МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ФІНАНСІВ І КРЕДИТУ

ЕЛЕКТРОННІ ПОСЛУГИ БАНКІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПЛАСТИКОВИХ КАРТОК НА ОСНОВІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Кваліфікаційна робота
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконала:
студентка 4 курсу, групи
472-2,денної форми
навчання
спеціальності 072 «Фінанси, банківська
справа та страхування»
Зарівна Юлія Романівна
Керівник:
доцент кафедри фінансів і кредиту
Ткачук Ірина Ярославівна

До захисту допущено
на засіданні кафедри
протокол №15від «30» травня 2023р.
Завідувач кафедри фінансів і кредиту
проф. Нікіфоров П.О.

Чернівці – 2023

АНОТАЦІЯ

Зарівна Ю.Р. Електронні послуги банків з використанням пластикових карток на основі АТ КБ «ПриватБанк». Рукопис. Кваліфікаційна робота для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 072 – Фінанси, банківська справа і страхування. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, 2023.

У кваліфікаційній роботі розкрито теоретичні аспекти електронних банківських послуг та сутність використання платіжних карток, оцінено організацію діяльності та застосування електронного банківського обслуговування АТ КБ “ПриватБанк” у 2019-2022 роках, обґрунтовано напрямки підвищення ефективності дистанційних банківських послуг та шляхи оптимізації інтернет-банкінгу в сучасних умовах.

Ключові слова: банківська установа, електронні банківські послуги , банківська система, платіжні картки, інтернет-банкінг.

SUMMARY

Zarivna Y.R. Electronic services of banks using plastic cards based on JSC CB «PrivatBank». Manuscript. Qualification work for the first (bachelor's) level of higher education in the specialty 072 - Finance, Banking and Insurance. Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, 2023.

The bachelor's thesis reveals the theoretical aspects of electronic banking services and the essence of the use of payment cards, assesses the organization of activities and the use of electronic banking services JSC CB «PrivatBank» in 2019-2022, the author substantiates the directions of increasing the efficiency of remote banking services and ways to optimize Internet banking in modern conditions.

Key words: banking institution, electronic banking services, banking system, payment cards, internet banking.

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

_____ Ю.Р.Зарівна

UNICHECK

Ім'я користувача:
К-ра фінансів і кредиту Економічний ф-тет

ID перевірки:
1015251869

Дата перевірки:
25.05.2023 15:40:09 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet

Дата звіту:
25.05.2023 15:44:03 EEST

ID користувача:
100010089

Назва документа: бакаларська

Кількість сторінок: 50 Кількість слів: 9435 Кількість символів: 73095 Розмір файлу: 132.20 KB ID файлу: 1014926958

14.4%
Схожість

Найбільша схожість: 5.92% з Інтернет-джерелом (http://elar.khnu.km.ua/bitstream/123456789/11403/1/%d0%94%d0%a0.

14.4% Джерела з Інтернету 8 ..... Сторінка 52

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

0.04% Цитат

Цитати 1 ..... Сторінка 53

Не знайдено жодних посилань

8.33%
Вилучень

Деякі джерела вилучено автоматично (фільтри вилучення: кількість знайдених слів є меншою за 8 слів та 1%)

8.33% Вилучення з Інтернету 983 ..... Сторінка 54

Немає вилучених бібліотечних джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 18

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ НАДАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ 6

1.1 Поняття та класифікація електронних банківських послуг.....6

1.2 Сутність та основні види платіжних карток 10

1.3 Еволюція електронного банківського обслуговування 15

РОЗДІЛ 2 ЕЛЕКТРОННІ ПЛАТЕЖІ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»).....24

2.1 Організація діяльності АТ КБ «ПриватБанк».....24

2.2 Використання пластикових карток АТ КБ «ПриватБанк» 27

2.3. Застосування АТ КБ «ПриватБанк» власної банківської системи «Приват-24» через мережу Інтернет та системи «GSM-банкінг».....37

РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....43

3.1 Актуальні проблеми дистанційних банківських послуг.....43

3.2 Удосконалення механізмів та шляхи оптимізації інтернет-банкінгу...44

ВИСНОВКИ 48

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....52

ВСТУП

В умовах становлення та розвитку банківської системи України аналіз діяльності банківської установи з метою оцінки її інвестиційної привабливості, надійності та фінансової стійкості є досить актуальним.

Банки є головними інститутами грошово-кредитної системи. Вони організовують обіг значної частини кредитних грошей, які займають домінуюче місце в загальній сумі грошової маси. Банки, здійснюючи грошові розрахунки і кредитуючи економіку, виступаючи посередниками в перерозподілі капіталу, значно підвищують загальну ефективність виробництва, сприяють зростанню соціальної продуктивності праці, що впливає на загальну структуру, інвестиції та соціальну політику держави.

Сучасний комерційний банк — це організована сукупність ресурсів (трудових, матеріально-технічних, фінансових та інформаційних технологій), що надає клієнтам високоякісні продукти та послуги.

Сьогодні АТ КБ «ПриватБанк» є одним із банків України, що найбільш динамічно розвиваються, і займає лідируючі позиції в банківському рейтингу країни.

Широкий спектр зарубіжних партнерів АТ КБ «ПриватБанк» свідчить не лише про визнання банку як повноправного учасника світової банківської системи, а й, що особливо важливо, дозволяє максимально задовольнити потреби своїх клієнтів, пов’язані з їх міжнародною діяльністю.

ПриватБанк – перший банк в Україні, який запропонував своїм клієнтам послуги інтернет-банкінгу та GSM-банкінгу Приват24, а також послуги з продажу електронних ваучерів провідних операторів мобільного та IP-телефонного зв'язку через свою мережу банкоматів та POS-терміналів.

Об'єкт дослідження. Економічні відносини, що виникають у процесі надання електронних банківських послуг.

Предмет дослідження. Електронні послуги банків з використанням пластикових карток.

Мета дослідження. Дослідити теоретичні основи, практичні особливості та перспективи розвитку і шляхи удосконалення електронних банківських послуг.

Завдання дослідження. Для досягнення поставленої мети було вирішено низку завдань, а саме:

1. Дослідити сутність поняття та класифікацію електронних банківських послуг.
2. Провести аналіз основних характеристик різних видів платіжних карток..
3. Дослідити процес еволюції електронного банківського обслуговування та розкрити його основні зміни та розвиток з часом.
4. Проаналізувати організацію діяльності банківської установи.
5. Провести аналіз основних характеристик різних видів платіжних карток.
6. Обґрунтувати необхідність застосування власної банківської системи «Приват-24» АТ КБ «ПриватБанк»
7. Зробити висновки та запропонувати вирішення актуальних проблем дистанційних банківських послуг
8. Розробити напрямки удосконалення механізмів та шляхи оптимізації інтернет-банкінгу.

Методи дослідження. Для досягнення мети дослідження було використано комплекс методів і прийомів наукового пізнання, а саме: теоретичне узагальнення, порівняння, групування та систематизація, системний аналіз, логічне узагальнення.

Інформаційною базою дослідження є чинні законодавчі та нормативно-правові акти, що регулюють діяльність банків, офіційні матеріали Державної служби статистики України, Національного банку України, публічна фінансова та внутрішня управлінська звітність банків, праці вітчизняних та зарубіжних науковців. про якість банківських послуг для фізичних осіб.

Структура роботи. Робота розміщена на 58 сторінках друкованого матеріалу, в т.ч. основного тексту – 52 друкованих аркушів.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел (27)

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ НАДАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

1.1 Поняття та класифікація електронних банківських послуг

Банківський сектор повинен надавати своїм клієнтам все більше послуг, оскільки сучасний стан складності економічної системи вимагає цього. У протягом останніх 10-20 років банківська справа у багатьох країнах світу досягла зовсім нового рівня, включаючи широкий охоп обслуговування банківськими послугами більшості населення.

У зв'язку з динамікою банківської системи України, одним з актуальних сьогодні питань є необхідність глибокого вивчення ролі та значення банківських послуг у загальному комплексі операцій комерційних банків. Це стосується появи та розвитку нових послуг, а також їх впливу на показники доходності та ліквідності банків.

Велика конкуренція в банківському секторі штовхає банки до постійних оновлень послуг у своїй діяльності та адаптації до швидко мінливих умов ринку. Важливою умовою забезпечення стабільності та конкурентоспроможності банківських установ є впровадження інновацій.

Комерційні банки відрізняються від виробничих підприємств і фінансових установ через специфіку банківської діяльності як суб'єктів ринкових відносин. Якщо розглядати банківську установу як комерційне підприємство, створене з метою отримання прибутку, поняття їх продуктів повинно відповідати загальновизнаним поняттям товарів і послуг, а також враховувати специфіку банківської діяльності. Серед таких особливостей важливим є поділ банківських продуктів на банківські операції та послуги.

При вивченні економічної сутності банківської послуги слід зазначити, що існує значна неузгодженість у трактуванні цієї економічної категорії. У джерелах з банківського менеджменту термін "банківська операція" (banking operation) та "банківська послуга" (banking service) часто використовуються взаємозамінно, що може бути пов'язано з недосконалістю перекладу. Закон України "Про банки і банківську діяльність" оперує термінами "банківська операція" та "угода", але не надає жодного визначення для терміну "банківська послуга". Сучасні дослідники розглядають поняття "банківська послуга" у різних контекстах залежно від їх змістовного значення.

Найбільш популярні підходи до тлумачення цього поняття наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття “банківська послуга”

Автор	Трактування поняття
1	2
Міщенко В.І. Слов’янська Н.Г.[10]	Банківська послуга визначається як результат проведення банківської операції, спрямованої на задоволення потреб споживачів – клієнтів банківської установи
Дзоблюк О.В.[15]	Визначає послуги як кінцевий результат, готовий банківський продукт, тоді як операції – як виробничий процес
Савлук М.І[19]	Поділяє діяльність комерційних банків на три види: активні операції, пасивні операції та послуги, тобто послуги банків відокремлені від операцій і виступають як самостійна складова продуктів банку.

(*Джерело: систематизовано автором на основі [1, 2, , 8, 9, 10, 15, 19])*

Отже, якщо узагальнити наведені визначення, то можна зробити висновок, що під поняттям «банківська послуга» розуміється з позиції суб'єктів відносин – банку та клієнтів. Досі банківські послуги розглядаються переважно як додаткові, супутні дії до банківських операцій, які можуть приносити додатковий прибуток банкам.

Результат створення нових послуг, що здійснюється в банку, який реалізується у вигляді інновацій (продуктів, послуг, операцій тощо.) впроваджений в практичну діяльність у всіх сферах діяльності банку та спрямований на покращення задоволення потреб існуючих та нових клієнтів, підвищення рівня ринкової конкурентоспроможності та ефективності роботи в усіх сферах діяльності та забезпечення стабільного економічного розвитку як банку, так і економіки в цілому.

У банківській практиці застосовуються різні підходи до класифікації банківських послуг. Найпоширенішим є їх поділ на: традиційні та нетрадиційні. У навчальному посібнику "Банківський менеджмент" за редакцією О. Кириченка надається класифікація банківських послуг за чотирма основними групами:

— депозитні;

— кредитні;

— інвестиційні;

— інші послуги [11].

Такий розподіл не є об'єктивним, оскільки депозитні та кредитні послуги доцільно класифікувати в банківських операціях, а не розглядати їх як послуги з окремими властивостями. У цьому аспекті слід підтримати позицію О.В. Дзюблюка [15]. У своїй монографії він зазначає, що банківський продукт має дві аспекти: з одного боку, це надання різних послуг через активні, пасивні та комісійні операції, а з іншого боку, це

створення безготівкових засобів платежу, що є результатом тих самих операцій.

Для доцільної класифікації банківських послуг можна використовувати їх зв'язок з функцією банку щодо перерозподілу грошових ресурсів. Такий підхід дозволяє прив'язати банківські послуги до конкретних підрозділів комерційного банку, що надають їх. У цьому контексті доцільно виділити наступні групи послуг:

1. Послуги, пов'язані з процентними доходами та витратами, які стосуються супроводу діяльності банку з перерозподілу грошових ресурсів. Цю групу можна поділити на:
    - Послуги для вкладників, такі як перерахування заробітної плати або пенсії на депозитний рахунок клієнта, автоматичне нарахування відсотків на депозит.
    - Послуги для позичальників, включаючи відкриття кредитної лінії, закриття овердрафту, автоматичне сплату кредитних відсотків з поточного рахунку.
2. Комісійні послуги, які охоплюють всі інші банківські послуги, що приносять банку комісійні доходи. Це можуть бути трастові операції, депозитарні послуги, надання банківських сейфів та інші.
3. Розрахунково)касове обслуговування — специфічний вид банківської послуги,який поєднує в собі особливості як процентних, так і комісійних послуг.
4. Посередницькі послуги включають посередництво в операціях з цінними паперами, валютою та майном, які є широко поширеними.
5. Банківські послуги з торгівлі валютою супроводжуються наданням валюти клієнтам для забезпечення платежів та підтримки ліквідності, включаючи страхування ризиків знецінення коштів через зміну валютних курсів.

6. Консультаційно-інформаційні послуги надають клієнтам кваліфіковані консультації та інформаційну підтримку з управління фінансами та інших господарських, фінансових, правових і банківських питань.
7. Розрахунково-платіжні послуги забезпечують платіжну дисципліну, включаючи ведення рахунків для юридичних і фізичних осіб та здійснення розрахунків за дорученням.
8. Інвестиційні послуги спрямовані на задоволення інтересів клієнтів банку у вкладенні власних коштів у різноманітні інвестиційні проекти. Ці послуги включають формування інвестиційного портфеля та підбір об'єктів для інвестування.
9. Нетрадиційні послуги формують собою так звані «інноваційні продукти» у сфері матеріального виробництва, зокрема телебанкінг, мобільний банкінг, тощо.
10. Послуги самообслуговування клієнтів – сьогодні все дедалі частіше зустрічаємо максимальне залучення засобів автоматизації щодо надання банківських послуг.

Розвиток сфери банківських послуг є перспективним напрямом діяльності українських банків. Розширення спектра банківських послуг дозволяє краще задовольнити потреби клієнтів, розширити дохідну базу банків, сприяє стабілізації банківської системи країни та підвищенню її ролі в економіці держави.

1.2 Сутність та основні види платіжних карток

У сучасних умовах швидко набувають поширення розрахунки платіжними картками. Ця форма розрахунків вигідна основним

учасникам: власнику картки, банку-емітенту, підприємству торгівлі або сфери послуг, банку-еквайра.

У сучасних умовах оплата кредитними картками стрімко набуває поширення. Така форма розрахунків вигідна основним учасникам: власнику картки, банку-емітенту, торговій або сервісній компанії, банку-еквайеру.

Платіжна картка — це емітований у встановленому законодавством порядку спеціальний платіжний засіб у вигляді пластикової або іншого виду картки, який використовується для здійснення переказу коштів з рахунка платника або з відповідного банківського рахунку на з метою оплати вартості товарів і послуг, перерахування коштів із власних рахунків на рахунки інших осіб, приймання готівки в касах банків за допомогою банківських пристроїв, а також здійснення іншої діяльності, визначеної відповідним договором. Платіжна картка – засіб здійснення безготівкових розрахунків, отримання кредиту та готівки.[10]

Існують різні типи платіжних карток, які можна класифікувати за рядом ознак, включаючи платіжний механізм, функціональні характеристики та технологічні характеристики.

Двосторонні та багатосторонні карткові схеми відрізняються механізмом клірингу.

Двосторонні системи створені на основі двосторонніх угод між учасниками клірингу, за допомогою яких власники карток можуть купувати товари в закритих мережах, контрольованих емітентом картки (універмаги, автозаправні станції тощо). Багатосторонні схеми реалізуються національними асоціаціями банківських карток, а також компаніями карткових карток для подорожей і розваг (такими як American Express), які надають власникам карток можливість купувати товари в різних продавців і сервісних організацій, які приймають ці картки як засіб платежу. Картки цих систем також дозволяють отримувати готівкові

аванси, використовувати автомати для зняття готівки з банківського рахунку тощо.

За функціональними характеристиками розрізняють кредитні та дебетові картки.

Кредитні картки передбачають відкриття кредитної лінії в банку, що дозволяє власнику картки використовувати кредит при покупці товарів і оплаті послуг, а також отримувати кредит готівкою. Кредитні картки можуть бути банківськими або туристичними та розважальними.

Банківські кредитні картки використовуються для оплати товарів чи певних послуг за допомогою банківського кредиту або для отримання авансу готівкою. Клієнт користується кредитом без сплати відсотків протягом місяця.

Перед оформленням кредитної картки відповідальний працівник банку перевіряє кредитоспроможність своїх клієнтів і тільки після цього визначає, чи можна продати кредитну картку даному клієнту і який розмір ліміту кредитної лінії йому слід встановити. Зазвичай такі картки продаються найбільш надійним клієнтам, які мають високий кредитний рейтинг. Тому через високий рівень ризику кредитні картки використовуються в банківській практиці України дуже обмежено.

Розрізняють індивідуальні та корпоративні кредитні картки. Індивідуальні картки поділяються на стандартні та золоті. Золоті картки доступні тільки клієнтам з високим і стабільним рівнем доходу.[14]

Картки для подорожей і розваг випускають компанії, які спеціалізуються в цій галузі, наприклад American Express. Ці картки дозволяють їх власникам здійснювати оплату різноманітних товарів і послуг, а також надають переваги при замовленні авіаквитків, готельних номерів, страхуванні життя, отриманні знижок на ціну товарів, отриманні кредиту тощо.

Існує окремий тип кредитної картки, наприклад гарантійна картка чека, яка видається власнику поточного рахунку в банку для ідентифікації організації, яка видала чек, і гарантії оплати за ним. Картка заснована на кредитній лінії, яка надає власнику рахунку овердрафт. При цьому банк є гарантом перерахування належної суми коштів на рахунок торговельного закладу у встановлений термін, навіть якщо на рахунку власника картки немає необхідної суми, але в цьому випадку клієнт-держатель картки сплачує комісії за наданий кредит.

Дебетова картка – це картка, для якої відкрито спеціальний картковий рахунок, на якому зберігається сума, обмежена платежами по ній. Дебетова картка - це зручність для клієнта при здійсненні безготівкових розрахунків, прийомі готівки та управлінні рахунком. Не дає можливості оплатити покупки за відсутності коштів на рахунку клієнта. Винятком є лише ті випадки, коли клієнт має поточний рахунок з можливістю овердрафту.

Овердрафт — це короткостроковий кредит, який надається клієнту банком у разі, якщо сума операції за платіжною карткою перевищує залишок на картковому рахунку або встановлений кредитний ліміт. Тоді можливе отримання кредиту з дебетової картки в межах дозволеного овердрафту на рахунку.

Дебетові картки можна використовувати для:

- отримання готівки через банкомат;
- зняття коштів з рахунку клієнта у відділенні банку;
- розрахунки за послуги або товари в торгових закладах.

За технологічними особливостями картки бувають двох типів: з магнітною смугою і вбудованим чіпом (чіп-карта - «чіп-карта», смарт-карта - «смарт-карта», карта пам'яті - «смарт-карта» або «смарт-карта», «мікропроцесорна карта», «багатофункціональна» або « багатофункціональна карта" ").

Картки з магнітною смугою мають на зворотному боці магнітну смугу, яка записує дані, необхідні для ідентифікації особи власника картки при її використанні в банкоматах і терміналах об’єктів електронної торгівлі. Ці дані включають:

- банківські реквізити власника картки (ПІБ, адреса, код банку та відділення, номер рахунку);
- термін дії картки;
- максимальна сума, доступна власнику картки, яка зменшується з кожним зняттям коштів з рахунку.

Важливою частиною інформації, що зберігається на магнітній смузі, є персональний ідентифікаційний номер (PIN). Цей номер (код) повинен знати лише власник картки, який набирає його за допомогою спеціальної клавіатури банкомату чи терміналу.

Після вставлення картки в зчитувач або термінал банкомату введений код порівнюється з ПІН-кодом на магнітній смузі і, якщо вони збігаються, відкривається доступ до мережі зв’язку для відправлення платіжних доручень: власник вводить інформацію про залишок на рахунку, а потім сума вкладу, яка перераховується, перераховується в банк, що веде його рахунок, з якого стягується і перераховується на рахунок одержувача (продавця товарів чи послуг) або видається готівкою в банкоматі. Якщо вони не збігаються, власник має можливість зробити ще кілька спроб введення PIN-коду. Потім картку вилучають (блокують).

Чіпові карти (смарт-карти) мають вбудований мікрочіп, який складається з пристроїв пам'яті для зберігання інформації та процесора, який є складовою комп'ютера і здатний обробляти інформацію, що зберігається в пристроях пам'яті. Збільшений обсяг пам'яті картки дозволяє зберігати та використовувати інформацію про її власника, банківський рахунок клієнта та близько 200 останніх операцій, здійснених з карткою.

Усі платіжні картки, призначені для оплати, можна розділити на індивідуальні та корпоративні (візитні картки). Індивідуальні картки банки видають фізичним особам: своїм платоспроможним клієнтам, а також іншим особам після аналізу їх «кредитної історії» та відкриття поточного рахунку (картки) у банку або внесення страхового вкладу. Картки підприємства видаються юридичним особам з їх гарантіями та заставою також після проведення аналізу платоспроможності юридичної особи.

Картками підприємства можуть користуватися працівники організації, яка отримала картку. Відкриваються персональні рахунки, прив'язані до корпоративного карткового рахунку. Відповідальність за корпоративний картковий рахунок компанії несе організація, а не власники індивідуальних карток компанії.

У сфері грошового обігу платіжні картки є одним із прогресивних методів організації безготівкових операцій.

1.3 Еволюція електронного банківського обслуговування

Узагальнюючи досвід розвитку електронних банківських послуг за кордоном, можна зробити висновок, що можна виділити три основні етапи розвитку:

По-перше, система «Клієнт-Банк», яка складається з підсистем «Клієнт-Банк» (для юридичних осіб) та «Домашній банк» (для фізичних осіб);

По-друге, мобільний банкінг (WAP-банкінг);

По-третє, онлайн-банкінг.

Впровадження системи клієнт-банк стало однією з перших успішних спроб вітчизняних банків упорядкувати обслуговування та

впорядкувати власну роботу за допомогою автоматизованих систем. Фахівці стверджують, що в Україні таку систему вперше застосували у 1992 році. Враховуючи складні економічні умови того часу, і перш за все, факт нерозвиненості комп'ютерного ринку, система «Клієнт-банк» стала «проривом» у банківському секторі.

Система «Клієнт-Банк» дозволяє користувачеві керувати банківськими рахунками та отримувати всю інформацію про актуальний рух коштів, не покидаючи офіс. Система розрахована на роботу з одним користувачем і передбачає встановлення у клієнтів, які регулярно співпрацюють з банком. Використовуючи систему, клієнт має можливість[15]:

- оформляти, виправляти та друкувати платіжні документи в національній валюті;
- відправляти платіжні документи в банк для обробки операторами;
- відслідковувати стан введених та надісланих до банку документів;
- отримувати виписки з особових рахунків банку за запитом після закінчення робочого дня банку;
- оперативно контролювати поточний баланс рахунку з урахуванням зовнішнього впливу на нього;
- наприкінці дня зробити архівну копію опрацьованих документів та переглянути документи з архіву протягом необхідного терміну;
- обмінюватися неузгодженими повідомленнями з банком і завантажувати файли, завантажені банком, завантажувати файли та переглядати завантажені файли.
- отримувати інформацію про курс валют Національного банку України.

Для захисту інформації від несанкціонованого доступу доступні наступні універсальні засоби захисту:

Клієнт має ключову дискету, інформація про яку є унікальною для кожного клієнта. Ключову дискету можна прочитати тільки програмою "Клієнт-Банк".

Можливість надання кожному клієнту індивідуального логіна та пароля, які можна в будь-який момент змінити в банку. Пароль відомий лише клієнту, що унеможливлює підробку підпису.

Шифрування інформації, що передається в банк, за допомогою спеціальних алгоритмів.

Система транзакційної документації для введення, підписання та обміну інформацією з банком. Контроль здійснюється програмним забезпеченням, і робота блокується при виявленні несанкціонованих операцій.

Система призначена для роботи співробітниками організації замовника і не вимагає спеціальних знань в області комп'ютерних технологій. Програмне забезпечення підтримує обслуговування та оновлення:

- каталоги банків - учасників системи електронних платежів Національного банку України;
- каталог кодів платежів та видів платежів до бюджету;

Система також дозволяє:

- вести довідник бізнес-партнерів компанії;
- вести каталог платіжних доручень;
- підключити систему «Клієнт-Банк» з бухгалтерським програмним забезпеченням;
- перевірити можливість розрахункового рахунку по МФО;

Недоліки системи:

По-перше, створення багатофункціональної системи дуже дороге, що робить її неефективною для невеликих банків із бідною клієнтурою, по-друге, ця система не підходить для доступу з інших місць, крім офісу, якщо у користувача немає ноутбука та мобільного телефону. з цим.

Незважаючи на це, це надзвичайно зручний сервіс для клієнтів, які активно ведуть бізнес і не потребують додаткових послуг від банку. Вартість користування такою системою становить близько 100-200 грн. в місяць по Києву і 25-100 грн. в регіонах.

Телебанкінг досі залишається найпопулярнішою формою дистанційного банківського обслуговування на Заході і поступово впроваджується банками в Україні. Для здійснення телебанкінгу фінансові установи (банки) створюють інформаційно-довідкові системи, що складаються з комп'ютерів (з відповідним програмно-технічним забезпеченням), підключеного до АТС банку.[6]

Інформація про стан поточних рахунків клієнтів зберігається на сервері банку. Коли клієнт звертається до такої системи (за допомогою кнопкового телефону), він фактично надсилає цифровий код. Ця техніка декодує код і перетворює його на запит до бази даних банку, отримує відповідь, перетворює його на голос і надсилає по телефонній лінії.

З точки зору клієнта це виглядає так: коли він набирає певний номер, йому відповідає електроннмй оператор, який переключитись на тональний дзвінок. Потім, клієнт повинен натиснути кнопку 1, наприклад, щоб увійти в робоче меню операцій. Або натиснути іншу кнопку, щоб отримати доступ до іншої послуги. Після цього клієнт повинен ввести свій унікальний номер, пароль і код транзакції. Припустимо, він хоче заплатити за квартиру. Відповідаючи на запитання, він набирає потрібні цифри.

Система виконує транзакції та інформує клієнта про успішне завершення транзакції та реєстрацію під певним номером, щоб клієнт,

який перебуває у відпустці чи у відрядженні, міг швидко дізнатися про залишок на рахунку, процентну ставку, безпеку котирування, перерахувати гроші з рахунку, витрачати банк на конвертацію однієї валюти в іншу тощо.

В Україні лідерами з надання цієї послуги є Укрінбанк (система Телебанк-24) та ВАБанк (мобільний банкінг). Клієнти Укрінбанку вже успішно здійснюють такі платежі, як оплата комунальних послуг, мобільного зв'язку, а незабаром зможуть купувати або продавати іноземну валюту.

Система мобільного банкінгу ВАБанку дозволяє власникам платіжних карток VISA, EuroCard/MasterCard, Cirrus/Maestro, емітованих банком, користуватися такими послугами за допомогою мобільного телефону:

- ведення інформації про наявну суму на картці в даний момент;
- отримання повідомлення про підтвердження операції по картці. Таке повідомлення формується та надсилається на мобільний телефон клієнта після внесення або зняття коштів на картку;
- можливість вручну внести картку до списку зупинок з мобільного телефону у разі її втрати або підозри на неправомірне використання даних картки;
- отримання повідомлення на мобільний телефон про зарахування коштів на картковий рахунок;

Враховуючи, що близько 10% населення України користується комп’ютерами, а телефон є у кожного, було зроблено висновок, що існує багато потенційних клієнтів для телебанкінгу. Але, можливо, така форма співпраці з банком зручна лише для простих операцій. Проблема в тому, що телефон – це насамперед засіб усного спілкування і не дуже підходить для складних банківських операцій, тому українські банки обов’язково використовують факс для підвищення рівня обслуговування.

Для цього клієнту достатньо залишити факс увімкненим в режимі автоматичного прийому, виходячи з офісу. Увечері, близько 22 години, після обробки всіх платежів і завершення операційного дня, система почне надсилати виписки. Вранці, після прибуття в офіс, клієнт має готову виписку за попередній день. Такі послуги коштують близько 10 грн.

Інтернет-банкінг. Цей вид дистанційного банківського обслуговування є найбільш прогресивним, зручним і перспективним. Замовнику не потрібно купувати або встановлювати спеціальне програмне забезпечення. Все, що вам потрібно зробити, це отримати ім'я та пароль для входу в систему та дискету з ключем для електронного підпису ваших банківських інструкцій від банку.

Інтернет-банкінг успішно виконує консультативну функцію, оскільки дозволяє зручно спілкуватися. Для більш активних клієнтів банк може впровадити систему, що дозволяє брати участь у торгівлі валютою, купівлі-продажу цінних паперів, вигідно розміщувати вільні кошти, а головне – вести електронну комерцію. У розвинених країнах, де Інтернет-технології постійно приваблюють великих інвесторів, з'явилися віртуальні банки, на базі www-сервері –створені віртуальні офіси, з тими ж функціями, що й у традиційних банках.[16]

Вартість послуг такого віртуального банку значно знижується за рахунок використання менших приміщень, невеликої кількості співробітників і відсутності складських приміщень. Проте поки що через технічну складність реалізації такого проекту (а значить високу вартість) та відсутність довіри потенційних клієнтів ці приклади поодинокі або тісно пов'язані з традиційними фінустановами. Зрозуміло, що до таких проектів в Україні ще далеко.

Електронні банківські послуги досить різноманітні, але основним критерієм їх надання є технологія електронного обслуговування клієнтів. Відповідно до цього електронні банківські послуги умовно можна

розділити на такі основні види, кожен з яких являє собою цілий комплекс специфічних послуг:

- послуги, що надаються з використанням банківських (фінансових) карток;
- послуги дистанційного управління банківськими рахунками клієнтів; послуги через Інтернет

Дослідники ще не розробили єдиної системи класифікації електронних банківських послуг. А. А. Тедеєв поділяє електронні банківські послуги на такі групи:

- здійснення електронних платежів за допомогою банківських платіжних карток;
- використання комп'ютерних мереж для різних цілей у банківській справі;
- здійснення банківської діяльності з використанням глобальної комп’ютерної мережі Інтернет (Internet – banking) [13].

Така класифікація не відповідає правовому змісту електронних банківських послуг. Перш за все, використання комп’ютерних мереж для різних цілей у банківській справі виходить за межі відносин, що виникають під час надання та використання електронних банківських послуг. З іншого боку, під час здійснення банківських операцій використовується велика кількість інформаційно-комунікаційних технологій, сфера застосування яких виходить за рамки поняття електронних банківських послуг.

Тому електронні банківські послуги доцільно розділити на дві групи:

- електронні банківські послуги, інструментами яких є пластикові банківські картки;

- послуги електронного банкінгу, які надаються системами дистанційного обслуговування («клієнт-банк», «клієнт-інтернет-банк», «GSM-банкінг», «WAP-банкінг», «телефонний банкінг» тощо) [6] .

Інтернет як глобальна мережа чинив і має величезний вплив на всі сфери людської діяльності, включаючи економіку та бізнес. Одним із важливих аспектів використання Інтернету є майбутній розвиток тенденції до глобальної мобільності та ліквідності капіталу для всіх категорій клієнтів. На практиці ця тенденція проявилася у появі онлайн-банкінгу. За кордоном найбільші банки пропонують найбагатший набір Інтернет-послуг.

В Україні використання Інтернет-технологій досі є здебільшого не бізнесом, а похвальним прагненням до інновацій. Тому питання розвитку онлайн-банкінгу має не лише практичне, а й наукове значення, в тому числі для України, яка йде шляхом побудови ринкової економіки.

Нині недостатня ефективність фінансово-банківської сфери є однією з головних перешкод на шляху інтеграції України до світової економіки. У зв'язку з цим особливої уваги заслуговує Інтернет-банкінг як найбільш прогресивний напрямок розвитку банківської справи. Це один із найдинамічніших і швидкозростаючих секторів ринку електронної комерції. За останніми даними, понад 1500 банків у всьому світі надають послуги онлайн-банкінгу, а 26 банків працюють виключно через Інтернет.

Світова банківська система поступово починає активніше використовувати ці технології. Для досягнення сучасного рівня розвитку банківської сфери Україні також необхідно створити цінний ринок онлайн-банкінгу. Для прискорення цього процесу доцільно вивчити світовий досвід і розробити ряд рекомендацій щодо оптимізації розвитку даного ринку з урахуванням його поточного стану.

У 1995 році деякі банки почали пропонувати своїм клієнтам комп'ютерний банкінг через Інтернет, а не безпосередньо. Того ж року

з'явився перший віртуальний банк - American First Network Bank, який проводив всі операції з клієнтами тільки через Інтернет. Це можна вважати народженням онлайн-банкінгу як галузі банківських послуг онлайн.

Після прийняття Закону України «Про електронний цифровий підпис» законодавчі перешкоди для здійснення банківських операцій через мережу Інтернет відсутні.

По-друге, на ринку банківських послуг України є реальний попит на онлайн-банкінг. Зараз близько 20% компаній активно використовують системи «клієнт-банк», які є прототипом системи Інтернет-банкінг. Інтернет-банкінг за зручністю використання перевершує систему «клієнт-банк». Крім того, це дозволяє вам керувати своїм обліковим записом з будь-якої точки світу.

На сьогоднішній день послуги онлайн-банкінгу (активні або пасивні) в Україні надають наступні банки: «Аваль», АКБ «Львів», «ВАБанк», Міжнародний комерційний банк, «Ікар-банк», «Приватбанк», «Надра», « Кредитпромбанк", "Укрсиббанк", "Фінанси та кредит", "Перший український міжнародний банк". Окремо хочу виділити систему Приват24 від Приватбанку, яка налічує понад 18 тис. клієнтів, при цьому зростання клієнтської бази з початку 2020 року становив 60% для фізичних осіб і 80% для юридичних осіб.

РОЗДІЛ 2
ЕЛЕКТРОННІ ПЛАТЕЖІ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»)

2.1 Організація діяльності АТ КБ «ПриватБанк»

Банк АТ КБ «Приватбанк» був заснований у 1992 році і на сьогоднішній день він є одним з найбільш динамічно розвиваючихся банків в Україні і займає провідні позиції у банківському рейтингу країни. Згідно з дослідженням GFK Ukraine у четвертому кварталі 2022 року, АТ КБ «ПриватБанк» є основним банком для 40,2% фізичних осіб, що перевищує показники інших великих банків в Україні. У випадку корпоративних клієнтів цей показник становить 28,4%.

АТ КБ «ПриватБанк» є найбільшим емітентом і еквайєром платіжних карток в Україні. Банк володіє власною системою грошових переказів під назвою «PrivatMoney» та найбільшим в Україні інтернет-банкінгом і платіжною системою «Приват24». Крім того, АТ КБ «ПриватБанк» має дочірні банки в Латвії, Португалії та Італії. Згідно з даними британського журналу The Banker за 2016 рік, АТ КБ «ПриватБанк» посідає 13-те місце в рейтингу найбільших банків Центральної та Східної Європи та 495-те місце у рейтингу топ-1000 світових банків.

Банк має генеральну ліцензію Національного Банку України на проведення банківських операцій і надає весь спектр банківських послуг, що присутні на внутрішньому ринку, для обслуговування корпоративних і приватних клієнтів у відповідності з міжнародними стандартами.

Крім загальних банківських послуг, таких як вклади, кредити та дебетові/кредитні картки, АТ КБ «ПриватБанк» надає інші додаткові послуги, зокрема:

1. «ПриватMoney» - система грошових переказів, яка дозволяє клієнтам здійснювати швидкі та безпечні грошові перекази між різними містами та країнами. Ця система є надійною та зручною альтернативою традиційним банківським переказам.

2. «Приват24» - це інтернет-банкінг та платіжна система, яка дозволяє клієнтам здійснювати різноманітні банківські операції в режимі онлайн, такі як оплата комунальних рахунків, поповнення мобільного телефону, оплата послуг Інтернету, оплата кредитів, і т.д.

3. «ПриватLeasing» - це послуга лізингу автомобілів та інших рухомих майнових цінностей.

4. «ПриватInvest» - це послуга інвестування в акції, облігації, паї інвестиційних фондів, депозитні сертифікати та інші фінансові інструменти.

5. «ПриватБанк Онлайн» - це сервіс, що дозволяє клієнтам здійснювати покупки в Інтернеті за допомогою своїх банківських карток.

6. «ПриватБанк Бізнес Онлайн» - це інтернет-банкінг для корпоративних клієнтів, який дозволяє здійснювати різноманітні банківські операції в режимі онлайн, такі як оплата зарплат, переказ коштів між рахунками, і т.д.

Головний пріоритет у роботі банку - задоволення довгострокових інтересів клієнтів. У банку діє висококваліфікована команда фахівців та персональні менеджери, які мають відповідальність за якісне обслуговування клієнтів і оперативне задоволення їхніх потреб. Банк пропонує нові форми банківських послуг і постійно удосконалює свій комплекс обслуговування, що дозволяє ним користуватися понад 165

тисяч корпоративних клієнтів, 96 тисяч приватних підприємців і більш ніж 5,6 мільйонів рахунків фізичних осіб.

Банк має національну мережу банківського обслуговування, яка включає понад 1528 філій та відділень по всій Україні. Це дає можливість будь-якому клієнту отримати високий рівень обслуговування майже у будь-якому місці країни. Банк має широку мережу зарубіжних партнерів, що демонструє його визнання у світовій банківській системі і забезпечує задоволення міжнародних потреб клієнтів. АТ КБ «ПриватБанк» має кореспондентські відносини з провідними іноземними банками та ефективно співпрацює з ними на різних сегментах фінансового ринку. Крім того, банк є уповноваженим банком для обслуговування кредитних ліній Світового банку реконструкції і розвитку, Європейського банку реконструкції і розвитку та Українсько-німецького Фонду, спрямованих на розвиток малого і середнь

Крім того, АТ КБ «ПриватБанк» активно впроваджує сучасні технології в свої послуги. Банк розробив власний мобільний додаток та онлайн-банкінг, які дозволяють клієнтам здійснювати банківські операції з будь-якого місця і в будь-який час. Також банк активно використовує інтернет-технології для забезпечення безпеки операцій та попередження шахрайства. Банк має систему багаторівневої авторизації, яка дозволяє захистити рахунки клієнтів від несанкціонованого доступу.

АТ КБ «ПриватБанк» активно залучається до соціально важливих проектів, спрямованих на підтримку розвитку науки, культури, спорту та освіти в Україні. Банк є партнером багатьох відомих проектів і спонсором різноманітних заходів. Крім того, АТ КБ «ПриватБанк» має власну благодійну організацію - Благодійний фонд "Нова Громада", який здійснює різноманітні проекти з соціальної підтримки та розвитку громадських ініціатив у різних регіонах України.

Рис.2.1. Розподіл безготівкових операцій з використанням платіжних карток за 3 квартал 2022

Узагальнюючи, можна сказати, що АТ КБ «ПриватБанк» є одним з провідних банків України, який надає широкий спектр банківських послуг, використовуючи сучасні технології та забезпечуючи високий рівень обслуговування клієнтів. Банк є важливим гравцем на банківському ринку України та має значний вплив на соціальний та економічний розвиток країни.

2.2 Використання пластикових карток АТ КБ «ПриватБанк»

Сьогодні АТ КБ «ПриватБанк» є провідним банком в Україні з численними картковими програмами для своїх клієнтів. На даний момент у нього є шість карткових програм, серед яких є «Універсальна», «Юніор», «Для виплат», «Інтернет», «Універсальна Голд» і елітні карти класу

«Платинум» і вище. Найпопулярнішою карткою є «Універсальна», яка дозволяє клієнтам використовувати як свої власні кошти на рахунку, так і кредитні кошти банку. Крім того, на неї можна отримувати перекази від різних осіб, таких як родичі, знайомі та партнери. За допомогою цієї картки можна здійснювати платежі в торгових точках, оплату в Інтернеті та терміналах самообслуговування, а також знімати готівку в будь-якій точці світу. При оплаті за кордоном стягується комісія за конвертацію коштів відповідно до офіційного обмінного курсу банку на день купівлі. Комісія за зняття готівки з власного рахунку становить 1% в Україні та 2% за кордоном.

АТ КБ «Приватбанк» пропонує своїм клієнтам можливість активувати депозитну властивість на своїй картці та отримувати 10% річних на залишок особистих коштів в національній валюті, за умови, що залишок не менше 100 грн/100 доларів США/100 євро/20 ларі. Виплати процентів здійснюються в останній день кожного місяця на рахунок «Бонус Плюс», а якщо кінець місяця припадає на вихідний день, то виплати здійснюються наступного робочого дня.

Існують три способи активації депозитної властивості картки: через Приват24, термінали самообслуговування та банкомати. Щоб перевірити, чи активовано депозитну властивість на картці, клієнти можуть зайти на сайт Приват24.

Карта «Універсальна» має змішану дебетно-кредитну функцію, що дозволяє клієнтам користуватись не лише власними коштами, а й кредитними з визначеного кредитного ліміту. Кредитний ліміт встановлюється індивідуально для кожного клієнта залежно від його доходів, наявності майна та інших факторів, і не може перевищувати 25 000 грн.

Картка "Універсальна" від АТ КБ «ПриватБанк» пропонує пільговий період, під час якого клієнт може безкоштовно користуватися кредитними

коштами. Якщо клієнт поверне позику до визначеної дати, то він не сплачуватиме жодних процентів за користування нею. Максимальний пільговий період для картки "Універсальна" становить 55 днів, тому що Приватбанк не нараховує відсотки на позичені кошти до 25 числа місяця, наступного за тим, у якому вони були зняті з рахунку. Окрім того, вартість користування кредитом складається з одноразової комісії за зняття або переказ коштів (4% від суми заборгованості + 5-25 грн у разі зняття грошей в банкоматі) та щомісячної процентної ставки (2,5% від суми заборгованості). Погашення кредиту відбувається щомісяця шляхом сплати 5% від суми заборгованості, але не менше 50 грн і не більше залишку заборгованості. Оформлення картки "Універсальна" безкоштовне.

Карткова програма "Картка ЮНІОРА" розроблена АТ КБ "ПриватБанк" для дітей в рамках проекту "Юніорбанк". Мета проекту - навчити дітей фінансової грамотності та користування банківськими послугами. Картка "ЮНІОРА" - це перший крок на цьому шляху. Картку можна отримати безкоштовно, і за допомогою неї можна без комісії розраховуватись за товари та послуги в торгово-сервісній мережі та Інтернеті.

Умови:

1) Дозвіл батьків дає можливість відкрити кредитну лінію на карті юніора в АТ КБ «ПриватБанк» до 300 грн з пільговим періодом до 55 днів. Мінімальний щомісячний платіж складає 7% від заборгованості, а базова процентна ставка становить 2,5% від суми боргу на місяць.

2) АТ КБ «Приватбанк» розробив карту для виплат, яка дозволяє отримувати грошові зарахування, такі як зарплати, пенсії, стипендії, інші соціальні допомоги, перекази від родичів та партнерів без комісійних витрат. Картка дозволяє знімати готівку в будь-якому банку та банкоматі на території України, оплачувати покупки, комунальні послуги та купувати товари через Інтернет. Клієнти можуть вибрати з чотирьох

різновидів карток, відмінність між якими полягає в вартості їх відкриття та обслуговування.

Отримавши Золоту картку для виплат від АТ КБ «ПриватБанк», клієнт автоматично стає учасником GOLD-клубу і має можливість скористатися багатьма особливими пільгами та перевагами. Зокрема, клієнт може отримати персональне обслуговування від фінансового консультанта, скористатися цілодобовою лінією клієнтської підтримки та отримувати спеціальні знижки від понад 3 300 елітних підприємств, які входять до Дисконтного клубу «ПриватБанк VIP». Крім того, клієнт може скористатися пропозиціями від MasterCard, включаючи знижки та бонуси при оплаті карткою, а також послугами цілодобової служби підтримки, пов'язаними з загубленими або викраденими картками, терміновим одержанням готівки та адресами банкоматів. Крім того, клієнт має можливість скористатися послугою «Екстрена видача готівки або нової картки» у будь-якій точці світу та зберігати свої цінності у сейфових скриньках АТ КБ «ПриватБанку».

Інтернет-карта є віртуальною банківською карткою, яку можна використовувати для здійснення покупок та платежів в мережі Інтернет. Замовити її можна за допомогою вказання власного номера телефону для входу в систему інтернет-банкінгу Приват24 та введення коду з SMS. Ця послуга доступна всім клієнтам, які мають будь-яку карту АТ КБ «ПриватБанку». За допомогою Інтернет-карти можна легко та зручно оплачувати товари в онлайн-магазинах, PayPal, Google Play, App Store.

«Інтернет-картка» - це середнього рівня віртуальна банківська картка, яку видав Приватбанк, і вона належить до міжнародної платіжної системи Visa International. Ця картка призначена для безпечної оплати товарів і послуг в Інтернет-магазинах. Замість звичайної пластикової карти Visa, коли користувач робить покупки в Інтернеті, використовується ця віртуальна картка.

Інтернет-картка АТ КБ «ПриватБанк» дозволяє клієнтам не розкривати дані своєї основної картки і захищає їх від доступу сторонніх осіб. Ця картка може бути використана для оплати в різних валютах, таких як UAH, USD та EUR, і має строк дії 10 років. Вона також миттєво видавальна і автоматично підключена до SMS-сервісу. Вартість випуску та обслуговування цієї картки є безкоштовною.

«Універсальна Gold» - це міжнародна платіжна картка АТ КБ «ПриватБанк», яка надає клієнтам можливість користуватися як власними коштами на карті, так і кредитними коштами. Гроші на цій картці, як особисті, так і кредитні, доступні клієнтам у будь-якій точці світу в будь-який час. Картка «Універсальна Gold» має пільговий період користування, який може тривати до 55 днів, під час якого клієнти можуть безкоштовно користуватися кредитними коштами.

Компанія MasterCard розробила унікальну бонусну програму для власників картки MasterCard World Elite. Будь-які види платежів, включаючи оплату товарів і послуг у всіх торгових мережах світу, а також оплату в Інтернеті, винагороджуються незабутніми пригодами, яскравими емоціями та подарунками, яких не знайти у звичайних магазинах. Щоб брати участь у бонусній програмі, клієнти повинні зареєструватися на веб-сайті bonusvip.privatbank.ua. Кожного разу при оплаті картою World Elite рахунок клієнта буде поповнюватися балами. Накопичені бали можна обміняти на бажані подарунки з каталогу програми всього за два кліки. Каталог містить великий вибір подарунків, серед яких уроки верхової їзди, бажані гаджети, польоти на реактивних літаках та навіть серфінг для двох на екзотичних островах.

Кожна оплата за допомогою карти World Elite дає клієнтам бонусні бали у співвідношенні 1:10. Наприклад, за покупку на суму 1000 гривень клієнт отримує 100 бонусних балів. Крім того, банк надає спеціальний

привітальний бонус у розмірі 100 бонусних балів за першу оплачену покупку картою World Elite.

Завдяки розширеній підтримці від міжнародної служби World Elite Assistance Centre, власники карток MasterCard World Elite можуть користуватись послугами пізнього виїзду з готелів, оренди кращих автомобілів від партнерів MasterCard та замовляти VIP номери в готелях. Фахівці з World Elite Assistance Centre або Консьєрж-сервісу АТ КБ «ПриватБанк» також з радістю допоможуть у справах, пов'язаних з подорожами та дозвіллям.

Карта MasterCard World Elite підтримує безконтактну технологію PayPass, що дозволяє здійснювати покупки в точках з безконтактною оплатою значно швидше. Немає потреби віддавати картку в руки касиру - достатньо просто піднести її до терміналу, і оплата буде здійснена.

Клієнти, які обирають картку MasterCard World Elite, отримують необмежений доступ до персонального банківського обслуговування в «Приватбанку» адаптованого до їхніх потреб, а також до унікального комплексу додаткових сервісів від АТ КБ «ПриватБанк» та його партнерів.[1]

Станом на 1 жовтня 2022 року перша п’ятірка банків посіла переше місце за кількістю активних карток (за якими було здіснено хоча б одну видаткову транзакцію у вересні) перші 5 місць посіли:

Таблиця 2.2

Кількість активних карток провідних банків України

ПриватБанк	25 664 560 карток
Ощадбанк	5 994 740 карток
Універсал Банк	5 719 372 картки
Райффайзен Банк	2 060 734 картки
ПУМБ	862 977 карток

Падіння національної валюти призвело до збільшення цін на продукти та послуги, що в свою чергу відобразилось у зростанні середньої суми операцій за карткою. У третьому кварталі 2022 року середня сума операції за карткою становила:

• у торговій мережі – 311 гривень (зростання з 233 гривень у третьому кварталі 2021 року);

• переказ із картки на картку – 2 489 гривень (зростання з 1 582 гривень);

• оплата товарів та послуг у мережі Інтернет – 409 гривень (зростання з 393 гривень).

У 2022 році продовжується зростання кількості безконтактних платіжних карток. За підсумками вересня 2022 року їх кількість зросла на 22% порівняно з січнем. Понад 55% активних платіжних карток у вересні були безконтактними.[16]

Також спостерігається тенденція до збільшення популярності токенізованих платіжних карток. На кінець вересня 2022 року їх кількість становила близько 16,7% від загальної кількості карток, тобто токенізованою була приблизно кожна шоста активна платіжна картка.

Токенізація платіжних карток замінює інформацію про платіжну картку на унікальний цифровий ідентифікатор, який використовують для транзакцій із застосуванням пристроїв з підтримкою NFC, наприклад, платіжні сервіси Apple Pay, Google Pay, Garmin Pay та ін. У цьому випадку не потрібна наявність самої картки (пластику), на відміну від процедури оплати безконтактною карткою, яка прикладається до POS-термінала.

Для порівняння ми обрали платіжні картки, які не вимагають від особи бути постійним клієнтом цього банку чи тримати в ньому зарплатний проєкт.(Рис.2.2.1.)

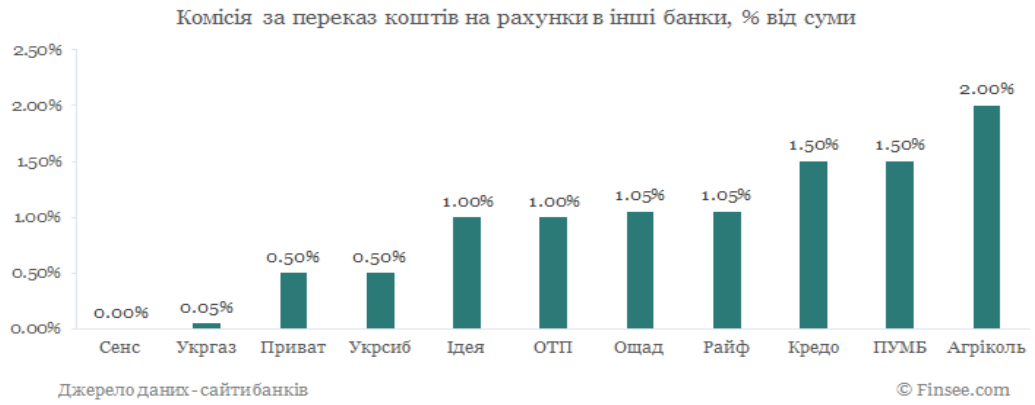

Рис.2.2.1. Комісія за переказ коштів на рахунки інших банків

Найкращі умови для зняття готівки встановлені Ощадбанком, Креді Агріколь, Укргазбанком та Райффайзен банком. Крім того, Кредобанк та ПУМБ також пропонують цікаві умови. Однак,якщо перевищено місячний ліміт, за кожне наступне зняття готівки сплачується комісія. [22]

У Кредобанку комісія становить 1.50 % від суми (мін. 20 грн), а в ПУМБ – 1,5 % від суми; ОТП Банк та ПриватБанк стягують плату в розмірі 1 % від суми. Найбільш вигідно знімати кошти за допомогою Картки для виплат ПриватБанку, однак існує суттєвий недолік: якщо виконувати нецільове поповнення, стягується комісія у розмірі 0.50 % від суми. Сенс банк пропонує найменш вигідні умови – знімати кошти безкоштовно можна тільки 2 рази на місяць.

Рис.2.2.2. Комісія за отримання готівки в банку, що видав картку

Отримати готівку безкоштовно можна з використанням платіжних карток від Кредобанку, Сенс банку, банку ПУМБ, Райффайзен банку та Ощадбанку, за винятком випадків, коли місячний ліміт операцій по видачі готівки в Ощадбанку буде перевищений. У такому випадку наступні операції по видачі готівки будуть стягувати комісію у розмірі 1.00% від суми плюс 5 грн.

АТ КБ «ПриватБанк» також пропонує можливість отримання готівки за допомогою Універсальної картки, але в цьому випадку стягується плата в розмірі 1.00% від суми. Картка для виплат є більш вигідною, оскільки дозволяє отримувати готівку без комісії в усіх українських банках, але має обмеження щодо джерел надходження коштів. Укрсиббанк та Укргазбанк пропонують найвищі відсотки серед головних конкурентів за використання їхніх платіжних карток.(Рис.2.2.2.)

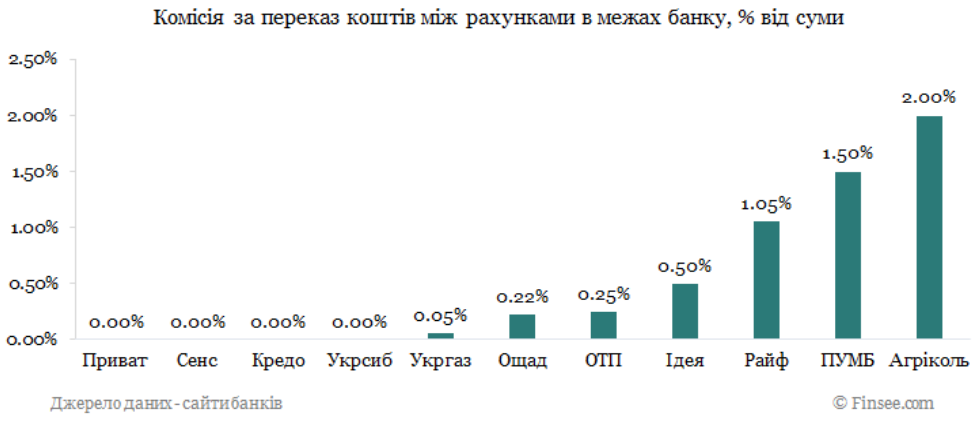

Рис.2.2.3. Комісія за переказ коштів між рахунками в межах банку

Більшість провідних українських банків, таких як ПриватБанк, Сенс банк, Кредобанк та Укрсиббанк, не стягують комісію за переказ коштів за умовами своїх карток.

Райффайзен банк, з іншого боку, вимагає сплати комісії в розмірі 1.00 % плюс 5 грн за кожен перерахунок коштів. Якщо клієнт надсилає 10 тис. грн на інший рахунок, то він повинен буде сплатити 105 грн комісії. Найвищий рівень плати за переказ коштів встановив Креді Агріколь - 2.00%.(Рис.2.2.3.)

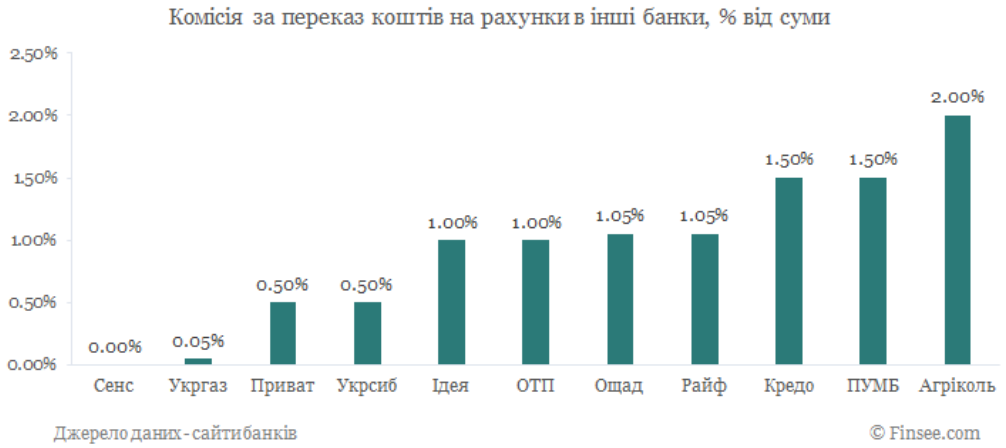

Рис.2.2.4. Комісія за переказ коштів на рахунки в інші банки

Сенс банк пропонує найкращі умови серед згаданих банків. Укргазбанк стягує комісію в розмірі 0.05% від суми за переказ коштів.

Клієнти ПриватБанку та Укрсиббанку можуть перерахувати кошти в інші банки за 0.50% від суми.

Ощадбанк стягує комісію в розмірі 1.00% плюс 5 грн. Наприклад, при переказі 10 тис. грн комісія складе 1.05% від суми. Найменш вигідні умови пропонує Креді Агріколь банк.(Рис.2.2.4.)

2.3. Застосування АТ КБ «ПриватБанк» власної банківської системи «Приват-24» через мережу Інтернет та системи «GSM-банкінг»

Інтернет-банкінг є дуже популярним сервісом у всьому світі, особливо у США, де практично кожен великий та середній банк надає своїм клієнтам можливість керувати рахунком з дистанції. В Україні також спостерігається значне зростання популярності цього сервісу серед клієнтів банків, з середнім щорічним приростом бази клієнтів на рівні 40%. На початок 2022 року, кількість фізичних осіб, що користувалися онлайн-банкінгом, становила близько 950 тисяч чоловік, згідно з експертними оцінками. Проблема недостатнього доступу до високошвидкісного інтернету, яка перешкоджала розвитку інтернет-банкінгу, була вирішена українськими банками, які почали надавати можливість користуватися інтернет-банкінгом через мобільні телефони та комунікатори. Згідно з опитуваннями, кожен третій користувач інтернету в Україні був готовий використовувати банківський онлайн-сервіс для управління своїм рахунком.

В Україні більшість інтернет-банкінгових сервісів обмежені інформуванням клієнтів про поточний стан їх рахунків. Це включає можливість відстежувати баланси на поточних та карткових рахунках, отримувати виписки, блокувати платіжні картки та замовляти нові. Більшість банків не дозволяють здійснювати онлайн-платежі через інтернет-банкінг. Однак, більшість українських банків пропонує мінімальний набір інтернет-банкінгових послуг, таких як отримання виписок про платежі, перевірка балансів рахунків, блокування карток та здійснення платежів за комунальні та телефонні послуги.

Ефективне формулювання та впровадження маркетингових стратегій є ключем до забезпечення конкурентоздатності банку на ринку

банківських послуг. АТ КБ «ПриватБанк», найбільший банк в Україні за активами та лідер на ринку роздрібного банкінгу, є публічною акціонерною компанією, зареєстрованою 19 березня 1992 року. На початку 2018 року банк мав близько 7 200 банкоматів, 13 300 платіжних терміналів та 141 000 роздрібних POS-терміналів у своїй мережі. Національна банківська сервісна мережа банку складає близько 2 240 відділень. Банк видав більше 30 мільйонів карток, що становить більше половини всіх платіжних карток, що видані українськими банками.

Стратегія АТ КБ «ПриватБанк» дозволяє швидко, точно і гнучко реагувати на будь-які зміни на ринку, налаштовувати маркетингові заходи для підвищення їх ефективності та прогнозування фінансових результатів. Банк використовує різні канали для просування своїх послуг, включаючи свій веб-сайт, електронні дошки оголошень, кол-центри, онлайн-рекламу, електронний маркетинг, онлайн-банкінг, чат-ботів та SMS-повідомлення. Веб-сайт банку є добре розробленим, регулярно оновлюється та займає 7-е місце серед топ-10 найвідвідуваніших веб-сайтів в Україні за даними Kantar Ukraine. На сайті є кілька інструментів, таких як підтримка онлайн-чату, конвертер валют та доступ до мобільних додатків банку. Через сайт клієнти також можуть зв'язатися з гарячою лінією банку, відвідати його офіційні сторінки в соціальних мережах, читати новини та інформацію про банк та використовувати інтерактивні методи оплати, такі як QR-коди, Apple Pay, Google Pay та Face Pay24. Веб-сайт PrivatBank був проаналізований за допомогою онлайн-платформи PR-CY, яка вимірювала його трафік, географію, швидкість та рейтинг у Google-пошуку. З травня 2020 року по березень 2021 року сайт мав 146 130 000 переглядів та 19 400 000 унікальних відвідувачів.[16]

Сайт АТ КБ «ПриватБанк» має певні статистичні показники. Найбільше відвідувань було зафіксовано у серпні 2020 та січні 2021 року, коли на сайт зайшли відповідно 778 000 та 773 000 користувачів. За

найменшу кількість відвідувань можна відзначити лютий 2021 року – 658 000 користувачів. Крім того, вказано, що кожен користувач проводить на сайті в середньому 9 хвилин, і дії, які він здійснює на сайті, включають перегляди, переходи по зовнішніх посиланнях, досягнення цілей, таких як завантаження файлів, включаючи виклик чату оператора тощо. Також зазначено, що перехід на сайт здійснюють 34% користувачів через пряме посилання, 14% через пошукові системи, 49% через посилання на інших сайтах, 1% через соціальні мережі та 2% через поштові розсилки.

Показники цільової аудиторії сайту також наведено. За березень-квітень 2021 року найбільший відсоток цільової аудиторії сайту складають українці – 57,5%, 13,6% – мешканці Нідерландів, 10,6% – мешканці Великобританії та 18,3% – жителі інших країн. Крім того, названо конкурентів сайту, серед яких можна виділити сайт онлайн-банкінгу АТ КБ «ПриватБанк» – privat24.ua, найбільший маркетплейс України – prom.ua, онлайн-магазин – rozetka.com.ua, український фінансово-інвестиційний портал– minfin.com.ua та сервіс оголошень – olx.ua.[16]

АТ КБ «ПриватБанк» створює промо-сайти переважно для демонстрації певних акцій, а також використовує спільні платформи, такі як електронні дошки оголошень. Використання таких онлайн-інструментів маркетингу, як промо-сайти та електронні дошки оголошень, дозволяє АТ КБ «ПриватБанк» уникнути завантаження свого основного веб-сайту тимчасовою інформацією та ускладненням представлення основного повідомлення. Кол-центр банку відповідає за оперативне вирішення широкого спектру запитань і прохань клієнтів. Для просування своїх продуктів в Інтернеті, АТ КБ «ПриватБанк» використовує канали витрат за дію (CPA), які передбачають оплату за фактичні покупки. У 2016 році ПриватБанк запустив партнерську програму в мережі Admitad. ПриватБанк активно використовує Інтернет-ресурси для просування своїх продуктів та стимулювання продажів, в тому числі контекстну рекламу та

проекти, фінансові сторінки та соціальні мережі. Розсилки електронною поштою клієнтам є одним з інтерактивних інструментів маркетингу АТ КБ «ПриватБанк». Онлайн-програма банку допомагає просувати їх бренд, розширювати мережу агентів та партнерів банку та збільшувати свою клієнтську базу. Онлайн-програма складається з двох частин - теорії (10 модулів) та практики (5 практичних завдань).

Студент отримує максимальну оцінку за всі виконані завдання - 100 балів. Якщо студент набрав не менше 90 балів під час проходження практики, то він потрапляє до кадрового резерву [4].

У великому бізнесі, такому як банки і фінансові структури, забудовники, торгові мережі та мережеві бренди в сфері послуг, соціальні мережі вирішують довгострокові маркетингові задачі, такі як збільшення лояльності до бренду та його продуктів, підвищення інформованості аудиторії, відстеження настрою її представників до компанії в цілому та її продуктам зокрема. АТ КБ «ПриватБанк» має офіційні сторінки в найбільш популярних соціальних мережах в Україні, таких як «Instagram», «Facebook», «Twitter» та «Telegram», що дозволяє здійснювати неформальні комунікації з реальними та потенційними клієнтами та підтримувати образ стабільної та суспільно корисної фінансової установи. АТ КБ «ПриватБанк» приділяє значну увагу пропаганді продуктів та послуг, боротьбі з шахрайством у банківській сфері. [22]

У 2020 році маркетингове агентство All Motion Group виграло тендер на SMM-підтримку в соціальних мережах для АТ КБ «ПриватБанк». Робота маркетингового агентства спрямована на позитивну взаємодію з аудиторією та має на меті системну підготовку різних типів контенту для сторінок ПриватБанку в соціальних мережах - графіки, відео, копірайти та нова стилістика комунікації [8].

За допомогою веб-сервісу аналітики контенту соціальних мереж Popsters було проведено аналіз сторінок АТ КБ «ПриватБанк» в

соціальних мережах, зокрема на «Facebook», «Instagram», «Twitter» та «YouTube», у період з 8 березня 2021 року по 6 квітня 2021 року. Найбільш активними були сторінки на «Facebook» та «Instagram». Коефіцієнти ERpost (коефіцієнт залучення людей з публікації) складали 0,164% на «Facebook» та 1,877% на «Instagram», а ERday (коефіцієнт залучення людей за обраний період) - 0,177% та 0,375%, відповідно. Ці показники були вищими порівняно з іншими соціальними мережами. Коефіцієнт ERview (коефіцієнт залучення за переглядами) можна розрахувати тільки для «YouTube» і склав 4,320%. Коефіцієнт ERview важливий, оскільки він показує, як люди були залучені до перегляду відео. Ці дані дозволяють додатково аналізувати аудиторію, її активність за днями, по постам та результатам пошуку.

Без залежності від того, чи це аудиторія B2C чи B2B, результати свідчать про те, що вівторок є найкращим днем для публікацій. Стабільна взаємодія очікується протягом усього робочого тижня - з понеділка по п'ятницю з 9:00 до 12:00. Хоча ранок є досить активним, протягом решти робочого дня залученість зменшується і досягає свого мінімуму після 18:00 щодня. [1]

АТ КБ «ПриватБанк» представив кілька додатків, серед яких "Мої вклади", "Скарбничка", "Оплата частинами", "SMS-банкінг" та "Бонус Плюс". Додаток "Мої вклади" дозволяє клієнтам виконувати операції з вкладами, включаючи закриття вкладів, перегляд умов та процентних ставок. "Скарбничка" дозволяє користувачам переглядати суми поповнення за місяць або півроку та налаштовувати умови накопичення. "Оплата частинами" дозволяє клієнтам підбирати товари для купівлі в кредит, порівнювати ціни в партнерів та погашати кредити достроково. "SMS-банкінг" - це послуга управління рахунком за допомогою SMS-команд. Програма лояльності "Бонус Плюс" надає доступ до каталогу учасників програми. АТ КБ «ПриватБанк» постійно розвивається,

створюючи додаткові конкурентні переваги, що підвищує зацікавленість та лояльність клієнтів до банку. Однак, необхідність урізноманітнення інструментів інтерактивного маркетингу та вибір найбільш економічно ефективних інструментів важливий на кожному етапі життєвого циклу банківської установи.

РОЗДІЛ 3
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

3.1 Актуальні проблеми дистанційних банківських послуг

Інтернет-банки надають всім звичний пакет послуг, що пропонуються в традиційних банках; всі розрахунки в системі Інтернет-банкінгу здійснюються в режимі реального часу, клієнту не потрібні спеціальні знання для управління своїм рахунком онлайн, він має можливість здійснювати швидкі, безпечні та цілодобові транзакції.

Користування системою Інтернет-банкінгу спрощує роботу банків, оскільки дозволяє автоматизувати роботу касирів; здешевлює банківські операції; зменшує кількість паперової роботи. Крім того, існує ряд факторів, які стримують розвиток інтернет-банкінгу в Україні, а саме:

- обмежений доступ до Інтернету, особливо в сільській місцевості; відсутність споживчих навичок у населення;
- доволі низький рівень захисту інформації в цьому секторі;
- недостатня нормативно-правова база.[12]

Тому головне завдання українського інтернет-банкінгу сьогодні – завоювати довіру клієнтів. З цією метою потрібно активно рекламувати систему Інтернет-банкінгу в пресі, на телебаченні та в Інтернеті. Слід звернути увагу на забезпечення інформаційної та технічної безпеки електронних послуг черепз захист комунікацій та транзакцій.

Крім того, важливим елементом стратегії розвитку Інтернет-банкінгу є необхідність розробки фінансових та правових документів для ефективного регулювання та підтримки української системи Інтернет-банкінгу.

Проведені дослідження в галузі розвитку Інтернет-банкінгу дають змогу зробити такі висновки:

- дана система обслуговування є дуже перспективною на ринку України, системи інтернет-банкінгу на сьогодні надають майже весь спектр послуг, які доступні безпосередньо через відділення;
- система зручна для багатьох клієнтів, адаптована до сучасного ритму життя.

У банків також є свої переваги:

- можливість автоматизації роботи банківських операторів;
- зниження вартості обслуговування;
- скорочення документообігу;
- підвищення якості обслуговування клієнтів.

3.2 Удосконалення механізмів та шляхи оптимізації інтернет-банкінгу

Аналіз стану існуючих і можливих проблем, а також шляхів розвитку дозволяє сформулювати наступні рекомендації:

1. Основним завданням сучасних дистанційних банківських послуг є охоплення ширшого кола клієнтів. Для цього банки повинні приділяти значну увагу цьому напряму: збільшувати кількість послуг, підвищувати

їх доступність і якість, надавати клієнтам аналітичну інформацію про обіг їх коштів, щоб забезпечити підвищення ефективності роботи клієнта. управління капіталом.

2. Необхідно мати чіткий план, стратегію розвитку Інтернет-банку – це, в свою чергу, забезпечить високий рівень продуктивності системи та її швидкий розвиток.

3. На законодавчому рівні необхідно врегулювати багато питань, пов'язаних з такими системами, і внести зміни до цього ж законодавства з урахуванням темпів розвитку нових технологій.

Подальші дослідження будуть спрямовані на побудову системи дистанційного банківського обслуговування з урахуванням аналізу ефективності аналогічних систем на українському ринку банківських послуг. Перш за все, в системі будуть реалізовані такі сервіси, які забезпечують підтримку прийняття клієнтом рішень щодо управління власним капіталом: можливість прогнозування руху фінансових ресурсів клієнта, планування доходів і витрат тощо.

На нашу думку, слід назвати найцікавіші банківські інновації, які можна було б запровадити в Україні в сфері дистанційного банківського обслуговування:

- SmartyPig - це депозитний проект від WestBank (Великобританія),. побудований на принципах соціальної мережі - потрібно зареєструватися, поставити цілі, для яких призначений внесок, запросити друзів. Такий внесок є дуже конструктивним – виробляється звичка постійно усвідомлювати свої потреби та визначати засоби їх досягнення;

- проект Bank of America Keep the change —у цьому випадку в момент покупки банк округляє суму і залишає різницю на окремому ощадному рахунку клієнта;
- CIBC Bank (Канада) створив і запропонував своїм клієнтам нову кредитну картку - «Cobrand» у співпраці з відомою мережею ресторанів Tim Hortons. Ця послуга пропонує кнопки на інноваційних картках тому, роблячи покупку або оплачуючи рахунок у ресторані, клієнт набирає потрібну кнопку та здійснює оплату;
- Сервіс P2P переказів через мобільний телефон, представлений на ринку банківських послуг Obopay, Hal-Cash від Bankinter, POPmoney від PNCBank. Його суть в тому, що для перерахунку грошей не доводиться пам’ятати ім'я, банк і номер рахунку. Все, що потрібно, це зареєструватися в проекті P2P Transfer і відправити гроші кількома натисканнями кнопки на телефоні. Якщо телефон вже в системі і прив'язаний до банківського рахунку, то гроші будуть надходити безпосередньо на нього, а якщо номера немає в системі, то рахунок буде відкрито автоматично.

Враховуючи зарубіжний досвід, подальший розвиток Інтернет-банкінгу в Україні визначатиметься кількома факторами:

1. Наявність доступу до Інтернету в регіонах.

2. Підвищення рівня фінансової грамотності населення.

3. Розвиток законодавства у сфері документообігу.

Проблеми на шляху розвитку дистанційного банківського обслуговування в Україні існують, але є й позитивні тенденції, які надалі сприятимуть подальшому розвитку нових технологій. Україна в певній

мірі несе відповідальність за процес розвитку технологій, які відбуваються у всьому світі. І українська банківська система не може піти іншим шляхом, ніж інші банківські системи світу.

Клієнт має отримати послугу там, де йому зручно і в цю секунду, а не де і коли може банк. Аналіз західного досвіду дозволить нам не допускати помилок, допущених при розробці систем, і розробити свою унікальну систему, відповідну для наших умов. Для української банківської системи такі технології можуть стати трампліном для досягнення світових стандартів. Крім того, враховуючи низький рівень довіри населення до банків та низьку культуру споживання банківських послуг, впровадження сучасних систем обслуговування може привернути увагу громадськості до банків через зручність, ефективність та швидкість.

Сьогодні банки, які не розвиваються стрімко в цьому напрямку, можуть настільки відстати, що ризикують втратити свою привабливість і клієнтів.

ВИСНОВКИ

Електронні банківські послуги є незамінними для забезпечення зручності клієнтів і ефективності банківських операцій. Завдяки електронному банкінгу, клієнти можуть безпроблемно здійснювати різноманітні операції, включаючи перекази коштів, оплату рахунків, поповнення мобільного телефону та багато іншого.

Пластикові картки є надзвичайно популярними серед клієнтів банків в Україні і вважаються одним із найпоширеніших засобів платежів. Вони надають клієнтам можливість скористатися електронними банківськими послугами. За допомогою пластикових карток, клієнти можуть без проблем здійснювати безготівкові розрахунки в режимі онлайн.

У результаті проведеного дослідження можна виділити основні тези:

- Електронні банківські послуги базуються на використанні інформаційних технологій та забезпечують можливість клієнтам здійснювати операції з банківськими рахунками через електронні канали зв'язку.
- Основні теоретичні аспекти надання електронних банківських послуг включають безпеку та конфіденційність, доступність та зручність для клієнтів, швидкість та ефективність операцій, а також правові аспекти електронних транзакцій.
- АТ КБ «ПриватБанк» є одним з найбільших банків в Україні, який активно розвиває електронні банківські послуги.
- Банк надає широкий спектр електронних платежних систем, включаючи онлайн-банкінг, мобільний банкінг, платіжні картки, електронні гроші та інші електронні канали зв'язку.

- Електронні платежі в АТ КБ «Приватбанк» забезпечують зручність та доступність для клієнтів, дозволяючи їм здійснювати безготівкові операції в будь-який час і з будь-якого місця.
- Зростання використання електронних платежів свідчить про потребу у подальшому розвитку цієї сфери.
- Важливими перспективами розвитку є вдосконалення систем безпеки електронних платежів, розширення функціоналу електронних каналів зв'язку, впровадження нових технологій (наприклад, блокчейн) та покращення клієнтського сервісу.
- Необхідно також забезпечити високий рівень правового регулювання електронних транзакцій, щоб забезпечити довіру клієнтів та захист їх прав.

Загалом, надання електронних банківських послуг є актуальним і перспективним напрямом розвитку банківської системи. Приватбанк є прикладом успішної реалізації електронних платежів в Україні, проте існує потреба в постійному удосконаленні системи та забезпеченні безпеки та зручності для клієнтів.

АТ КБ «ПриватБанк» наразі займає лідируючу позицію на місцевому ринку інтернет-банкінгу. Він пропонує найширший спектр послуг через інтернет, і на даний момент АТ КБ "ПриватБанк" є найбільшим банком в Україні, який розробив власну систему Інтернет-банкінгу, - "Приват-24".

Користувачі "Приват24" мають доступ до майже всіх основних банківських операцій. Зареєстровані користувачі "Приват-24", перебуваючи удома мають доступ до всієї інформації про свої рахунки, а також можуть здійснювати різні банківські операції, без необхідності

відвідувати відділення банку. Послуги, "Приват-24", включають: перевірку виписок і залишків на рахунках, поновлення рахунків, можливість відкрити картковий та поточний рахунок. Користувачі також можуть оплачувати комунальні послуги, відкривати рахунки і депозити в національній та іноземній валютах, виконувати валютообмінні операції, конвертувати валюту при переказі грошей через пластикові картки; замовляти пластикові картки та отримувати їх у заздалегідь визначеному відділенні банку.

Для подальшого розвитку електронних банківських послуг з використанням платіжних карток і підвищення ефективності їх функціонування потрібно прийняти наступні заходи:

1. Законодавчо визначити зобов'язання підприємств послуг і торгівлі приймати оплату за товари й послуги з використанням платіжних карток.

2. Визначити відповідні категорії торговельних підприємств і критерії, відповідно до яких ці підприємства сфери торгівлі та послуг матимуть право приймати платежі готівкою.

3. Внести зміни до правил використання касових апаратів під час здійснення платежів з використанням платіжних карток за межами роздрібної мережі, оскільки ця норма впливає на застосування корпоративних платіжних карток.

4. Забезпечити технологічну адекватність обладнання для масового використання платіжних карток.

5. Розробити національні стандарти та технології, які широко використовуватимуться торгівлею та банками.

6. Організувати та проводити постійну просвітницьку кампанію з підвищення фінансової грамотності населення.

7. Встановити обов'язкові кількісні вимоги щодо інфраструктури кредитних організацій.

8. Стимулювати кредитні організації до новаторства в галузі розвитку та вдосконалення безготівкових розрахунків за допомогою платіжних карток.

9. Звернути увагу держави на заміну готівкових коштів інструментами безготівкового обігу.

Запропоновані рекомендації сприятимуть удосконаленню ринку платіжних карток та підвищенню ефективності їх функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1.Акціонерне товариство Комерційний банк «ПриватБанк». 2021. URL: uk.wikipedia.org/wiki/ПриватБанк

2. Балабанов І.Т. Банки і банківська справа / за ред. І.Т. Балабанова, 2013. – 256 с.

3. Закон України « Про електронний цифровий підпис » від 22.05.2003р. №852-IV (із змінами, внесеними згідно із Законом N 879-VI від 15.01.09).

4. Гаряча лінія АТ КБ «ПриватБанк» (н.д). URL: http://privatbank-card.com.ua/article/goryachaya_liniya_privatbanka

5. .Дикань Н.В., Борисенко І.І. Менеджмент : Навчальний посібник для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗ. 2008.

6. Єгоричева С. Б. Банківські інновації: навч. посіб/ С. Б. Єгоричева. – К: Центр учбової літератури. – 2010. – 208 с.

7. Єгоричева С.Б. Теоретичні аспекти банківських інновацій / С.Б. Єгоричева // Фінанси України. – 2010. – № 8. – С. 86-96

8. Іванов С. В. Особливості банківських інновацій / С. В. Іванов // Причорноморські економічні студії. –2018. – Вип. 30(2). – С. 73-80

9. Кирилюк Д.В. Поняття та юридична природа електронних банківських послуг// Юридичний журнал.-2005. - №10.-С.59-65

10. Банківські операції / За редакцією В.І. Міщенко, Н.Г. Слав'янскої./- К.: Знання. — 2006.

11. Кириченко О.А, Банківський менеджмент/ О.А. Кириченко, В.І. Міщенко. – К.: Знання, 2005. –768 с.

12. Кривич Я.М. Поняття банківських інновацій та їх класифікація / Я.М. Кривич // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць – 2007. – Випуск 22. – С. 104–111

13. Меда Н.С. Поняття банківського товару і його зв'язок із категоріями "банківський продукт", "банківська послуга" та "банківська операція" / Н.С. Меда // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. – 2014. – Вип. 38. – С. 196-204

14. Меренкова О.В Інноваційні технології банківської діяльності як елемент сучасного економічного мислення / О.В. Меренкова // Сучасна картина світу: Природа, суспільство, людина: збірник наукових праць. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2008. – С. 186-194

15. Дзюблюк О.В. До питання про суть комерційного банку і специфіку банківського продукту // Вісник Національного банку України. — 2009. — № 6. — С. 82 — 90.

16. .Офіційний сайт АТ КБ «ПриватБанк». URL: https://privatbank.ua

17..ПриватБанк запустив революційну послугу: «Інших в Україні немає...». 2021. URL: https://gsminfo.com. ua/39929-pryvatbank-zapustyl-revolyuczyonnuyu-uslugu-drugyh-v-ukrayne-net.html

18.Пшик Б.І. Удосконалення фінансово-кредитного стимулювання інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні : монографія / авт. кол.; за наук. ред. канд. екон. наук, доц. Б. І. Пшика. – К. : УБС НБУ, 2010. – 263с.

19. Савлук М.І. Вступ до банківської справи. — К.: Лібра, 2006.

.Смовженко Т.С. Інноваційні стратегії закордонних банків / Т.С. 20.Смовженко, С.Б. Егоричева // Гроші і кредит. – 2016. – № 8. – С. 51-56

21. Тедеев А.А. Электронные банковские услуги и Интернет-банкинг: правовое регулирование и налогооблажение. -М.: Новый индекс, 2002. - 320с.

22.Фінансова звітність АТ КБ «ПриватБанк». URL: https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost. 32.

23.Фінансове право України. Л. К. Воронова, М. П. Кучерявенко, Н. Ю. Пришва та ін. Київ: Правова єдність, 2013. 395 с. 33.

24. Фостяк В. В. Особливості побудови механізму управління капіталом банків. Вісник Університету банківської справи Національного банку України. 2011. № 2. с. 184 – 189. 34.

25. Фостяк В. В. Функції банківського капіталу в забезпеченні розвитку банківської системи України. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. №1. с. 257 – 263. 35. Хмелюк А. А.

26.Фінансовий моніторинг – суб’єкти та об’єкти. URL: http:// ndi-fp.nusta.com.ua

27 .Як бізнесу використовувати чат-боти в Viber: кейси АТ КБ «ПриватБанк» і Opendatabot. 2019. URL: https://vctr.media/ kak-biznesu-ispolzovat-chat-botyi-viber-19609/