банківських інформаційних систем [http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2020/2\\_68\\_2020/37.pdf](http://scientificview.umsf.in.ua/archive/2020/2_68_2020/37.pdf)
46. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. URL: [https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech\\_in\\_Ukraine\\_2018\\_ua.pdf](https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf)
47. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. URL: [https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020\\_digitalization.pdf](https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf)
48. Цифрова трансформація бізнесу: зміна стратегій і моделей розвитку URL:[https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2020/02/Strizhkova19Mono/Strizhkova19Mono%20\(4\).pdf](https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2020/02/Strizhkova19Mono/Strizhkova19Mono%20(4).pdf)
49. Цифрові трансформації в Україні: чи відповідають вітчизняні інституційні умови зовнішнім викликам та європейському порядку денному? URL:[http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/Research\\_DT\\_PF\\_WG2\\_ua-1.pdf](http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/Research_DT_PF_WG2_ua-1.pdf)
50. Чкан І. О Чкан А. С. Електронний банкінг для бізнесу і населення як запорука розвитку ринкової інфраструктури URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4\\_2020/60.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2020/60.pdf)
51. Шевченко О. М., Рудич Л. В. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України. URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7\\_2020/63.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/7_2020/63.pdf)
52. Шкарлет С. М., Дубина М. В., Жук О. С. Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «FinTech». Науковий вісник Полісся. 2019. № 1 (17). С. 148-157
53. Abdulloyev A.ZH., Tairova M.M., Aminova N.B. Environmentally friendly and sustainable supply chain management in the platform economy // Economics, 2020. № 3. R. 23-25
54. Bojan Daniela & Mutu Simona & Paun Dragos. Electronic Banking – Advantages For Financial Services Delivery. December 2010. Vol. 1(2). P. 672-677

55. Digital Economy and Society Index 2018. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>.
56. Digital economy report 2021. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/der2021\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_en.pdf)
57. Digital marketing: каналы и стратегия URL: <https://ilion.digital/digital-marketing-effektivnoe-prodvizhenie-produktov-ili-uslug/>
58. Digital Payments URL: <https://www.emarketer.com/topics/industry/digital-payments?subTopics=financial-services>
59. Drigă, I., & Isac, C.. E-banking services—features, challenges and benefits. *Annals of the University of Petro. ani. Economics*, 14, 49-58 (2014).
60. Dufty, N.F.; Savery, L.K.; Soutar, G.N. Banking industry employees and technological change. *Prometheus* 1987, 5, 284–303.
61. E-banking in the Nordic countries - its emergence and perspectives M Suominen *Handbook eBanking*. Stuttgart, Germany, 2001. URL: <https://www.aalto.fi/sites/g/files/flghsv161/files/2019-01/ebanking.pdf>.
62. Golden, S. A. R. *Recent Research in Social Sciences & Humanities*. EduPedia Publications (P) Ltd. 2017. Vol. 1. P. 1-91
63. IDC FutureScape: Worldwide B2B Sales Leaders 2022 URL: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=US47139921>
64. Jay D. Wilson, Jr. *Creating Strategic Value through Financial Technology*. Finance & Investments Special Topics. June 2017. 288 p
65. Kapinus L. V., Skryhun N. P. Development of electronic banking technologies in Ukraine. *Economic Annals-XXI*. 2014. № 3-4 (1). P. 55-58.
66. Litvishko O. Impact of the digital economy on the banking sector. January 2020. *E3S Web of Conferences* 159(2)
67. RegTech Universe 2021. URL: <https://www2.deloitte.com/lu/en/pages/technology/articles/regtech-companies-compliance.html>

68. Share of the digital population that use online banking services in selected European countries as of 2020

<https://www.statista.com/statistics/919086/share-of-the-digital-audience-that-use-online-banking-europe/>

69. The digital vortex is accelerating, but companies don't have a clear plan how to move forward URL <https://www.imd.org/research-knowledge/reports/digital-vortex-report-2021/>

70. Top8 Digital payment <https://www.digipay.guru/blog/top-digital-payment-trends/>

## ДОДАТОК А

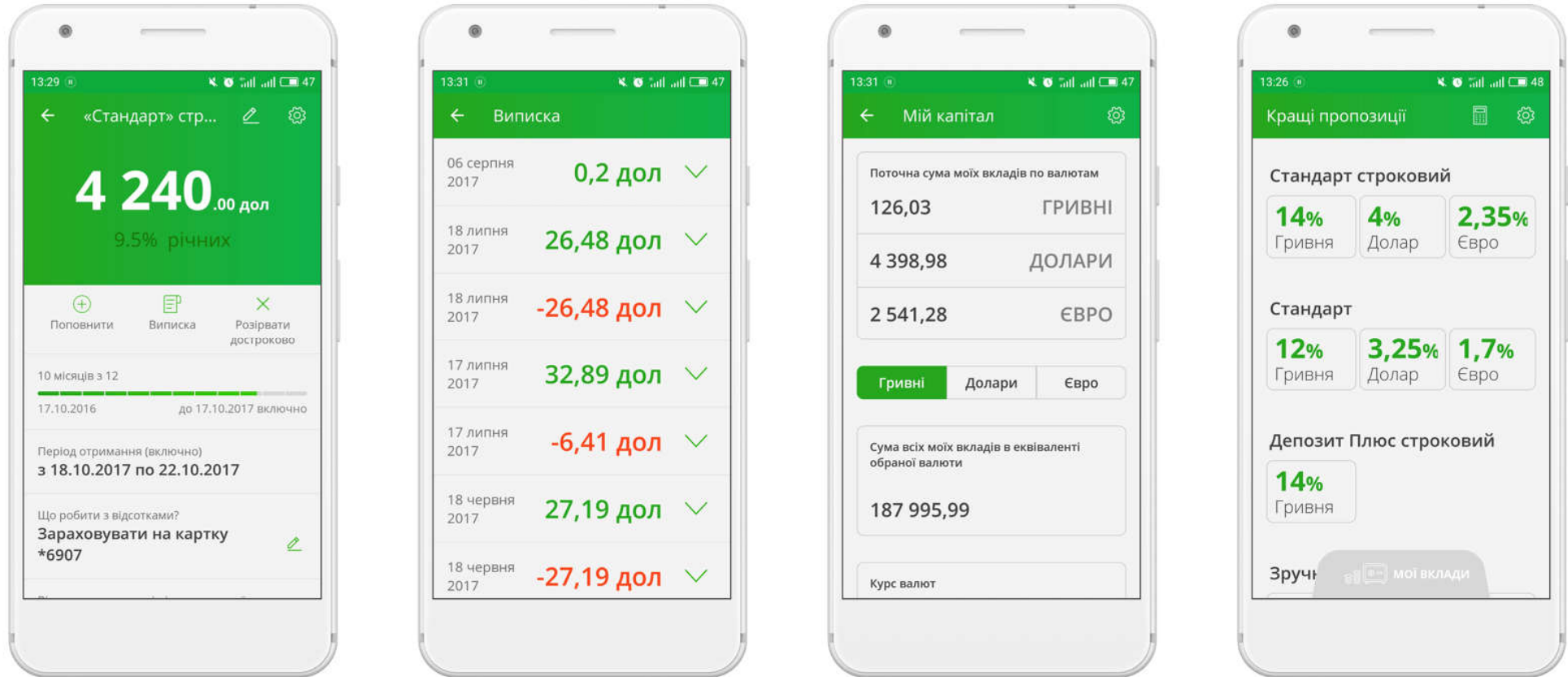


Рис. А.1. Додаток «Мої депозити» ПАТ «Приватбанку»

## ДОДАТОК Б

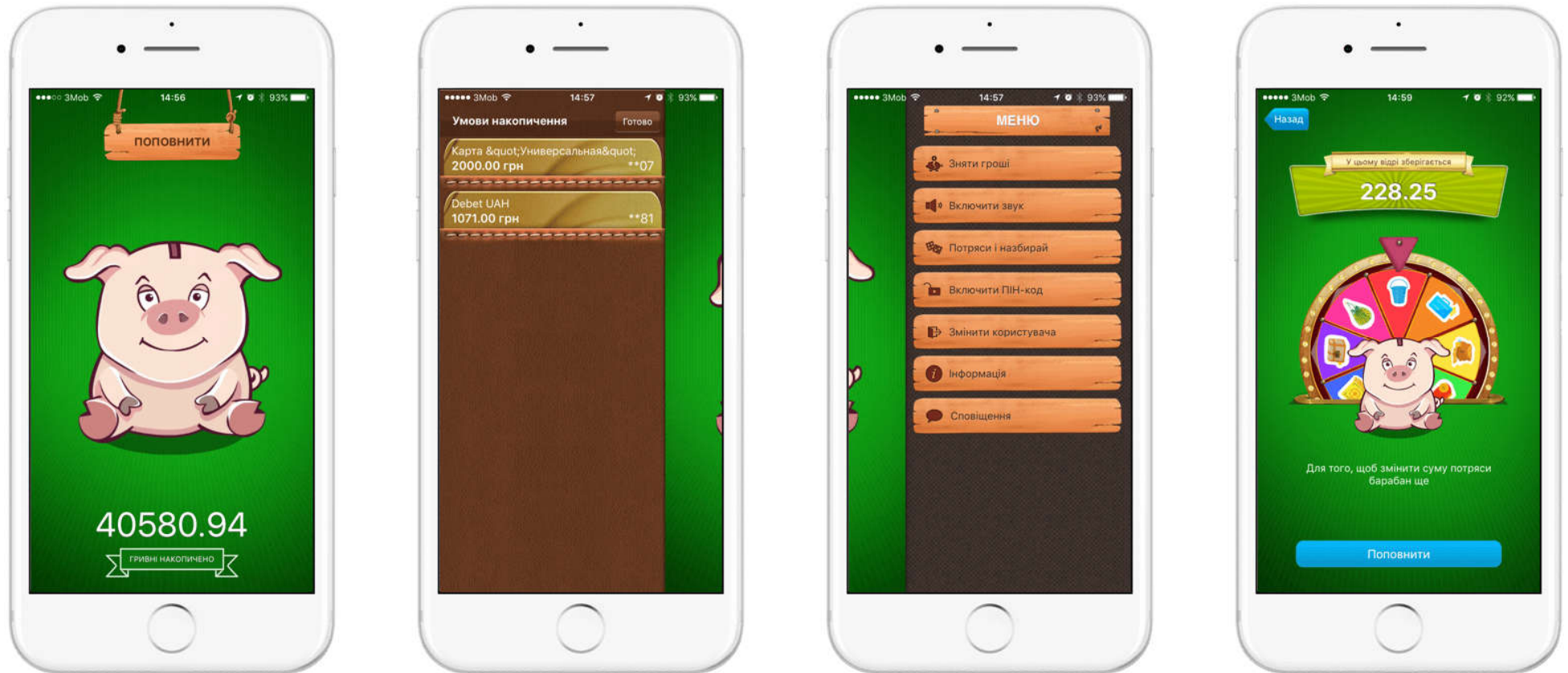


Рис. Б.1. Додаток «Моя скарбничка» ПАТ «Приватбанку»



## ДОДАТОК В



### ІНФОРМАЦІЯ

**про істотні характеристики послуги банківського вкладу (депозиту) [ця інформація містить загальні умови залучення банком у вклади (депозити) коштів та банківських металів клієнтів та не є пропозицією з надання цих послуг]**

#### I. Загальна інформація

№ з/п	Вид інформації	Інформація для заповнення банком
1	2	3
1	1. Інформація про банк	
2	Найменування	АТ КБ «ПриватБанк»
3	Номер і дата видачі банківської ліцензії	Ліцензія Національного банку України № 22 від 05.10.2011
4	Адреса	01001, м. Київ, вул. Грушевського, 1Д
5	Номер контактного(них) телефону(ів)	3700
6	Адреса електронної пошти	e-mail: <a href="mailto:help@pb.ua">help@pb.ua</a>
7	Адреса офіційного вебсайта	<a href="http://pb.ua">pb.ua</a>
8	2. Основні умови банківського вкладу (депозиту) Послуга накопичення «Скарбничка»	
	<b>Вклад</b> - кошти в готівковій або безготівковій формі у валюті України або в іноземній валюті, які залучені банком від вкладника (або які надійшли для вкладника) на умовах договору банківського рахунку, банківського вкладу (депозиту), включаючи нараховані відсотки на такі	

	кошти відповідно до Закону України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб».					
9	Процентна ставка на вклад (депозит), проценти річних	Ставки діють з 07.07.2021 р.:				
		<table border="1"> <tr> <td>Строк, міс</td> <td>Валюта вкладу: грив</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>6,5%</td> </tr> </table>	Строк, міс	Валюта вкладу: грив	12	6,5%
Строк, міс	Валюта вкладу: грив					
12	6,5%					
10	Строк вкладу (депозиту)	Процентна ставка є незмінною протягом строку дії Договору.				
11	Валюта вкладу (депозиту)					
12	Мінімальна сума вкладу (депозиту)	Без мінімальної суми				
13	Строк, протягом якого клієнт повинен розмістити суму коштів на вклад (депозит) з дня укладення договору, днів	Протягом 12 місяців з моменту відкриття вкладу.				
14	Вид договору банківського вкладу (депозиту)	<b>Вклади (депозити) строкові</b> - це грошові кошти або банківські метали, розміщені вкладниками в банку на визначений договором строк.				
15	Умови зняття (часткового зняття) вкладу (депозиту) протягом строку дії договору банківського вкладу (депозиту)	Клієнт має право повернути частину або всю суму вкладу раніше закінчення строку дії Договору. У випадку запитання Клієнтом частини або всієї суми вкладу дія вкладу припиняється.  Операції з повернення частини або всього вкладу здійснюються у дистанційних каналах або у відділенні Банку.				
16	Умови поповнення вкладу (депозиту) протягом строку дії договору банківського вкладу (депозиту)	Клієнт має право безготівково поповнювати вкладний рахунок зі свого поточного рахунку (картки) з урахуванням встановленої Банком максимальної суми поповнення у				

		відділенні Банку або через надані Банком дистанційні канали, без укладання додаткових угод до Договору. Максимальну суму поповнення вкладу можна дізнатися у відділенні або на сайті Банку <a href="http://pb.ua/depozit">pb.ua/depozit</a> .
17	Порядок повернення вкладу (депозиту)	При запитанні Клієнтом всієї суми вклад повертається на поточний рахунок Клієнта (картку) і автоматично відкривається новий вклад на той же строк з автоматичним підключенням раніше обраних Клієнтом Умов накопичення. Нараховані проценти наступного дня зараховуються на поточний рахунок Клієнта (картку). При виплаті частини суми вкладу проценти зараховуються на вклад і на решту суми вкладу автоматично відкривається новий вклад на той же строк з автоматичним підключенням раніше обраних Клієнтом Умов накопичення.
18	Виплата процентів за вкладом (депозитом)	Після закінчення кожного строку вкладу нараховані проценти за вкладом зараховуються до суми вкладу. Проценти за кожний новий строк вкладу з першого дня нового строку нараховуються на суму коштів на рахунку, включаючи проценти, нараховані за попередній строк вкладу. При цьому за день, коли вклад виплачується Клієнту, проценти не нараховуються.
19	Порядок нарахування процентів на суму вкладу (депозиту) з дня, наступного за днем надходження до банку грошових коштів або банківських металів, до дня, який передує дню повернення грошових коштів або банківських металів вкладнику або списання з вкладного (депозитного) рахунку вкладника з інших підстав	

20	<p>Автоматичне продовження строку дії договору банківського вкладу (депозиту) згідно з умовами договору</p>	<p>Якщо Банк не заперечує проти продовження вкладу і у разі відсутності у Банка заяви Клієнта про небажання продовжувати вклад, після закінчення строку вклад автоматично продовжується ще на один такий самий строк. Строк вкладу продовжується неодноразово, автоматично, без звернення Клієнта до Банку, без зміни підключених Умов накопичення та без укладання додаткових угод. Новий строк вкладу починається з дня, наступного за датою закінчення попереднього строку вкладу. Процентна ставка за вкладом на новий строк дорівнює ставці, яка діє в Банку для знову оформлюваних вкладів даного найменування та строку, на день закінчення попереднього строку вкладу без укладання додаткових угод до Договору. Наступне продовження вкладу здійснюється в такому ж порядку.</p>
21	<p>Попередження: внесення банком будь-яких змін до договору банківського вкладу (депозиту) здійснюється лише за згодою з клієнтом (стороною договору), якщо інше не встановлено договором або законодавством України.</p> <p>В разі, якщо Клієнт має прострочену заборгованість за кредитом, наданим Банком, або Клієнт є поручителем за кредитом, за яким існує прострочена заборгованість, Банк має право на свій розсуд:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- після закінчення строку вкладу перерахувати вклад і нараховані проценти на поточний рахунок Клієнта та в подальшому використовувати їх для погашення заборгованості або</li> <li>- розірвати цей Договір. При цьому Банк надсилає Клієнту через e-mail, Систему Приват24, за допомогою SMS або повідомленням через інші електронні канали за реквізитами, вказаними в клієнтській базі Банку, із зазначенням дати розірвання Договору. Вклад і нараховані проценти перераховуються на поточний рахунок Клієнта та в подальшому використовуються для погашення заборгованості.</li> </ul> <p>При надходженні на картку клієнта коштів, що відправлені переказом із</p>	

	<p>іншого банку, або при виконанні банком службових зарахувань, перерахування коштів у «Скарбничку» за умовами накопичення «сума від надходжень» та «% від надходжень» не здійснюється.</p> <p>Банк має право отримувати винагороду за виконання доручення Клієнта на виконання підключених умов накопичення відповідно до умов цього Договору та Тарифів Банку. Банк має право стягувати комісію за поповнення вкладу \ рахунку третьої особи згідно діючих Тарифів банку.</p> <p>Банк має право закрити рахунок вкладу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- якщо на дату закінчення строку вкладу залишок вкладу нульовий,</li> <li>- або у разі відсутності надходжень коштів на вклад з моменту його відкриття, якщо Клієнт не має у Банку відкритих карткових продуктів для фізичних осіб або якщо з моменту відкриття вкладу минуло 12 місяців та більше,</li> <li>- або в порядку та на умовах, визначених Розділом 1.1. «Загальні положення» Умов та Правил.</li> </ul> <p>Банк має право на свій розсуд переглядати доступні Клієнту Умови накопичення. Доступні Умови накопичення відображаються на сайті Банку на сторінці <a href="http://rb.ua/korі">rb.ua/korі</a>. Про настання недоступності в майбутньому вже підключених Клієнтом Умов накопичення Банк інформує Клієнта не пізніше, ніж за 15 календарних днів в одному з каналів, зазначених у п.2.2.3.10 цих Правил.</p>	
22	3. Інформація про витрати клієнта та вимоги до клієнта	
23	Платежі за додаткові та супутні послуги банку, отримання яких є необхідним для укладення договору банківського вкладу (депозиту):	
24	відкриття поточного рахунку	Ні
25	інші послуги, отримання яких є необхідним для укладення договору банківського вкладу (депозиту)	Ні
26	оподаткування доходів, отриманих від вкладних (депозитних) операцій:	
27	податок на доходи фізичних осіб, грн	18% (проценти, від суми нарахованих процентів за вкладом)

28	військовий збір, грн	1,5% (проценти, від суми нарахованих процентів за вкладом)
29	Наслідки повернення строкового банківського вкладу (депозиту) на вимогу клієнта до спливу строку договору банківського вкладу (депозиту):	
30	<p>попередження:</p> <p>в разі дострокового розірвання договору банківського вкладу (депозиту) на вимогу клієнта можливе зменшення доходу від строкового вкладу (депозиту) відповідно до умов цього договору.</p> <p>Відповідно до законодавства України:</p> <p>повернення вкладникові банківського строкового вкладу та нарахованих процентів за цим вкладом на його вимогу до спливу строку або до настання інших обставин, визначених договором, можливе виключно у випадках, якщо це передбачено умовами договору банківського строкового вкладу;</p> <p>якщо клієнт/вкладник не вимагає повернення суми строкового вкладу зі спливом строку, встановленого договором банківського вкладу, або повернення суми вкладу, внесеного на інших умовах повернення, після настання визначених договором обставин договір вважається продовженим на умовах вкладу на вимогу, якщо інше не встановлено договором</p>	
31	повернення клієнту строкового банківського вкладу (депозиту) на вимогу клієнта до спливу строку договору банківського вкладу (депозиту)	Клієнт має право повернути частину / всю суму вкладу раніше закінчення терміну дії договору на послугу «Скарбничка».
32	процентна ставка в разі дострокового розірвання договору банківського вкладу (депозиту) на вимогу клієнта, % річних	0,01% річних - (за ставкою вкладу “До запитання”) При достроковому знятті частини або всієї суми вкладу Клієнту повертається запитувана сума вкладу та виплачуються проценти за неповний строк вкладу, нараховані за ставкою «до запитання».
33	4. Права клієнта згідно із законодавством України	
34	Ознайомлення з інформацією на вебсайті банку щодо участі банку в Фонді гарантування вкладів фізичних осіб та змістом довідки про систему гарантування вкладів фізичних осіб	

35	5. Подання звернення клієнта та терміни його розгляду
36	До банку:
37	перелік контактних даних банку зазначено в колонці 2 рядків 2, 4-7 таблиці додатка 2 до Положення про інформаційне забезпечення банками клієнтів щодо банківських та інших фінансових послуг. Термін розгляду звернення - не більше одного місяця з дня його надходження. Загальний термін розгляду звернення (у разі його подовження, якщо в місячний строк вирішити порушені у зверненні питання неможливо) не повинен перевищувати сорока п'яти днів або
38	до Національного банку:
39	перелік контактних даних розміщено в розділі “Звернення громадян” на сторінці офіційного Інтернет-представництва Національного банку. Термін розгляду звернення - не більше одного місяця з дня його надходження.   Загальний термін розгляду звернення (у разі його подовження, якщо в місячний строк вирішити порушені у зверненні питання неможливо) не повинен перевищувати сорока п'яти днів, або
40	до суду:
41	клієнт звертається до судових органів у порядку, визначеному законодавством України. (Клієнти - споживачі фінансової послуги звільняються від сплати судового збору за позовами, пов'язаними з порушенням їх прав як споживачів послуг)

Назва тарифу	Тариф
Вартість оформлення	не тарифікується
Плата за користування картою	не тарифікується
Комісія за 1 транзакцію	не тарифікується
Комісія за конвертацію валюти в разі здійснення операцій за кордоном <a href="#">Детальніше</a>	не тарифікується
Оплата картою на рахунок юридичної особи в ПриватБанку (платіж по Україні)	1% (мін 3 грн, max 1 000 грн) + 2 грн, якщо переказ у голосовому меню
Оплата картою на рахунок юридичної особи в іншому українському банку (платіж по Україні)	1% (мін 3 грн, max 1 000 грн) + 2 грн, якщо переказ у голосовому меню
Переказ на картку «Універсальна», у т. ч. Gold, Інтернет-картку, поточний рахунок фіз. особи	0% + 2 грн, якщо переказ у голосовому меню
Переказ на Картку для виплат, у т. ч. Золоту картку для виплат	0,5% + 2 грн, якщо переказ у голосовому меню
Переказ на картку будь-якого банку України	- платіж через сервіси ПриватБанку – 0,5% (мін 5 грн) - платіж через сервіси інших банків – 0,5% (мін 5 грн)
На картку Mastercard закордонного банку	2% (мін 50 грн)
На картку Visa закордонного банку	1% (мін \$1)
Оплата картою в торгових точках та інтернет-магазинах	не тарифікується
SMS-банкінг	не тарифікується
SMS-інформування про рухи за картою в разі підключення послуги через Приват24 або SMS-команду	не тарифікується
Самостійне отримання виписки в Приват24	не тарифікується
Поповнення готівкою інтернет-картки чи віртуального рахунку у терміналі самообслуговування та касі	<ul style="list-style-type: none"> <li>не тарифікується - поповнення власником картки;</li> <li>0,5% від суми (мінімум 5 грн) - поповнення картки третьою особою;</li> <li>0,2% від суми (мінімум 2 грн) - поповнення картки третьою особою клієнтом - власником будь-якої картки ПриватБанку (акційний тариф).</li> </ul>
<b>Тарифи за несанкціонований овердрафт</b>	
Відсоткова ставка за несанкціонований овердрафт (заборгованість по картковому рахунку, за яким овердрафт не передбачений)	3,4% на місяць від суми несанкціонованого овердрафту
Обов'язковий щомісячний платіж	100% від заборгованості по несанкціонованому овердрафту

**Рис. Д.1. Тарифи на використання Інтернет-картки від Приватбанку**



## ДОДАТОК Е

## Каталог кращих інтернет-банкінгів України

Звичка користуватися послугами банків без відвідування відділення не зникне і після карантину. Оплата комуналки, відкриття депозиту, перекази або обмін валюти - все це можна робити в онлайн. Порівняйте можливості інтернет-банкінгів в каталозі «Мінфіну» і обирайте собі банк.

### Підбір інтернет-банків за функціями:



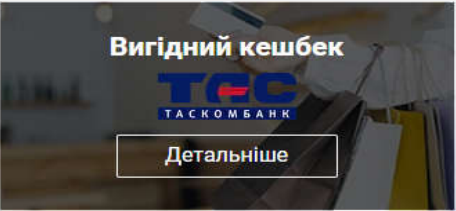




 <p>Реєстрація нових клієнтів без відвідування відділення банку</p>	 <p>Перекази з картки на картку</p>	 <p>Вигідний кешбек <b>ТАСКОМБАНК</b> Детальніше</p>
 <p>Відкриття депозиту онлайн</p>	 <p>Оплата комунальних послуг</p>	
 <p>Обмін валюти онлайн</p>	 <p>Поповнення мобільного рахунку</p>	

Рис. Е.1. Каталог банків які інтегровані у цифровий простір за функціями [/////////]