

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ФІНАНСІВ І КРЕДИТУ

# ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Кваліфікаційна робота

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:

студентка 4 курсу, групи 472-2,  
денної форми навчання,  
спеціальності 072 «Фінанси,  
банківська справа та страхування»

**Кушнір Карина Юріївна** \_\_\_\_\_

Керівник:

доцент кафедри фінансів і кредиту

**Марич Максим Григорович** \_\_\_\_\_

*До захисту допущено  
на засіданні кафедри  
протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_ травня 2024 р.  
Завідувач кафедри фінансів і кредиту  
\_\_\_\_\_ проф. Нікіфоров П.О.*

## АНОТАЦІЯ

Кушнір К.Ю. Інтернет-банкінг: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку в Україні. Рукопис. Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 072 – Фінанси, банківська справа та страхування. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, 2024.

В кваліфікаційній роботі досліджені теоретичні та практичні аспекти функціонування інтернет-банкінгу в Україні. Визначена сутність та значення дистанційного обслуговування в банківській системі. Проаналізовано сучасний стан інтернет-банкінгу на матеріалах АТ КБ «ПриватБанк», виявлено основні проблеми та запропоновані напрями розвитку інтернет-банкінгу в Україні.

Ключові слова: банк, банківська система, банківська діяльність, дистанційне обслуговування, інтернет-банкінг.

## ABSTRACT

Kushnir K. Internet banking: current state, problems and development prospects in Ukraine. Manuscript. Qualification work for obtaining the first (bachelor) level of higher education in specialty 072 – Finance, banking and insurance. Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, Chernivtsi, 2024.

The qualification paper examines the theoretical and practical aspects of the functioning of Internet banking in Ukraine. The essence and significance of remote service in the banking system is determined. The current state of internet banking has been analyzed based on the materials of JSC KB "PrivatBank", the main problems and proposed directions for the development of internet banking in Ukraine have been identified.

Keywords: bank, banking system, banking activity, remote service, internet banking.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання чужих ідей, результатів і текстів наукових досліджень мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ К.Ю. Кушнір

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ .....	7
1.1 Сутність та значення дистанційного обслуговування в банківській системі	7
1.2 Характеристика інтернет-банкінгу як складової системи отримання банківських послуг .....	12
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РИНКУ ПОСЛУГ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ В УКРАЇНІ....	17
2.1 Характеристика сучасного стану інтернет-банкінгу в Україні .....	17
2.2 Аналіз інтернет-банкінгу в АТ КБ «ПриватБанк».....	22
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ В УКРАЇНІ	30
3.1 Проблеми розвитку інтернет-банкінгу в Україні.....	30
3.2 Напрями розвитку інтернет-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк» .....	34
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ	

## ВСТУП

Актуальність. В умовах глобалізації та діджиталізації інтернет-банкінг стає невід'ємною частиною сучасної банківської системи, надаючи клієнтам зручний та швидкий доступ до фінансових послуг. Особливо важливим є дослідження стану та перспектив розвитку інтернет-банкінгу в поточній макроекономічній ситуації. В умовах військового конфлікту та економічної нестабільності надійний та ефективний доступ до банківських послуг через інтернет набуває критичного значення. Населення та бізнес потребують безпечних та зручних способів здійснення фінансових операцій, особливо в регіонах, де традиційні банківські відділення можуть бути недоступні або пошкоджені внаслідок бойових дій.

Крім того, розвиток інтернет-банкінгу в Україні сприяє підвищенню фінансової інклюзії та доступності банківських послуг для різних верств населення, включаючи людей з обмеженими можливостями та тих, хто проживає у віддалених регіонах.

Дослідження сучасного стану, проблем та перспектив розвитку інтернет-банкінгу в Україні дозволить виявити існуючі виклики та можливості, а також розробити рекомендації щодо вдосконалення системи онлайн-банкінгу. Це сприятиме підвищенню ефективності та стійкості фінансового сектору країни, що є критично важливим в умовах військового конфлікту та післявоєнного відновлення економіки України.

Огляд праць. Краус К. М., Краус Н. М. та Манжура О. В. досліджували електронну комерцію та інтернет-торгівлю. Логачова Ю. О., Єсіна М. В., Лойко В. В., Руденко В. С., Калита О. В., Еркес О. Є., Семенюк А. І., Калнауз Д., Гаврилюк О., Назар Д., Лоїк Р., Лоїк А., Цимбалюк М. Т., Котуранова Т. В., Вартоха Я. С., Александрова М. О., Кузьменко О. В. та Овчаренко В. О. вивчали різні аспекти розвитку цифрового банкінгу, банківських технологій та інновацій. Латковська Т., Марущак А. та Олексій У. досліджували правові та теоретичні проблеми визначення інтернет-банкінгу в Україні. Бурмістр В. О., Осухівська Г.

М., Владика Ю. П., Безугла Л. С., Турова Л. Л., Демко М. Я. та Дзюблюк О. приділяли увагу питанням діяльності системно важливих банків, маркетингових комунікацій банківських установ у мережі Інтернет, інноваційних векторів розвитку банківської системи та технологій розпізнавання реквізитів банківських карт. Незважаючи на надійну теоретичну основу, важливо запропонувати напрямки подальшого розвитку інтернет-банкінгу на прикладі АТ КБ «ПриватБанк».

Мета роботи полягає у обґрунтуванні напрямів розвитку інтернет-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк».

Відповідно, завданнями є:

- визначити сутність та значення дистанційного обслуговування в банківській системі;
- охарактеризувати інтернет-банкінг як складову системи отримання банківських послуг;
- проаналізувати характеристику сучасного стану інтернет-банкінгу в Україні;
- провести аналіз інтернет-банкінгу в АТ КБ «ПриватБанк»;
- виявити проблеми розвитку інтернет-банкінгу в Україні;
- запропонувати напрями розвитку інтернет-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк».

Об'єктом дослідження є діяльність банків в інтернеті.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти інтернет-банкінгу.

Інформаційною основою дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, які вивчали різні аспекти використання інтернету для надання банківських послуг, зокрема, розвиток цифрового банкінгу, банківських технологій та інновацій, правові та теоретичні проблеми визначення інтернет-банкінгу в Україні, а також питання електронної комерції та інтернет-торгівлі. Важливим джерелом інформації є статистичні дані та аналітичні матеріали Національного банку України щодо кількості клієнтів та рахунків в банках,

розподілу безготівкових операцій з використанням платіжних карток, розвитку платіжної інфраструктури. Крім того, в роботі використано дані провідних українських банків, зокрема, АТ КБ «ПриватБанк», щодо активності користувачів їх онлайн-сервісів. Для обґрунтування доцільності та ефективності запропонованих заходів залучено аналітичну інформацію від провідних світових компаній, таких як Google, а також дані щодо рівня інфляції в Україні та оплати праці ІТ-фахівців.

У дослідженні застосовано комплекс загальнонаукових та емпіричних методів дослідження. Серед загальнонаукових методів слід відзначити аналіз, синтез, індукцію, дедукцію та абстрагування. Щодо емпіричних методів, у роботі використано горизонтальний і вертикальний аналіз, які дозволяють вивчити динаміку та структуру досліджуваних показників. Крім того, застосовано коефіцієнтний метод для розрахунку відносних величин та визначення взаємозв'язків між ними.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 49 сторінок друкованого тексту, основний зміст роботи викладено на 44 сторінках. Робота містить 4 таблиці та 11 рисунків, список використаних джерел включає 42 найменування.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ

### 1.1 Сутність та значення дистанційного обслуговування в банківській системі

В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та зростаючих потреб клієнтів у зручності та доступності банківських послуг дистанційне обслуговування стало невід'ємною частиною сучасної банківської системи. У випадку використання такого підходу взаємодія між банком та клієнтом відбувається без необхідності фізичної присутності останнього у відділенні банку. Сутність дистанційного обслуговування полягає у використанні різноманітних технологічних засобів, таких як інтернет-банкінг, мобільний банкінг, телефонний банкінг та банкомати, з метою забезпечення зручного, швидкого та безпечного доступу клієнтів до банківських послуг у будь-який час та з будь-якого місця.

З точки зору функціонального підходу дистанційне обслуговування в банківській системі виконує низку важливих функцій. По-перше, воно дозволяє клієнтам здійснювати різноманітні фінансові операції, такі як перевірка балансу рахунку, переказ коштів, оплата рахунків та замовлення нових банківських продуктів, без необхідності відвідувати відділення банку. По-друге, дистанційне обслуговування сприяє підвищенню ефективності банківських процесів, зменшуючи навантаження на фізичні відділення та скорочуючи операційні витрати банку. По-третє, воно забезпечує персоналізований підхід до обслуговування клієнтів, дозволяючи банкам краще розуміти потреби та уподобання своїх клієнтів на основі аналізу даних про їхню поведінку та активність у дистанційних каналах.

Системний підхід до дистанційного обслуговування в банківській системі передбачає розгляд цього явища як складної та динамічної системи, що складається з множини взаємопов'язаних елементів. У цьому контексті,

ключовими елементами системи дистанційного обслуговування є банківська інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, мережі передачі даних), користувачі (клієнти банку), процеси (автентифікація, авторизація, виконання транзакцій) та регуляторне середовище (законодавство, стандарти безпеки). Ефективне функціонування системи дистанційного обслуговування вимагає налагодженої взаємодії між усіма цими елементами, а також постійного вдосконалення та адаптації до мінливих умов ринку та потреб клієнтів.

Процесний підхід до дистанційного обслуговування в банківській системі зосереджується на оптимізації та автоматизації ключових бізнес-процесів, пов'язаних з наданням фінансових послуг через дистанційні канали [13, с.147]. Цей підхід передбачає детальний аналіз та моделювання процесів, таких як залучення нових клієнтів, автентифікація користувачів, обробка транзакцій, управління ризиками та запобігання шахрайству. Метою процесного підходу в рамках дистанційного обслуговування є підвищення ефективності, зменшення помилок та скорочення часу виконання операцій, що в кінцевому підсумку призводить до покращення якості обслуговування клієнтів та зниження операційних витрат банку.

З точки зору маркетингового підходу дистанційне обслуговування в банківській системі розглядається як важливий інструмент для залучення та утримання клієнтів, а також для диференціації банку на висококонкурентному ринку фінансових послуг. Фінансові організації, які пропонують зручні, інноваційні та персоналізовані рішення для дистанційного обслуговування, мають можливість посилити свої конкурентні переваги та збільшити задоволеність клієнтів. Маркетинговий підхід до дистанційного обслуговування передбачає ретельне вивчення потреб, уподобань та очікувань цільових сегментів клієнтів, а також розробку та просування відповідних продуктів і послуг через дистанційні канали. Важливим аспектом маркетингового підходу є також забезпечення ефективної комунікації з клієнтами, навчання їх використанню дистанційних сервісів та постійне вдосконалення користувацького досвіду на основі зворотного зв'язку та аналізу даних.



Завдяки використанню сучасних технологій, таких як інтернет-банкінг, мобільний банкінг та банкомати, клієнти отримують можливість зручно та оперативно отримувати банківські послуги без необхідності відвідувати відділення банку. Це дозволяє банкам підтримувати високий рівень задоволеності клієнтів, швидко реагувати на їхні запити та забезпечувати безперебійний доступ до фінансових сервісів (Рис. 1.1).



Рис. 1.1 Значення дистанційного обслуговування в банківській системі

Джерело: складено автором на основі [1, с.59; 14, с.313; 36, с.54; 42, с.81]

Впровадження дистанційного обслуговування також сприяє розширенню мережі точок продажу банківських продуктів. Фінансові організації можуть охопити більшу кількість потенційних клієнтів, незалежно від їхнього географічного розташування. Це дозволяє банкам вийти за межі традиційних відділень та залучити нових представників цільової аудиторії, які надають перевагу зручності та доступності онлайн-сервісів. Розширення мережі точок продажу через дистанційне обслуговування є ефективною стратегією для збільшення клієнтської бази та покращення ринкової позиції банку.

Дистанційне обслуговування відіграє важливу роль в оптимізації витрат банку на утримання персоналу та функціонування відділень. Автоматизація

процесів та перенесення частини операцій у дистанційні канали дозволяє банкам скоротити кількість співробітників, необхідних для обслуговування клієнтів у фізичних відділеннях. Це призводить до зниження витрат на заробітну плату, оренду приміщень та інші операційні витрати, пов'язані з утриманням мережі відділень.

Персоналізація банківських послуг відповідно до потреб кожного клієнта є однією з ключових переваг дистанційного обслуговування [41, с.59]. Завдяки аналізу даних про поведінку та вподобання клієнтів у дистанційних каналах, банки можуть краще зрозуміти їхні потреби та запропонувати індивідуальні рішення. Персоналізовані пропозиції, що базуються на історії транзакцій, демографічних характеристиках та інших даних про клієнта, дозволяють кредитним організаціям надавати більш релевантні та корисні послуги. Це підвищує задоволеність цільової аудиторії, зміцнює їхню лояльність до банку та стимулює подальше використання дистанційних сервісів.

Дистанційне обслуговування відкриває нові можливості для банків у контексті збільшення асортименту потенційних фінансових і нефінансових послуг для клієнтів. Це можуть бути персоналізовані інвестиційні рекомендації, страхові продукти, послуги з управління активами, а також нефінансові сервіси, такі як консьерж-послуги або програми лояльності.

Дистанційне обслуговування значно полегшує доступ клієнтів до певних банківських послуг. Завдяки можливості здійснювати фінансові операції через інтернет або мобільні додатки, клієнти можуть отримати доступ до своїх рахунків, переказувати кошти, оплачувати рахунки та виконувати інші транзакції в будь-який час і з будь-якого місця. Це особливо важливо для клієнтів, які проживають у віддалених регіонах або мають обмежену можливість відвідувати відділення банку.

Впровадження дистанційного обслуговування дозволяє зменшити дистанцію між банком і клієнтом, як у фізичному, так і в психологічному сенсі. Завдяки регулярній взаємодії через цифрові канали банки можуть встановити більш тісні та персоналізовані відносини зі своїми клієнтами [21, с.29]. Це

досягається шляхом надання оперативної підтримки через онлайн-чати, персоналізованих пропозицій на основі аналізу даних про клієнта, а також проактивного інформування про нові продукти та послуги. Зменшення дистанції між банком і клієнтом сприяє зміцненню довіри, підвищенню лояльності та формуванню довгострокових відносин.

Дистанційне обслуговування відкриває нові можливості для вдосконалення аналітичних можливостей банку. Завдяки збору та аналізу великих обсягів даних про поведінку клієнтів у цифрових каналах, банки можуть отримати цінні знання про їхні потреби, вподобання та звички.

Також воно сприяє підвищенню рівня фінансової обізнаності клієнтів. Завдяки доступу до освітніх матеріалів, фінансових порад та інструментів через онлайн-платформи клієнти можуть покращити своє розуміння фінансових концепцій та продуктів. Банки надають персоналізовані рекомендації щодо управління фінансами, інвестування та планування бюджету, а також проводять вебінари та онлайн-курси для підвищення фінансової грамотності своїх клієнтів. Підвищення рівня фінансової обізнаності через дистанційне обслуговування дозволяє клієнтам приймати більш зважені фінансові рішення, уникати помилок та досягати своїх фінансових цілей.

Підводячи підсумок, зазначимо, що дистанційне обслуговування в банківській системі є сучасним підходом, який забезпечує ефективну взаємодію між банком та клієнтом за межами відділення, використовуючи різноманітні технологічні засоби. Воно виконує низку важливих функцій, таких як забезпечення зручного доступу до банківських послуг, підвищення ефективності банківських процесів та персоналізація обслуговування клієнтів. Дистанційне обслуговування є складною та динамічною системою, яка вимагає налагодженої взаємодії між банківською інфраструктурою, користувачами, процесами та регуляторним середовищем.

## 1.2 Характеристика інтернет-банкінгу як складової системи отримання банківських послуг

Інтернет-банкінг, як різновид дистанційного обслуговування, означає форму банківської діяльності, при здійсненні якої банківські операції виконуються за допомогою обміну електронними сигналами, а не шляхом обміну готівкою, чеків або інших видів документів [21, с.27].

Інтернет-банкінг, як невід'ємна складова сучасної системи банківських послуг, характеризується низкою специфічних ознак, що відрізняють його від традиційних форм банківського обслуговування. Насамперед, це дистанційний доступ до банківських операцій через мережу Інтернет, який дозволяє клієнтам здійснювати фінансові транзакції у будь-який час і з будь-якого місця, де є доступ до глобальної мережі.

Інтернет-банкінг також вирізняється високим рівнем автоматизації процесів, що дозволяє мінімізувати людський фактор та підвищити ефективність здійснення банківських операцій. Завдяки використанню сучасних інформаційних технологій, система Інтернет-банкінгу здатна обробляти значні обсяги даних у режимі реального часу, забезпечуючи швидкість та точність виконання фінансових транзакцій. Ця характеристика є особливо важливою в умовах динамічного розвитку цифрової економіки, де швидкість та надійність обміну інформацією відіграють ключову роль.

Ще однією характерною ознакою Інтернет-банкінгу є його інтерактивність та персоналізація [37, с.241]. Системи онлайн-банкінгу надають користувачам можливість самостійно налаштовувати параметри своїх рахунків, встановлювати ліміти на здійснення операцій, отримувати персоналізовані повідомлення та сповіщення про рух коштів.

Не менш важливою характеристикою Інтернет-банкінгу є його безпечність. Банки приділяють значну увагу питанням захисту даних, впроваджуючи такі технології як шифрування, двофакторна автентифікація та моніторинг підозрілих транзакцій. Ці заходи дозволяють мінімізувати ризики

несанкціонованого доступу до рахунків клієнтів та забезпечити конфіденційність їхньої фінансової інформації.

Інтернет-банкінг характеризується широким спектром доступних послуг, що охоплюють практично всі аспекти банківського обслуговування [35, с.75]. Така функціональна різноманітність дозволяє задовольнити потреби різних категорій клієнтів та підвищити ефективність їхньої взаємодії з банком.

Таким чином, Інтернет-банкінг як складова системи отримання банківських послуг характеризується низкою унікальних ознак, серед яких дистанційний доступ, автоматизація процесів, інтерактивність, персоналізація, безпечність та широкий спектр доступних послуг.

Інтернет-банкінг надає суттєві переваги як для банківських установ, так і для їхніх клієнтів. Для банків впровадження онлайн-банкінгу дозволяє оптимізувати операційні витрати, адже значна частина транзакцій здійснюється в автоматичному режимі без необхідності залучення персоналу. Це призводить до зниження витрат на утримання мережі фізичних відділень та скорочення витрат на обробку паперових документів. Крім того, Інтернет-банкінг дозволяє банкам розширити свою клієнтську базу, охоплюючи тих користувачів, які надають перевагу дистанційному обслуговуванню. Для клієнтів Інтернет-банкінг надає низку суттєвих переваг, серед яких зручність та доступність [4, с.152].

Інтернет-банкінг також забезпечує клієнтам більший контроль над власними фінансами. Користувачі мають можливість у режимі реального часу відстежувати рух коштів на своїх рахунках, встановлювати ліміти на здійснення операцій, отримувати сповіщення про транзакції. Ці функції дозволяють клієнтам ефективніше управляти своїми фінансовими ресурсами та оперативно реагувати на будь-які зміни чи потенційні загрози.

Онлайн-банкінг надає клієнтам доступ до широкого спектру банківських продуктів та послуг, що раніше були доступні лише при особистому відвідуванні відділення банку. Через Інтернет-платформи користувачі можуть відкривати

депозитні рахунки, оформлювати кредити, замовляти платіжні картки, здійснювати валютнообмінні операції тощо [19, с.61].

Однією з найпоширеніших послуг є перегляд балансу та виписки по рахунках. Користувачі можуть у будь-який час отримати інформацію про стан своїх рахунків, переглянути історію транзакцій та завантажити електронні виписки для подальшого аналізу чи звітності.

Інтернет-банкінг також надає можливість здійснювати грошові перекази між власними рахунками та рахунками інших осіб, як у межах одного банку, так і між різними банківськими установами. Ця послуга дозволяє користувачам швидко та зручно переміщувати кошти без необхідності відвідувати відділення банку чи заповнювати паперові документи.

Оплата рахунків є ще однією типовою послугою інтернет-банкінгу. Клієнти мають можливість сплачувати комунальні послуги, податки, штрафи, здійснювати платежі за кредитами та інші регулярні платежі через онлайн-платформу банку. Це дозволяє заощадити час та уникнути простоїв, пов'язаних з очікуванням у чергах чи обробкою паперових документів.

Окрім цього, інтернет-банкінг надає клієнтам можливість відкривати та управляти депозитними рахунками. Користувачі можуть переглядати умови депозитних програм, розраховувати потенційний дохід, оформлювати заявки на відкриття депозитів та відстежувати їх статус. Ця послуга дозволяє клієнтам ефективно управляти своїми заощадженнями та отримувати додатковий дохід у вигляді відсотків.

Замовлення та управління платіжними картками також є типовою послугою інтернет-банкінгу. Клієнти мають можливість замовити нові картки, перевипустити існуючі, встановлювати ліміти на здійснення операцій, блокувати та розблокувати картки в разі необхідності [25]. Такі функції дозволяють користувачам ефективно керувати своїми платіжними інструментами та забезпечувати їх безпеку.

Також інтернет-банкінг надає доступ до кредитних продуктів банку. Користувачі можуть подавати заявки на отримання кредитів, переглядати умови

кредитування, розраховувати потенційні платежі та відстежувати статус своїх кредитних заявок. Ця послуга спрощує процес отримання кредитних коштів та дозволяє клієнтам приймати зважені фінансові рішення.

Послуги з управління інвестиціями також доступні через інтернет-банкінг. Клієнти мають можливість відкривати інвестиційні рахунки, купувати та продавати цінні папери, відстежувати ефективність своїх інвестиційних портфелів. Ця послуга дозволяє користувачам диверсифікувати свої фінансові активи та потенційно отримувати додатковий дохід від інвестиційної діяльності.

Інтернет-банкінг, здійснюваний за допомогою мобільного телефону або комп'ютера, має низку ключових відмінностей. Використання мобільного телефону для інтернет-банкінгу забезпечує більшу гнучкість і доступність, оскільки користувачі можуть отримати доступ до своїх банківських рахунків у будь-якому місці та в будь-який час за наявності мобільного підключення до Інтернету. Мобільні додатки для інтернет-банкінгу зазвичай мають спрощений та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, оптимізований для менших екранів смартфонів, що полегшує навігацію та виконання основних банківських операцій.

З іншого боку, використання комп'ютера для інтернет-банкінгу надає користувачам більше можливостей і функціональності. Веб-інтерфейси інтернет-банкінгу на комп'ютерах зазвичай пропонують розширені функції, такі як детальні звіти про транзакції, управління кількома рахунками та персоналізовані інструменти фінансового планування. Більші екрани комп'ютерів дозволяють відображати більше інформації одночасно, що полегшує перегляд складних фінансових даних і виконання складніших банківських операцій.

Підсумовуючи, зазначимо, що в процесі вивчення теоретичних основ інтернет-банкінгу сформульовано такі висновки:

- розкрито сутність та значення дистанційного обслуговування в банківській системі. Дистанційне обслуговування відіграє ключову роль у забезпеченні ефективної взаємодії між банком та клієнтами, розширенні мережі

точок продажу банківських продуктів та оптимізації витрат на утримання персоналу та функціонування відділень. Воно дозволяє персоналізувати банківські послуги відповідно до потреб кожного клієнта, збільшити асортимент потенційних фінансових і нефінансових послуг, а також полегшити доступ до певних банківських послуг. Дистанційне обслуговування сприяє зменшенню дистанції між банком і клієнтом, вдосконаленню аналітичних можливостей банку та підвищенню рівня фінансової обізнаності клієнтів;

- охарактеризовано інтернет-банкінг як складову системи отримання банківських послуг. Інтернет-банкінг, як невід'ємна складова сучасної системи банківського обслуговування, характеризується низкою специфічних ознак, таких як дистанційний доступ через мережу інтернет, автоматизація процесів, інтерактивність, персоналізація, безпечність та широкий спектр доступних послуг. Він надає суттєві переваги як для банків, так і для клієнтів, дозволяючи оптимізувати операційні витрати, розширити клієнтську базу, забезпечити зручність та доступність банківських послуг, а також підвищити контроль над власними фінансами. Типові послуги інтернет-банкінгу охоплюють перегляд балансу, здійснення переказів, оплату рахунків, управління депозитами, кредитами та інвестиціями, що обумовлює зростаючу популярність цієї форми банківського обслуговування серед користувачів.



## РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РИНКУ ПОСЛУГ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ В УКРАЇНІ

### 2.1 Характеристика сучасного стану інтернет-банкінгу в Україні

Визначивши суть теоретичних аспектів інтернет-банкінгу доцільно звернути увагу на практичну сторону розвитку цієї сфери в Україні протягом останніх років. Кількість приватних осіб, які користуються інтернет-банкінгом, збільшилася з 44,2 млн у 2021 році до 51,7 млн у 2022 році та досягла 62,3 млн у 2023 році. Водночас, кількість підприємств, що використовують дистанційні банківські послуги, також зросла з 2,3 млн у 2021 році до 2,4 млн у 2022 році та 2,92 млн у 2023 році (Рис. 2.1).

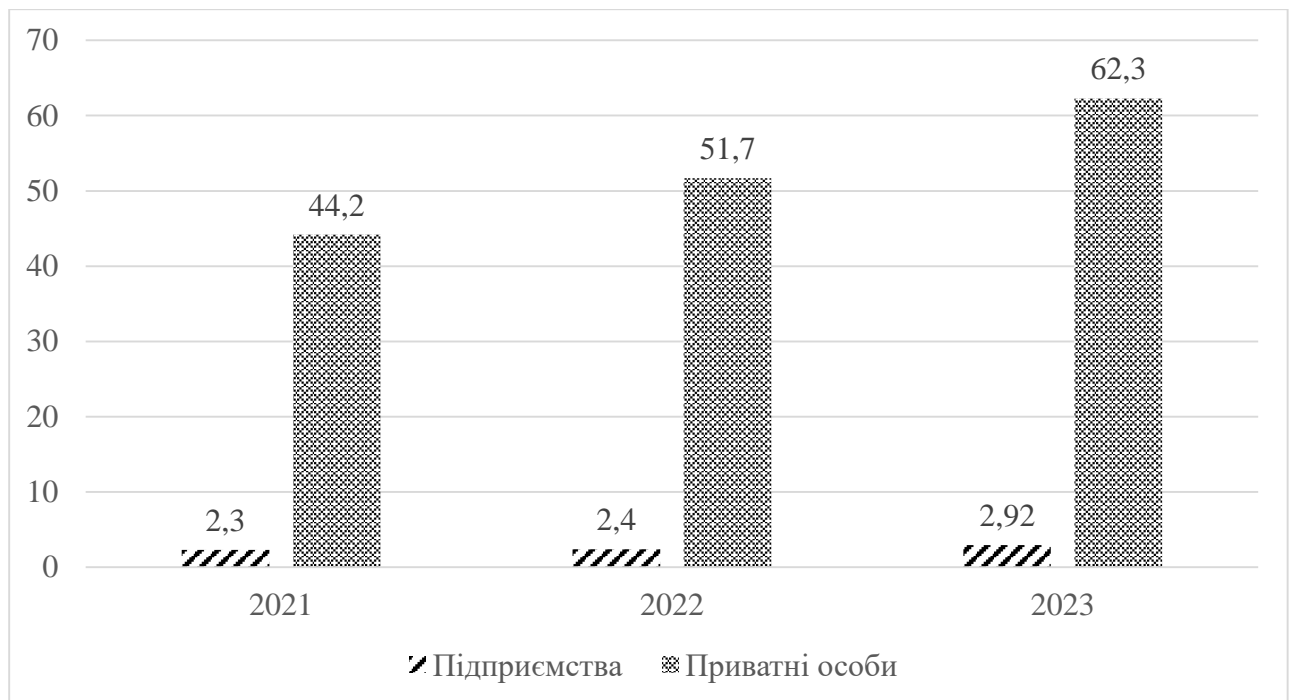


Рис. 2.1 Динаміка кількості клієнтів банків, що використовують дистанційне обслуговування, в 2021-2023 рр., млн осіб

Джерело: складено автором на основі [16]

Факт, що кількість користувачів інтернет-банкінгу перевищує кількість громадян України, свідчить про високий рівень проникнення цифрових технологій у банківській сфері та значну популярність дистанційних банківських

послуг серед населення. Це явище пояснюється тим, що одна людина може мати декілька банківських рахунків у різних банках і користуватися інтернет-банкінгом для кожного з них. Крім того, до числа користувачів можуть входити іноземні громадяни, які проживають або ведуть бізнес в Україні.

Серед факторів, що сприяють зростанню кількості користувачів інтернет-банкінгу, можна виділити такі: по-перше, загальне збільшення проникнення інтернету та смартфонів серед населення; по-друге, зручність та доступність дистанційних банківських послуг, які дозволяють здійснювати операції в будь-який час і в будь-якому місці; по-третє, розвиток технологій безпеки, що підвищує довіру клієнтів до онлайн-транзакцій. Додатково, пандемія COVID-19 стала катализатором зростання популярності інтернет-банкінгу, оскільки багато людей надавали перевагу дистанційному обслуговуванню, щоб зменшити ризик інфікування.

Банки, у свою чергу, активно розвивають і просувають свої онлайн-платформи, пропонуючи клієнтам широкий спектр послуг та привабливі умови. Вони інвестують у розробку зручних мобільних додатків, покращення користувацького інтерфейсу та впровадження інноваційних функцій, таких як біометрична аутентифікація та персоналізовані пропозиції. Окремі установи, такі як Монобанк, повністю побудували свою активність в онлайн-середовищі.

Загальний обсяг безготівкових операцій онлайн зріс з 3099 млрд грн у 2021 році до 3444 млрд грн у 2022 році та досяг 6141 млрд грн у 2023 році, що свідчить про стрімкий розвиток безготівкової економіки та зростання популярності електронних платежів серед українців (Рис. 2.2).

Найбільшу частку в структурі онлайн-операцій займають перекази з картки на картку. Обсяг таких переказів збільшився з 1471 млрд грн у 2021 році до 1907 млрд грн у 2022 році та 1990 млрд грн у 2023 році. Обсяг операцій з придбання товарів та послуг в мережі Інтернет демонструє нестабільну динаміку: після зниження з 721 млрд грн у 2021 році до 615 млрд грн у 2022 році, спостерігається значне зростання до 878 млрд грн у 2023 році. Це пов'язано з економічними коливаннями у зв'язку із впливом війни.



Рис. 2.2 Зміна активності за показником обороту за безготівковими операціями за допомогою платіжних карток в банківській системі України в 2021-2023 рр., млрд грн.

Джерело: складено автором на основі [31;32;33;34;8]

Водночас, обсяг операцій через платіжні термінали зріс з 879 млрд грн у 2021 році до 897 млрд грн у 2022 році та досяг вражаючих 2825 млрд грн у 2023 році. Це свідчить про активне впровадження платіжних терміналів в торгових точках та зростання популярності безконтактних платежів серед населення. Розвиток інфраструктури прийому безготівкових платежів та підвищення фінансової грамотності населення також сприяють цій тенденції.

Серед факторів, що впливають на зростання обсягів онлайн-операцій, можна виділити: по-перше, активну позицію Національного банку України щодо розвитку безготівкової економіки та стимулювання використання електронних платежів; по-друге, зусилля комерційних банків з просування безготівкових розрахунків та розширення спектру цифрових послуг; по-третє, зміну споживчих звичок та зростання довіри населення до безготівкових транзакцій. Крім того,

пандемія COVID-19 та військові дії прискорили перехід на безконтактні платежі та онлайн-покупки.

Загальна кількість безготівкових операцій демонструє нестабільну динаміку: після зниження з 7041 млн од. у 2021 році до 5194 млн од. у 2022 році, спостерігається значне зростання до 7912 млн од. у 2023 році. Падіння у 2022 році теж прямо пов'язане із невизначеністю в економіці, що спонукало клієнтів до зниження витрати, особливо довгострокових, інвестиційних.



Рис. 2.3 Зміна активності за показником кількості за безготівковими операціями за допомогою платіжних карток в банківській системі України в 2021-2023 рр., МЛН ОД.

Джерело: складено автором на основі [31;32;33;34;8]

Кількість переказів з картки на картку, в тому числі через Інтернет, зменшилася з 1469 млн од. у 2021 році до 957 млн од. у 2022 році та 704 млн од. у 2023 році. Кількість операцій з придбання товарів та послуг в мережі Інтернет також демонструє спадну динаміку: з 1827 млн од. у 2021 році до 1449 млн од. у 2022 році та 1131 млн од. у 2023 році. Найбільш вражаючу динаміку демонструє кількість операцій через платіжні термінали: після зниження з 3686 млн од. у

2021 році до 2732 млн од. у 2022 році, відбулося стрімке зростання до 5681 млн од. у 2023 році. Кількість операцій за допомогою пристроїв самообслуговування демонструє поступове зниження з 59 млн од. у 2021 році до 56 млн од. у 2022 році та 32 млн од. у 2023 році (Рис. 2.3).

Представлені дані демонструють рівень впровадження інтернет-банкінгу різними групами банків в Україні. Найбільшу кількість банків, що пропонують послуги інтернет-банкінгу, складають банки з державною часткою - 35 установ. Це свідчить про те, що державні банки активно інвестують у розвиток цифрових технологій та намагаються відповідати сучасним потребам клієнтів (Рис. 2.4).

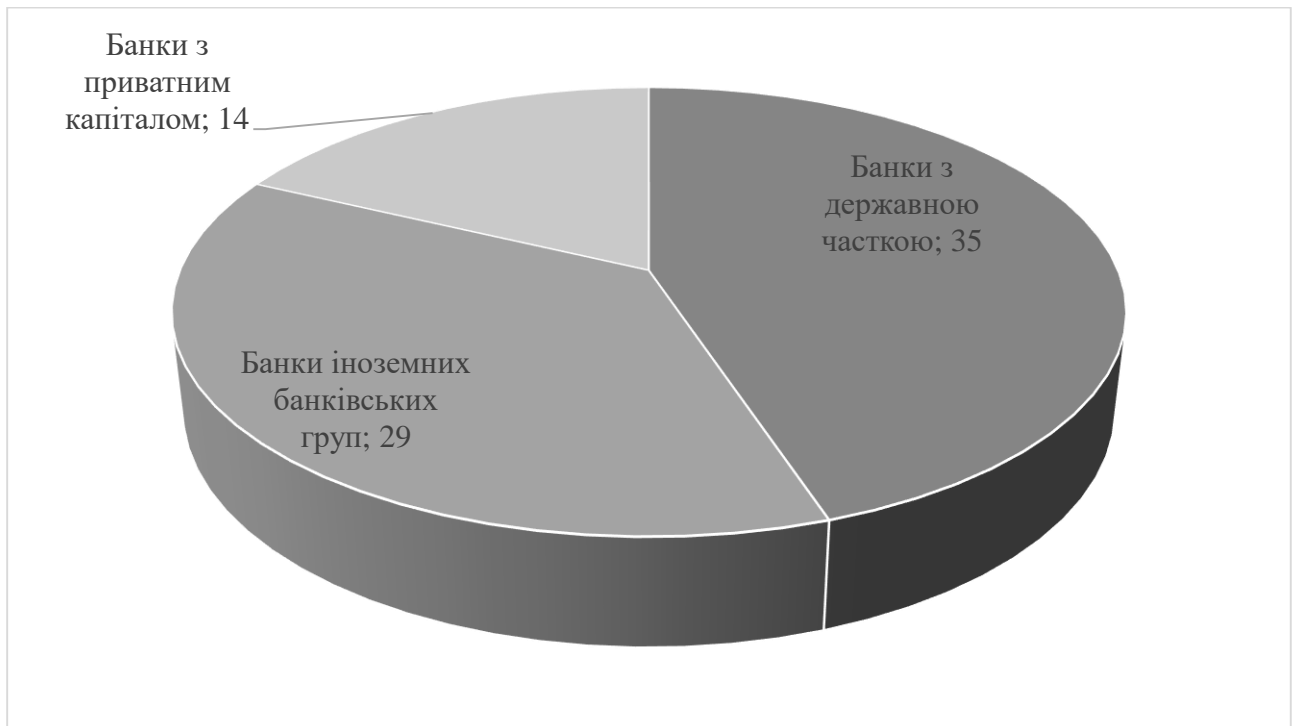


Рис. 2.4 Рівень впровадження інтернет-банкінгу банками України, од.

Джерело: складено автором на основі [6, с.110]

Банки іноземних банківських груп посідають друге місце за рівнем впровадження інтернет-банкінгу – 29 установ. Це пов'язано з тим, що іноземні установи мають доступ до передових технологій та досвіду впровадження цифрових рішень у своїх материнських структурах. Крім того, іноземні банки зазвичай орієнтуються на більш вимогливих та технологічно обізнаних клієнтів, що стимулює їх до розвитку онлайн-сервісів. Впровадження інтернет-банкінгу

дозволяє іноземним банкам підвищувати конкурентоспроможність на українському ринку та залучати нових клієнтів.

Банки з приватним капіталом демонструють найнижчий рівень впровадження інтернет-банкінгу - лише 14 установ. Це зумовлено обмеженістю фінансових ресурсів та інвестицій у розвиток цифрової інфраструктури. Приватні банки, особливо невеликі за розміром, можуть стикатися з труднощами у впровадженні та підтримці сучасних технологічних рішень.

Підводячи підсумок, зазначимо, що сучасний стан інтернет-банкінгу в Україні характеризується активним зростанням кількості користувачів, яка перевищила чисельність населення країни, досягнувши 65,22 млн у 2023 році. Обсяг онлайн операцій через платіжні термінали зріс з 879 млрд грн у 2021 році до 2825 млрд грн у 2023 році, що свідчить про розвиток інфраструктури прийому безготівкових платежів. Державні банки та банки іноземних банківських груп активніше впроваджують інтернет-банкінг порівняно з банками з приватним капіталом.

## 2.2 Аналіз інтернет-банкінгу в АТ КБ «ПриватБанк»

Зрозумівши загальний контекст розвитку інтернет-банкінгу в Україні, доцільно звернути увагу на конкретний приклад застосунку, а саме Приват24. У 2021 році платформа налічувала 13,5 мільйонів користувачів, що свідчить про високий рівень популярності та довіри до цифрових банківських послуг серед населення України. Проте, у 2022 році спостерігалось зниження кількості користувачів до 12,03 мільйонів, що можна пояснити низкою факторів, включаючи економічну невизначеність, спричинену війною РФ проти України, та посиленням конкуренції з боку інших гравців на ринку фінансових технологій.

Незважаючи на тимчасовий спад у 2022 році, у 2023 році кількість користувачів Приват24 відновила зростання, досягнувши 13,46 мільйонів, що можна пояснити здатністю ПриватБанку адаптуватися до мінливих ринкових

умов, впроваджувати інноваційні рішення та підтримувати високі стандарти обслуговування клієнтів, а головне – загальним зростанням ринку після стабілізації роботи банківського сектору в Україні. Банк активно інвестує в розвиток своєї цифрової інфраструктури, регулярно оновлюючи функціональність платформи та розширюючи спектр доступних послуг (Рис. 2.5).

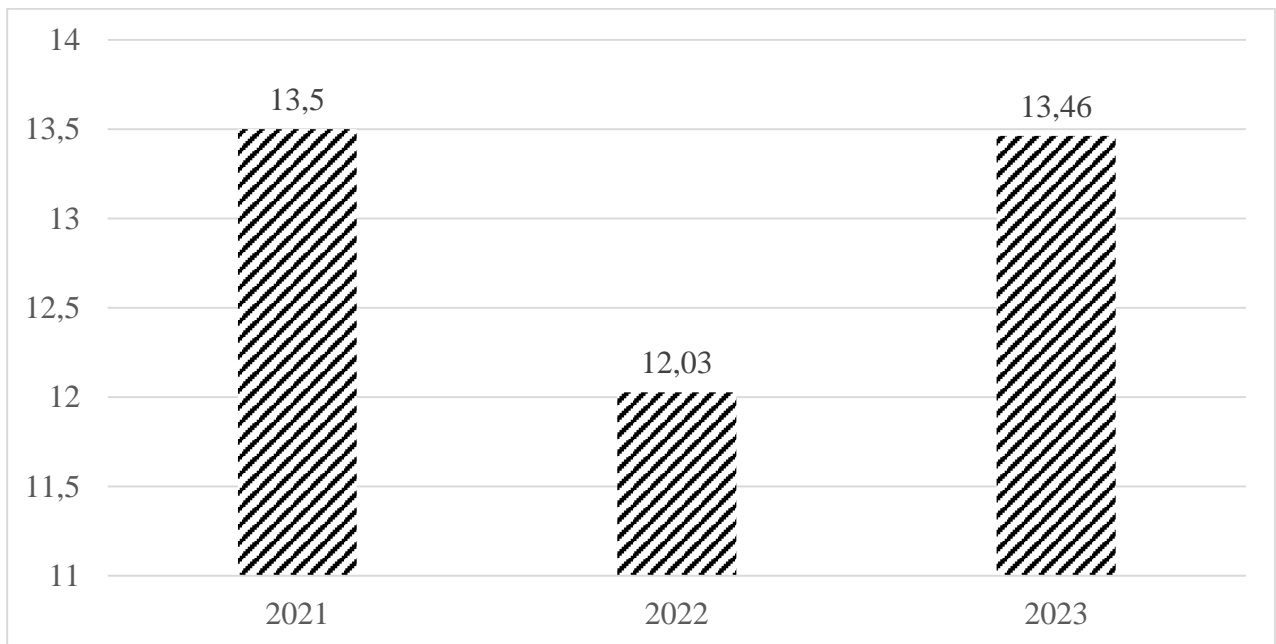


Рис. 2.5 Кількість користувачів Приват24 в 2021-2023 рр., млн осіб

Джерело: складено автором на основі [17; 15]

Серед факторів, що сприяють популярності Приват24, можна виділити зручність використання, широкий спектр функцій (включаючи оплату рахунків, перекази коштів, управління картками тощо), а також надійність і безпеку платформи. ПриватБанк приділяє значну увагу забезпеченню захисту даних користувачів та запобіганню шахрайських операцій, що є критично важливим для підтримання довіри клієнтів до цифрового банкінгу.

Окрім технологічних аспектів, успіх Приват24 також обумовлений ефективною маркетинговою стратегією банку, спрямованою на популяризацію цифрових послуг серед різних сегментів населення. ПриватБанк активно співпрацює з торговельними мережами, сервісами доставки та іншими партнерами, пропонуючи спеціальні акції та знижки для користувачів Приват24,

що стимулює залучення нових клієнтів та підвищує лояльність існуючих. Звичайно, суттєвий вплив має і сам факт того, що Приватбанк є одним із найбільших в Україні.

Варто зазначити також, що тенденція зростання кількості користувачів Приват24 відображає загальний тренд цифровізації банківської сфери в Україні.

Обсяг переказів з карти на карту через інтернет у 2021 році становив 820,6 млрд грн. У 2022 році спостерігалось значне зростання цього показника до 1596,0 млрд грн, що майже вдвічі перевищує значення попереднього року. Таке різке збільшення можна пояснити кількома факторами, перш за все, початком військових дій, що призвело до притоку частини коштів клієнтів із інших банків, адже досліджувана установа належить на поточний момент державі, відповідно, висока імовірність проведення додаткової докапіталізації у випадку втрати фінансової стійкості.

Проте, у 2023 році обсяг переказів з карти на карту через інтернет дещо знизився до 1110,2 млрд грн. Хоча це значення все ще суттєво перевищує показник 2021 року, воно на 30,4% менше за пікове значення 2022 року. Це можна пояснити стабілізацією ситуації у зв'язку із невизначеністю у 2022 році через початок війни та поступовим відновленням звичних моделей споживчої поведінки. Деякі користувачі могли повернутися до готівкових розрахунків або знову почали надавати перевагу офлайн-транзакціям.

Щодо купівлі товарів і послуг в інтернеті, то у 2021 році обсяг цих операцій становив 402,5 млрд грн. У 2022 році відбулося зростання на 27,8% до 514,6 млрд грн. Однак, у 2023 році обсяг купівлі товарів і послуг в інтернеті незначно знизився до 490,0 млрд грн, що на 4,8% менше за показник попереднього року.

Варто зазначити, що, незважаючи на певні коливання, обсяги безпосередніх операцій клієнтів ПриватБанку через інтернет залишаються на високому рівні.

Це свідчить про стійкий попит на цифрові банківські послуги та довіру клієнтів до онлайн-платформ. ПриватБанк, як лідер ринку, продовжує



інвестувати в розвиток своїх інтернет-сервісів, забезпечуючи їх надійність, безпеку та зручність використання.

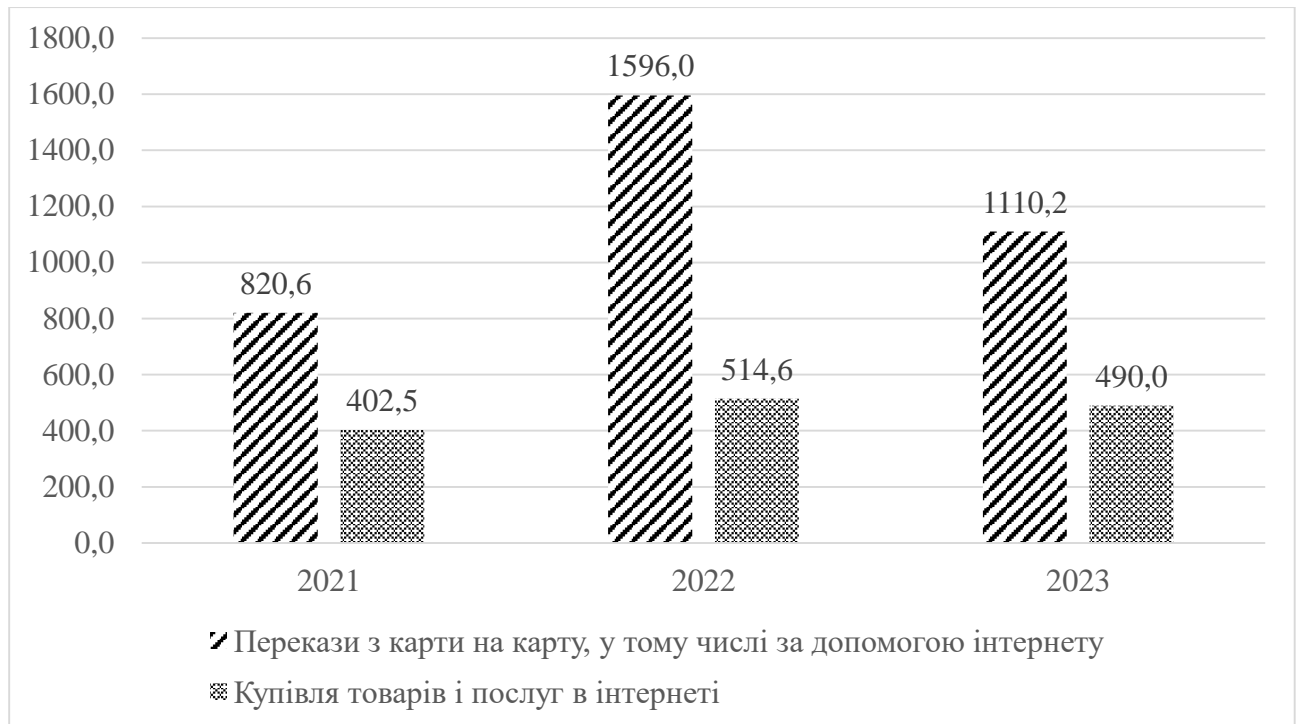


Рис. 2.6 Динаміка обсягу безпосередніх операцій клієнтів АТ КБ «ПриватБанк» за допомогою інтернету в 2021-2023 рр., млрд грн.

Джерело: складено автором на основі [8; 31;32;33;34]

Очікується, що тенденція до зростання обсягів онлайн-транзакцій збережеться в довгостроковій перспективі. ПриватБанк, зі свого боку, продовжуватиме вдосконалювати свої інтернет-платформи, розширювати функціональність та пропонувати інноваційні рішення для задоволення потреб клієнтів в епоху цифрової трансформації фінансового сектору.

Рівень знання бренду ПриватБанку в контексті інтернет-банкінгу становить 78%. Цей показник свідчить про високу впізнаваність та популярність банку серед населення України. ПриватБанк має потужну маркетингову стратегію, яка включає різноманітні канали комунікації, такі як телебачення, інтернет, зовнішня реклама та спонсорство. Банк активно просуває свої цифрові послуги, підкреслюючи їх зручність, безпеку та інноваційність (Рис. 2.7).

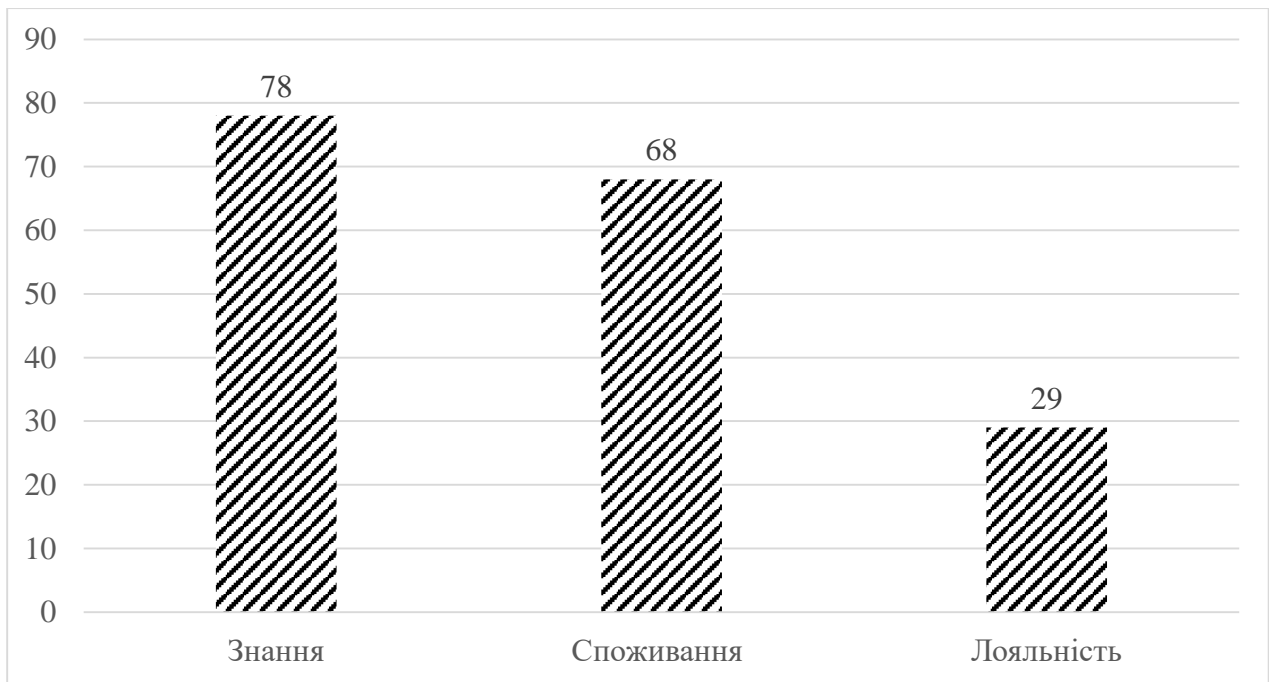


Рис. 2.7 Маркетингові показники ефективності інтернет-банкінгу АТ КБ  
«ПриватБанк», %

Джерело: складено автором на основі [12]

Рівень лояльності клієнтів до бренду ПриватБанку становить 29%. Хоча цей показник нижчий за рівень знання та споживання, він все ще свідчить про значну прихильність клієнтів до банку. Лояльність формується завдяки високій якості обслуговування, надійності та безпеці платформи інтернет-банкінгу, а також завдяки додатковим перевагам, які банк надає своїм клієнтам. ПриватБанк пропонує різноманітні програми лояльності, такі як бонуси за покупки, кешбек, знижки у партнерських мережах тощо. Ці ініціативи спрямовані на підвищення задоволеності клієнтів та стимулювання повторного використання послуг банку.

Варто зазначити, що конкуренція на ринку банківських послуг в Україні є досить високою, і клієнти мають широкий вибір серед різних банків та фінтех-компаній. Тому показник лояльності на рівні 29%, хоча і не є максимальним, все ж свідчить про те, що ПриватБанк має стійку базу прихильних клієнтів, які цінують якість та зручність його послуг.

Згідно з наявними даними 28% користувачів інтернет-банкінгу ПриватБанку звертаються до цього сервісу щонайменше один раз на день. Ця

група клієнтів є найбільш активними користувачами, які регулярно виконують різноманітні фінансові операції онлайн. Такий високий рівень активності пов'язаний з професійною діяльністю, що вимагає частих грошових переказів або платежів, а також зі зручністю та доступністю платформи Приват24 (Рис. 2.8).

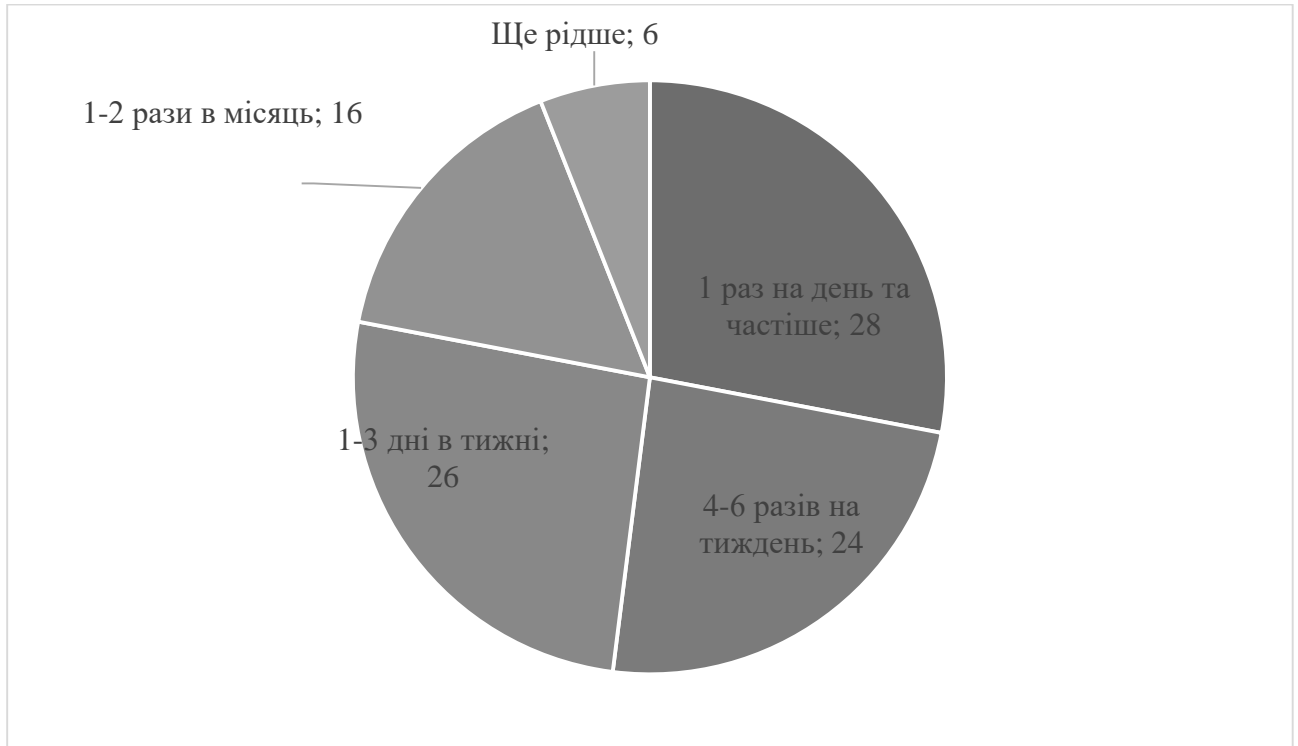


Рис. 2.8 Частота використання інтернет-банкінгу користувачами у АТ КБ «ПриватБанк», раз

Джерело: складено автором на основі [12]

Водночас, 24% користувачів звертаються до інтернет-банкінгу 4-6 разів на тиждень, а 26% - 1-3 рази на тиждень. Ці групи клієнтів також демонструють достатньо високу активність, використовуючи цифрові послуги банку для регулярних транзакцій та управління своїми фінансами. Проте, 16% користувачів звертаються до інтернет-банкінгу лише 1-2 рази на місяць, а 6% - ще рідше.

Приват24 має 395 тисяч оцінок користувачів в App Store, що свідчить про значну популярність та активне використання додатку клієнтами банку. Середня оцінка додатку становить 4,9 з 5 можливих, що є одним з найвищих показників

серед представлених банків. Такий високий рейтинг вказує на високу якість мобільного додатку Приват24, його зручність, функціональність та надійність.

За показником популярності серед онлайн-додатків в категорії «Фінанси», Приват24 посідає 6 місце. Враховуючи, що ПриватБанк є найбільшим банком України за кількістю клієнтів та обсягом активів, така позиція в рейтингу є недостатньою.

Серед основних конкурентів Приват24 можна виділити Монобанк, який має більшу кількість оцінок (744 тисячі) та таку ж високу середню оцінку (4,9). Монобанк займає 4 місце за популярністю в категорії «Фінанси», випереджаючи Приват24 (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Місце мобільної версії інтернет-банкінгу Приват24 серед конкурентів станом на 15.06.2024 р. у мобільній екосистемі Iphone

Банк	Кількість оцінок, тис. од.	Середня оцінка (з 5 можливих)	Місце за популярністю серед онлайн-додатків в категорії Фінанси
Приват24	395	4,9	6
Монобанк	744	4,9	4
Ощад24	14	4,4	14
Сенс Банк	13	4	24
Абанк24	145	4,8	13
ПУМБ	34	4,8	10
УкрСиб Онлайн	99	4,7	30
Райффайзен	62	4,8	21
Ізібанк	1,5	3	35
ОТП-банк	42	4,8	25

Джерело: власне дослідження на основі [38; 24; 30]

Інші конкуренти, такі як Ощад24, Сенс Банк, Абанк24, ПУМБ, УкрСиб Онлайн, Райффайзен, Ізібанк та OTP-банк, мають нижчі показники популярності та кількості оцінок порівняно з Приват24.

Підсумовуючи, зазначимо, що в процесі оцінки ринку послуг інтернет-банкінгу в Україні визначено такі аспекти:

- охарактеризовано сучасний стан інтернет-банкінгу в Україні. Інтернет-банкінг в Україні активно розвивається, про що свідчить зростання кількості користувачів та обсягів безготівкових операцій. Банки з державною часткою та іноземні банки демонструють вищий рівень впровадження онлайн-сервісів порівняно з приватними банками. Популярність інтернет-банкінгу серед українців зумовлена зручністю, доступністю та безпекою дистанційних банківських послуг;

- проаналізовано інтернет-банкінг в АТ КБ «ПриватБанк». ПриватБанк демонструє високу ефективність інтернет-банкінгу, про що свідчать ключові маркетингові показники: рівень знання бренду в контексті онлайн-банкінгу становить 78%, частка активних користувачів інтернет-банкінгу сягає 68%, а рівень лояльності клієнтів до бренду складає 29%. Частота використання інтернет-банкінгу клієнтами ПриватБанку є високою, з 28% користувачів, які звертаються до сервісу щонайменше раз на день, та 50% користувачів, які користуються ним від 1 до 6 разів на тиждень. Обсяги онлайн-транзакцій клієнтів ПриватБанку, таких як перекази з карти на карту та купівля товарів і послуг в інтернеті, демонструють зростання, незважаючи на певні коливання. Проте Приват24 програє прямому конкуренту, Моно, хоча як банк Приватбанк є значно більшим.

## РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГУ В УКРАЇНІ

### 3.1 Проблеми розвитку інтернет-банкінгу в Україні

Забезпечення надійного функціонування та безпеки систем інтернет-банкінгу вимагає постійного оновлення та вдосконалення. В умовах зростаючих кіберзагроз, особливо з боку таких країн, як Російська Федерація, Північна Корея та Іран, українські банки повинні приділяти особливу увагу захисту своїх онлайн-платформ. Мова йде про регулярне оновлення програмного забезпечення, впровадження передових технологій шифрування даних та використання багатофакторної автентифікації для запобігання несанкціонованому доступу до рахунків клієнтів (Рис. 3.1).



Рис. 3.1 Ключові проблеми розвитку інтернет-банкінгу в Україні

Для ефективного протистояння кібер-атакам та забезпечення стабільної роботи систем інтернет-банкінгу фінансові установи потребують висококваліфікованих спеціалістів у галузі інформаційних технологій та кібербезпеки. Однак, залучення та утримання таких фахівців може бути досить витратним, особливо для невеликих банків. Це створює додаткове фінансове навантаження на банківські установи та може уповільнювати темпи розвитку їхніх онлайн-сервісів.

Окрім того, в умовах триваючої російської агресії та окупації частини території України банки стикаються з проблемами надання послуг інтернет-банкінгу громадянам, які проживають на тимчасово непідконтрольних територіях. Обмежений доступ до інтернету та мобільного зв'язку, а також ризики перехоплення даних можуть суттєво ускладнювати доступ до онлайн-банкінгу для таких клієнтів. Це вимагає від банків розробки спеціальних протоколів та альтернативних методів обслуговування, що, в свою чергу, може призводити до додаткових витрат та уповільнення розвитку інтернет-банкінгу в цілому.

Розвиток інтернет-банкінгу в Україні стикається з посиленою конкуренцією з боку зарубіжних платіжних рішень та систем на основі криптоактивів. Такі сервіси, як PayPal, Revolut та інші, пропонують користувачам зручні та інноваційні способи здійснення транзакцій, що може відволікати потенційних клієнтів від традиційних банківських онлайн-платформ. Водночас, зростаюча популярність криптовалют та децентралізованих фінансових послуг створює додатковий конкурентний тиск на банки, змушуючи їх адаптуватися до нових реалій цифрової економіки.

Іншим викликом для розвитку інтернет-банкінгу є необхідність задоволення специфічних фінансових потреб клієнтів. Зокрема, багато користувачів зацікавлені в можливості інвестування у цінні папери та інші фінансові інструменти безпосередньо через онлайн-платформи своїх банків. Відсутність таких опцій спонукає клієнтів звертатися до спеціалізованих інвестиційних платформ та брокерських компаній, що, в свою чергу, обмежує

потенціал розвитку інтернет-банкінгу як універсального фінансового інструменту.

В умовах триваючої війни з Росією українські банки повинні приділяти особливу увагу адаптації своїх онлайн-сервісів до потреб військовослужбовців та внутрішньо переміщених осіб. Мова йде про розробку спеціальних програм лояльності, спрощення процедур верифікації та надання додаткових можливостей для управління фінансами в умовах підвищеної мобільності. Такі кроки вимагають значних інвестицій у розвиток технологічної інфраструктури та персоналізацію послуг, що може уповільнювати темпи розширення функціоналу інтернет-банкінгу для широкого загалу.

Крім того, необхідність дотримання обмежень та лімітів, встановлених Національним банком України на час воєнного стану, створює додаткові операційні виклики для банків. Обмеження на проведення певних типів транзакцій та зняття готівки тимчасово зменшує привабливість інтернет-банкінгу для деяких категорій клієнтів. Це вимагає від банків чіткої комунікації та прозорості щодо чинних регуляторних вимог, а також розробки альтернативних сценаріїв обслуговування клієнтів у разі подальших змін у нормативно-правовому полі.

Економічна невизначеність, спричинена триваючою війною з Росією, має значний вплив на розвиток інтернет-банкінгу в Україні. В умовах нестабільності та підвищених ризиків банки можуть бути менш схильними до значних інвестицій у розширення та вдосконалення своїх онлайн-платформ. Це може призводити до уповільнення темпів впровадження інноваційних рішень та обмеження функціональних можливостей інтернет-банкінгу. Водночас, економічна невизначеність також впливає на споживчу поведінку клієнтів, змушуючи їх більш обережно ставитися до використання цифрових фінансових послуг.

Іншим фактором, що стримує розвиток інтернет-банкінгу, є недовіра з боку осіб старшого віку. Ця демографічна група часто має нижчий рівень цифрової грамотності та може з пересторогою ставитися до використання онлайн-



платформ для управління своїми фінансами. Побоювання щодо безпеки особистих даних, складності інтерфейсу та потенційних помилок при здійсненні транзакцій можуть відвертати старших клієнтів від активного використання інтернет-банкінгу. Для подолання цієї проблеми банкам необхідно розробляти спеціальні освітні програми та надавати додаткову підтримку літнім користувачам.

Загальна недовіра до онлайн-банкінгу також підживлюється побоюваннями щодо приватності та безпеки особистих даних. В епоху зростаючих кіберзагроз та випадків витоку інформації багато потенційних користувачів можуть вагатися щодо доцільності передачі своїх фінансових відомостей через інтернет. Це вимагає від банків не лише впровадження передових технологій захисту даних, але й активної просвітницької роботи з клієнтами. Чітка комунікація щодо заходів безпеки, гарантій конфіденційності та прозорості у використанні особистої інформації може сприяти зміцненню довіри до інтернет-банкінгу та заохоченню більшої кількості користувачів до використання онлайн-платформ.

Підводячи підсумок, зазначимо, що ключові проблеми розвитку інтернет-банкінгу в Україні включають в себе необхідність постійного оновлення та вдосконалення систем безпеки, ризики кібер-атак зі сторони РФ, Північної Кореї та Ірану, потребу у дорогих кваліфікованих спеціалістах у сфері ІТ та кібербезпеки, проблеми з наданням послуг громадянам в окупації, конкуренцію з зарубіжними платіжними рішеннями та рішеннями на основі криптоактивів, відсутність задоволення окремих фінансових потреб, наприклад, щодо інвестування у цінні папери, необхідність адаптації послуг інтернет-банкінгу до потреб військовослужбовців та переселенців, необхідність дотримання лімітів НБУ по окремим операціям на час війни, економічну невизначеність через війну стримує інвестиції у онлайн-банкінгу, недовіру у осіб старшого віку до онлайн-банкінгу та недовіру через ризики приватності, тобто збереження особистих даних користувачів.

### 3.2 Напрями розвитку інтернет-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк»

Для подальшого посилення розвитку інтернет-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк» слід звернути увагу на можливості розширення присутності банку з урахуванням нових технологій і трендів. Перш за все, АТ КБ «ПриватБанк» слід створити набір програмного забезпечення, корисного для МСП, який буде або безкоштовний для представників бізнесу, або дуже доступний за вартістю. Програми слід інтегрувати в межах онлайн-банкінгу, наприклад, для роботи на ПК чи на телефоні. Ціль не заробити на цьому, а саме привернути увагу цільової аудиторії.

Додавання послуг, у тому числі безкоштовних, для МСП для збільшення привабливості співпраці з АТ КБ «ПриватБанк» в онлайн-банкінгу		
Проблема, що вирішується: низька конкурентоспроможність на ринку кредитування МСП	Суть заходу: створення набору корисних програм для МСП, а саме: бізнес-аналітика, онлайн-платежі на сайті, оцінка бізнес-ідеї, сайт-візитка від нейромережі та інші, що підвищить корисність банку	Вплив на конкурентоспроможність та ефективність: NPV у рамках заходу становитиме 231 млн грн. Зросте ринкова сила банку, як фактор конкурентоспроможності

Рис. 3.2 Ключові аспекти пропозиції додавання послуг для АТ КБ «ПриватБанк», що забезпечують привабливість онлайн-банкінгу для МСП

Доцільно впровадити низку послуг, включно з безоплатним чатом на сайті компанії МСП, електронним документообігом, комплаєнс-помічником, електронною звітністю, електронним підписом, перевіркою штрафів і нарахувань, бізнес-аналітикою, онлайн-платежами на сайті, оцінкою бізнес-ідеї (модуль бізнес-планування) і сайтом-візитівкою від нейромережі. Надання зазначених послуг, особливо безоплатних, сприятиме частішому контакту

клієнтів цієї групи з кредитною організацією, що, своєю чергою, підвищує привабливість онлайн-банкінгу за рахунок додаткових переваг.

Перш за все, слід оцінити затребуваність запропонованих програмних рішень. Для цього використовується інструмент від Гугл, що демонструє статистику пошукових запитів, а також вартість рекламування за ними. За умови геотаргетингу на Україну та охоплення 75% цільової аудиторії, прогнозується, що запропоновані фрази можуть генерувати загалом 2823 тис. показів і 197 тис. переходів упродовж року [39].

Найбільший інтерес у потенційних клієнтів викликають такі послуги, як «Електронний підпис», «Бізнес-план» і «Електронний документообіг». Ціна кліка варіюється залежно від конкретної послуги. Наприклад, «Перевірка штрафів і нарахувань» має найнижчу ціну за клік (1,6 грн.), тоді як «Бізнес-аналітика» та «Електронна звітність» характеризуються відносно високою ціною за клік (59 грн. і 49,5 грн. відповідно). Сумарні витрати на просування запропонованих рішень становлять 10958 тис. грн. на рік.

Загалом, отримані дані свідчать про високий потенціал запропонованих рішень для АТ КБ «ПриватБанк» у контексті розширення присутності інтернет-банкінгу за рахунок залучення уваги сегменту малого та середнього підприємництва. Спираючись на прогнозовану кількість переходів (197 000) і середній рівень конверсії в Інтернеті (зазвичай близько 1%), за даними таблиці 3.1, очікується залучення 1970 нових клієнтів із сегмента МСП. Враховуючи середній розмір кредиту для МСП у банку, який становить 1498 тис. грн., прогнозується приріст кредитного портфеля МСП на 8196,9 млн грн.

Оцінка очікуваного економічного ефекту для банку від розроблення онлайн-програм для МСП (у перший рік функціонування)

№ п/п	Показник	Од. вим.	Значення
1	Кількість переходів	од.	197000
2	Середній рівень конверсії в Інтернет	%	1
3	Очікувана кількість нових клієнтів МСП	од.	1970
4	Середній розмір кредиту для МСП у банку	тис. грн.	56,307
5	Очікуваний приріст кредитного портфеля МСП	млн грн.	110,93
6	Частка чистого процентного доходу у бруто-процентному доході	%	90,01
7	Економічний ефект у вигляді збільшення чистих процентних доходів від додаткових кредитів МСП	млн грн.	99,85

Беручи до уваги процентну маржу в розмірі 90,01% у 2023 році, очікуваний економічний ефект у вигляді збільшення чистих відсоткових доходів від додаткових кредитів МСП становитиме 99,85 млн грн. Цей показник відображає значний внесок запропонованих заходів у підвищення фінансової ефективності банку та зміцнення його позицій на ринку інтернет-банкінгу за рахунок привертання уваги сегменту цільової аудиторії.

У рамках аналізу початкових інвестицій під час розроблення онлайн-програм для МСП пропонується розподіл витрат залежно від складності та трудомісткості створення кожного додатка. Додатки було класифіковано за чотирма категоріями складності: низька, середня, висока і дуже висока. Вартість їх розроблення варіюється від 2,9 млн грн. для програм з низькою складністю, таких як «Перевірка штрафів і нарахувань» і «Сайт-візитка», до 13,8 млн грн. для додатків з дуже високою складністю і трудомісткістю, таких як «Онлайн-платежі» та «Електронний документообіг».

## Початкові інвестиції при розробці онлайн-програм для МСП

Програма	Складність і трудомісткість розробки	Вартість, млн грн.
Бізнес-аналітика	Висока	1,53
Бізнес-план	Висока	1,53
Компласнс-помічник	Середня	1,37
Онлайн-платежі	Дуже висока	4,60
Перевірка штрафів і нарахувань	Низька	0,97
Сайт-візитка	Низька	0,97
Чат на сайті	Середня	1,37
Електронна звітність	Висока	1,53
Електронний підпис	Висока	1,53
Електронний документообіг	Дуже висока	4,60
Усього вкладень	-	20,00

Для забезпечення належного функціонування програмного забезпечення для МСП необхідне залучення кваліфікованого персоналу. У цьому контексті пропонується найняти одного співробітника на позицію Lead-програміста (програміст із менеджерською роллю) і чотирьох співробітників рівня Senior-програміст. Lead-програміст відіграватиме роль у координації роботи команди та забезпеченні безперебійного функціонування розроблених додатків. Його середньомісячна заробітна плата становить 150 тис. грн. що відображає високий рівень відповідальності та необхідних компетенцій. Своєю чергою, чотири Senior-програмісти, із середньомісячною зарплатою 120 тис. грн. кожен, безпосередньо займатимуться підтримкою, оптимізацією та розвитком он-лайн-програм (табл. 3.3).

У розрахунках витрат на персонал або у випадку з іншими показниками, на які впливає інфляція, враховується, що буде щорічний приріст у 5,1% річних [11].

Таблиця 3.3.

Витрати на персонал при розробці онлайн-програм для МСП, тис. грн.

Працівник	2025	2026	2027	2028	2029
Оплата праці					
Lead-програміст	1 800	1 892	1 988	2 090	2 196
Senior-програмісти	5 760	6 054	6 363	6 687	7 028
Соціальні витрати					
Lead-програміст	396	416	437	460	483
Senior-програмісти	1267,2	1 332	1 400	1 471	1 546
Всього	9223,2	9 694	10 188	10 708	11 253

Джерело: складено автором на основі [29; 9]

Амортизація комп'ютерних програм, розроблених для МСП, відбувається рівномірно протягом п'яти років, починаючи з 2025 року. Щорічна сума амортизаційних відрахувань становить 4000 тис. грн., а початкова вартість програм складає 16000 тис. грн. Таким чином, до кінця 2029 року вартість програм буде повністю амортизована (табл. 3.4).

Таблиця 3.4.

Амортизація при розробці онлайн-програм для МСП, тис. грн.

Елемент активів	2025	2026	2027	2028	2029
Вартість програм на кінець року	16 000	12 000	8 000	4 000	0
Амортизація комп'ютерних програм	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000

Систематизація операційних витрат при розробці онлайн-програм для МСП, представлена в таблиці 3.5, демонструє поступове зростання загальних витрат з 14473,2 тис. грн. у 2025 році до 16503 тис. грн. у 2029 році. Найбільшу частку в структурі операційних витрат складають витрати на персонал.

Амортизаційні відрахування та витрати на організацію робочого місця залишаються незмінними протягом усього періоду.

Таблиця 3.5.

Систематизація операційних витрат при розробці онлайн-програм для МСП, тис. грн.

Елемент витрат	2025	2026	2027	2028	2029
Витрати на персонал	9223,2	9 694	10 188	10 708	11 253
Амортизаційні відрахування	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000
Організація робочого місця	1 250	1 250	1 250	1 250	1 250
Всього	14473,2	14 944	15 438	15 958	16 503

Фінансові результати при розробці онлайн-програм для МСП, наведені в таблиці 3.6, свідчать про високу прибутковість даного заходу. Економічний ефект залишається стабільним на рівні 99850 тис. грн. щорічно. Фінансовий результат до оподаткування поступово зменшується з 85376,8 тис. грн. у 2025 році до 83347 тис. грн. у 2029 році, що пов'язано зі зростанням операційних витрат. Чистий прибуток в рамках заходу також демонструє тенденцію до зниження, але залишається на високому рівні, перевищуючи 66 млн. грн. щорічно.

Таблиця 3.6.

Фінансові результати при розробці онлайн-програм для МСП, тис. грн.

Показник	2025	2026	2027	2028	2029
Економічний ефект	99 850	99 850	99 850	99 850	99 850
Загальна сума витрат	14473,2	14 944	15 438	15 958	16 503
Фінансовий результат до оподаткування	85376,8	84 906	84 412	83 892	83 347
Податок на прибуток організації	17075,36	16981,2	16882,4	16778,4	16669,4
Чистий прибуток в рамках заходу	68301,44	67924,8	67529,6	67113,6	66677,6

Оцінка інвестиційної привабливості заходу розробки онлайн-програм для МСП, представлена в таблиці 3.7, базується на розрахунку чистого грошового потоку та його дисконтуванні за ставкою 13% (на основі облікової ставки НБУ [26]). Початкові витрати на реалізацію заходу складають 20000 тис. грн. у 2024 році. Надходження коштів формуються за рахунок чистого прибутку та амортизаційних відрахувань і перевищують 70 млн. грн. щорічно. Чистий грошовий потік є позитивним протягом усього періоду реалізації заходу. Сумарний дисконтований грошовий потік за шість років складає 230627 тис. грн., що свідчить про високу інвестиційну привабливість розробки онлайн-програм для МСП (табл. 3.7).

Таблиця 3.7.

Оцінка інвестиційної привабливості заходу розробки онлайн-програм для МСП, тис. грн.

Показник	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Всього
Відтік коштів							
Початкові витрати	-20000	-	-	-	-	-	-
Надходження коштів							
Чистий прибуток	-	68301,44	67924,8	67529,6	67113,6	66677,6	-
Амортизація	-	4 000	4 000	4 000	4 000	4 000	-
Чистий грошовий потік	-20000	72301,44	71924,8	71529,6	71113,6	70677,6	-
Фактор дисконтування, $i=13$	1	0,88	0,78	0,69	0,61	0,54	-
Дисконтований грошовий потік	-20000	63625,27	56101,34	49355,42	43379,3	38165,9	230627

Підсумовуючи, зазначимо, що в процесі обґрунтування перспектив розвитку інтернет-банкінгу в Україні сформульовано такі рекомендації:

- виділено проблеми розвитку інтернет-банкінгу в Україні. Українські банки стикаються з необхідністю постійного оновлення систем безпеки та залучення висококваліфікованих фахівців для протидії кіберзагрозам, що



вимагає значних фінансових інвестицій. Крім того, конкуренція з боку зарубіжних платіжних систем та криптоактивів, а також необхідність адаптації послуг до потреб військовослужбовців і переселенців створюють додаткові виклики. Недовіра з боку окремих груп населення, особливо літніх людей, та побоювання щодо приватності даних також стримують розвиток інтернет-банкінгу в Україні;

- зазначено напрями розвитку інтернет-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк». Розробка онлайн-програм для МСП є високоприбутковим заходом, про що свідчить чистий прибуток, який перевищує 66 млн. грн. щорічно. Інвестиційна привабливість заходу підтверджується позитивним чистим грошовим потоком протягом усього періоду реалізації та сумарним дисконтованим грошовим потоком у розмірі 230627 тис. грн. за шість років. Створення набору корисних програм для МСП, таких як бізнес-аналітика, онлайн-платежі на сайті, оцінка бізнес-ідеї та сайт-візитка від нейромережі, підвищить корисність банку та сприятиме частішому контакту клієнтів цієї групи з кредитною організацією, що, своєю чергою, підвищує привабливість онлайн-банкінгу за рахунок додаткових переваг.

## ВИСНОВКИ

У процесі вивчення теоретичних і практичних аспектів інтернет-банкінгу, його сучасного стану, проблем та перспектив розвитку в Україні сформульовано такі висновки та рекомендації:

1. Розкрито сутність та значення дистанційного обслуговування в банківській системі. Зміст дистанційного обслуговування в банківській системі полягає у наданні банківських послуг без необхідності фізичної присутності клієнта у відділенні банку, що досягається завдяки використанню сучасних технологій. Значення дистанційного обслуговування проявляється у підвищенні ефективності, зручності та доступності банківських послуг для клієнтів, оптимізації витрат банку, персоналізації обслуговування та розширенні асортименту послуг. Дистанційне обслуговування є невід'ємною частиною сучасної банківської системи, яка забезпечує її конкурентоспроможність та відповідність потребам клієнтів в умовах динамічного розвитку технологій.

2. Охарактеризовано інтернет-банкінг як складову системи отримання банківських послуг. Інтернет-банкінг є важливою складовою системи отримання банківських послуг, яка відрізняється від традиційних форм обслуговування завдяки таким характеристикам, як використання інтернету, дистанційність, автоматизація, інтерактивність, персоналізація, безпечність та функціональна різноманітність. Переваги інтернет-банкінгу для банків полягають в оптимізації витрат, розширенні клієнтської бази та персоналізації послуг, тоді як клієнти отримують зручність, доступність, контроль над фінансами та можливість підвищення фінансової грамотності. Широкий спектр типових послуг інтернет-банкінгу, від перегляду балансу до управління депозитами, кредитами та інвестиціями, робить його привабливим та ефективним інструментом для задоволення фінансових потреб сучасних користувачів банківських послуг.

3. Проаналізовано сучасний стан інтернет-банкінгу в Україні. Інтернет-банкінг в Україні активно розвивається, про що свідчить збільшення кількості

користувачів з 46,5 млн у 2021 році до 65,22 млн у 2023 році та підвищення обсягів безготівкових операцій з 3099 млрд грн до 6141 млрд грн за той самий період. Банки з державною часткою (35 установ) та іноземні банки (29 установ) демонструють вищий рівень впровадження онлайн-сервісів порівняно з приватними банками (14 установ). Популярність інтернет-банкінгу серед українців зумовлена зручністю, доступністю та безпекою дистанційних банківських послуг.

4. Оцінено інтернет-банкінг в АТ КБ «ПриватБанк». АТ КБ «ПриватБанк» є лідером на ринку інтернет-банкінгу в Україні, демонструючи високі показники популярності, активності користувачів та якості послуг. Мобільний додаток Приват24 має 395 тисяч оцінок користувачів в App Store з середнім рейтингом 4,9 з 5 можливих, що свідчить про його зручність, функціональність та надійність. ПриватБанк конкурує з іншими гравцями ринку, посідаючи 6 місце за популярністю в категорії «Фінанси» серед онлайн-додатків для Iphone, проте програє Монобанку, який займає 4-ту позицію при суттєво меншому потенціалі самої організації.

5. Виділено проблеми розвитку інтернет-банкінгу в Україні, зокрема необхідність постійного оновлення та вдосконалення систем безпеки, ризики кібер-атак зі сторони РФ, Північної Кореї та Ірану, потребу у дорогих кваліфікованих спеціалістах у сфері ІТ та кібербезпеки, проблеми з наданням послуг громадянам в окупації, конкуренцію з зарубіжними платіжними рішеннями та рішеннями на основі криптоактивів, відсутність задоволення окремих фінансових потреб, наприклад, щодо інвестування у цінні папери, необхідність адаптації послуг інтернет-банкінгу до потреб військовослужбовців та переселенців, необхідність дотримання лімітів НБУ по окремим операціям на час війни, економічну невизначеність через війну стримує інвестиції у онлайн-банкінгу, недовіру у осіб старшого віку до онлайн-банкінгу та недовіру через ризики приватності, тобто збереження особистих даних користувачів.

6. Сформульовано напрями розвитку інтернет-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк». Аналіз фінансових результатів та інвестиційної привабливості

розробки онлайн-програм для МСП демонструє високу прибутковість та перспективність даного заходу для АТ КБ «ПриватБанк». Чистий прибуток в рамках заходу перевищує 66 млн. грн. щорічно, а сумарний дисконтований грошовий потік за шість років складає 230627 тис. грн., що свідчить про значний потенціал для розвитку інтернет-банкінгу. Впровадження набору корисних програм для МСП, особливо безоплатних, сприятиме зміцненню відносин з клієнтами цієї групи та підвищенню привабливості онлайн-банкінгу за рахунок додаткових переваг, що, своєю чергою, посилить конкурентні позиції застосунку Приват24 на ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балицька М. В., Бровенко К. С., Фінансові технології як драйвер розвитку фінансових ринків. *Інвестиції: практика та досвід*. №9. 2021. С. 59-65.
2. Бурмістр В. О., Осухівська Г. М., Технології розпізнавання реквізитів банківських карт. *Збірник тез доповідей ІХ Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів „Актуальні задачі сучасних технологій“*. №2. 2020. С. 8-8.
3. Владика Ю.П., Безугла Л.С., Турова Л.Л. Здобутки та нові виклики у діяльності системно важливих банків в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 285–291.
4. Гаврилюк, О. Цифровий банкінг та електронна комерція у контексті діджиталізації бізнесу. *У сфері міжнародних відносин*. 2021. С. 150-154.
5. Демко М. Я., Формування системи маркетингових комунікацій банківських установ у мережі інтернет: інтегрований підхід. *Інвестиції: практика та досвід*. №8. 2021. С. 55-62.
6. Демченко А. М. Інноваційні механізми ритейлу в банківському секторі України // *Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.08 – гроші, фінанси і кредит*. – ДВНЗ «Університет банківської справи», Київ, 2019 – 240 с.
7. Дзюблюк О., Інноваційні вектори розвитку банківської системи. *Світ фінансів*. 3. №(60). 2019. С. 8-25.
8. Другий рік повномасштабної війни: обсяги безготівкових розрахунків зростають. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/drugiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-obsyagi-bezgotivkovih-rozrahunkiv-zrostayut> (дата перегляду: 15.06.2024).
9. Зарплати українських розробників — зима 2024. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/salary-report-devs-winter-2024/> (дата перегляду: 15.06.2024).

10. Згруповані балансові залишки (у розрізі банків). URL: [https://bank.gov.ua/files/stat/aggregation\\_2023-11-01.xlsx](https://bank.gov.ua/files/stat/aggregation_2023-11-01.xlsx) (дата перегляду: 15.06.2024).

11. Індекс інфляції в Україні 2024. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (дата перегляду: 15.06.2024).

12. Інтернет-банкінг у 2021. 5 фактів про поведінку користувачів від Media Systems. URL: [https://media-systems.ua/news/2022-02-22\\_online\\_banking](https://media-systems.ua/news/2022-02-22_online_banking) (дата перегляду: 15.06.2024).

13. Калита, О. В., Еркес, О. Є. Діджитал-тренди банківських процесів в умовах пандемії COVID-19. *Фінансова система України як складова інституційних перетворень економіки: всеукр. наук.-практ. конф.* 2021. С. 147.

14. Квасницька Р. С., Антонюк О. В., Діджиталізація банківської сфери в Україні: передумови, проблеми та перспективи розвитку. *Achievements and prospects of modern scientific research.* 2021. С.312-317.

15. Кількість активних клієнтів «Приват24» з початку повномасштабної війни зросла на 11%. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2023/05/14/105749013/> (дата перегляду: 15.06.2024).

16. Кількість клієнтів та рахунків в банках, 2023 рік. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/kilkist-kliyentiv-ta-rahunkiv-v-bankah-2022-rik> (дата перегляду: 15.06.2024).

17. Кількість користувачів Приват24 зросла до 15 млн осіб. URL: <https://finbalance.com.ua/news/kilkist-koristuvachiv-privat24-zroslo-do-15-mln-osib> (дата перегляду: 15.06.2024).

18. Котуранова Т. В., Вартоха Я. С., Александрова М. О., Інтернет-банкінг в Україні-інноваційний розвиток банківської сфери. *Економічний простір.* №146. 2019. С. 43-56.

19. Краус, К. М., Краус Н. М., Манжура О. В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. – Київ: *Аграр Медіа Груп*, 2021 – 454 с.

20. Кузьменко, О. В., Овчаренко В. О. Тенденції розвитку сучасних батьківських технологій. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 2019. – Вип. 24, №Ч.2. – С. 98–103. – Рез. рос., англ. – Бібліогр. : с. 102.

21. Латковська Т., Марущак А., Олексій У. Правові та теоретичні проблеми визначення інтернет-банкінгу в Україні. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2021. 1(36). С. 27–34.

22. Лойко, В. В., Руденко, В. С. Впровадження інноваційних продуктів у банках як чинник забезпечення соціальної безпеки. *The 8th International scientific and practical conference "Science, society, education: topical issues and development prospects"*. 2020. С. 341.

23. Монобанк обійшов Ощадбанк, а А-Банк - ПУМБ за кількістю платіжних карток - НБУ. URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/938004.html> (дата перегляду: 15.06.2024).

24. Монобанк. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ftband.mono&hl=ru> (дата перегляду: 15.06.2024).

25. Назар, Д., Лоїк, Р., Лоїк, А. Розвиток цифрових технологій у банківській системі України: інновації в кредитуванні, ризики та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2024.

26. Облікова ставка Національного банку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/archive-rish> (дата перегляду: 15.06.2024).

27. Огляд ринку платіжних карток та платіжної інфраструктури України за 2018 рік. URL: [https://bank.gov.ua/admin\\_uploads/article/Survey\\_PS-2018.pdf?v=6](https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Survey_PS-2018.pdf?v=6) (дата перегляду: 15.06.2024).

28. Платіжна інфраструктура станом на 01.01.2023 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/platijna-infrastruktura-2022-rik> (дата перегляду: 15.06.2024).

29. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку визначення класу професійного ризику виробництва за видами економічної

діяльності» від 8 лютого 2012 р. № 237. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/237-2012-%D0%BF#Text> (дата перегляду: 15.06.2024).

30. Приват24. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ua.privatbank.ap24&hl=ru&pli=1> (дата перегляду: 15.06.2024).

31. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток за травень-грудень 2022 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozpodil-bezgotivkovih-operatsiy-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-2022-rik> (дата перегляду: 15.06.2024).

32. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток, 2020 рік. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozpodil-bezgotivkovih-operatsiy-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-2020-rik> (дата перегляду: 15.06.2024).

33. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток, 2021 рік. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozpodil-bezgotivkovih-operatsiy-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-2021-rik> (дата перегляду: 15.06.2024).

34. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток, IV квартал 2023 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/rozpodil-bezgotivkovih-operatsiy-z-vikoristannyam-platijnih-kartok-iv-kvartal-2023-roku> (дата перегляду: 15.06.2024).

35. Семенюк, А. І., Калнауз, Д. Перспективи розвитку цифрового банкінгу. *Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформація фінансової системи України: тенденції та перспективи розвитку»*. 2023. С. 73-76.

36. Угольков Є. О., Організування та оцінювання маркетингової взаємодії підприємств на основі використання інтернет-технологій. *Дис. на здобуття наук. ступ. канд. екон. наук (доктора філософії) за спец 8.04*. №. 2019. С. 53-54.



37. Цимбалюк, М. Т. Digital-банкінг та його перспективи в Україні. *Сучасні гроші, банківські послуги та фінансові інновації в цифровій економіці*. 2020. С. 240-241.
38. App Store. URL: <https://www.apple.com/app-store/> (дата перегляду: 15.06.2024).
39. Google Ads. URL: [https://ads.google.com/intl/uk\\_ua/home/](https://ads.google.com/intl/uk_ua/home/) (дата перегляду: 15.06.2024).
40. Google trends. URL: <https://trends.google.com/trends/> (дата перегляду: 15.06.2024).
41. Lohachova, Y. O., Yesina, M. V. Порівняльний аналіз українських та закордонних банківських застосунків. *Radiotekhnika*. 2024. 216. С. 57-61.
42. Matviichuk N., Tesliuk S., Основні тенденції розвитку банківських інновацій в Україні. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University* 1.25 . №. 2021. С. 79-87.