

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ФІНАНСІВ І КРЕДИТУ

СУЧАСНІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ
БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Виконав: студент IV курсу, групи 472
заочної форми навчання
спеціальність 072 «Фінанси, банківська
справа та страхування»
Зегря Анастасія Дмитрівна _____

Керівник:
доцент кафедри фінансів і кредиту
Харабара Віолетта Миколаївна _____

До захисту допущено на засіданні кафедри
протокол № ____ від _____ 2023 р.

Завідувач кафедри фінансів і кредиту
_____ проф. Нікіфоров П.О.

Чернівці – 2023

АНОТАЦІЯ

Зегря А.Д. Сучасні інтернет-технології у діяльності банківських установ – Рукопис. Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Чернівці, 2023.

У кваліфікаційній роботі проведено дослідження теорії і практики використання інтернет-технологій у банківському секторі України. Досліджено сутність, необхідність та значення інтернет-технологій у розвитку банківської системи, сформульована характеристика основних видів банківських послуг з використанням інтернет-технологій. Проведений оцінка тенденцій розвитку та використання інтернет-технологій у діяльності банківських установ України, а також проведено аналіз банківських послуг, які надаються АТ КБ «ПриватБанк» з використанням сучасних інтернет-технологій. Обґрунтовано використання тренду посилення ділової активності в інтернеті для збільшення доходів банків на матеріалах АТ КБ «ПриватБанк» та вказані можливості розширення переліку мобільних та інтернет-послуг банку.

Ключові слова: банківська система, банківська установа, інтернет-технології, доходи банку, банківський ризик, банківські послуги.

ANNOTATION

Zegrya A.D. Modern Internet technologies in the activity of banking institutions – 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, 2023.

In the qualifying work, a study of the theory and practice of using Internet technologies in the banking sector of Ukraine was conducted. The essence, necessity, and importance of Internet technologies in the development of the banking system were studied, and the characteristics of the main types of banking services using Internet technologies were formulated. An assessment of trends in the development and use of Internet technologies in the activities of banking institutions of Ukraine was carried out, as well as an analysis of banking services provided by JSC CB "PrivatBank" using modern Internet technologies. The use of the trend of increasing business activity on the Internet to increase the income of banks is substantiated based on the materials of JSC KB "PrivatBank" and the possibilities of expanding the list of mobile and Internet services of the bank are indicated.

Key words: banking system, banking institution, Internet technologies, bank income, banking risk, banking services.

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

_____ А.Д. Зегря

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ.....	7
1.1 Сутність, необхідність та значення інтернет-технологій у розвитку банківської системи	7
1.2 Характеристика основних видів банківських послуг з використанням інтернет-технологій.....	12
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ.....	18
2.1 Оцінка тенденцій розвитку та використання інтернет-технологій у діяльності банківських установ України	18
2.2 Аналіз банківських послуг, які надаються АТ КБ «ПриватБанк» з використанням сучасних інтернет-технологій	24
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	31
3.1. Використання тренду посилення ділової активності в інтернеті для збільшення доходів банків на прикладі АТ КБ «ПриватБанк»	31
3.2. Розширення переліку мобільних та інтернет-послуг банку.....	37
ВИСНОВКИ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45

ВСТУП

Впровадження сучасних інтернет-технологій має вирішальне значення для діяльності банківських установ через низку факторів, які безпосередньо впливають на їх операційну ефективність, безпеку та якість обслуговування клієнтів. Завдяки використанню сучасних інтернет-технологій підвищується операційна ефективність. Банківські установи можуть впорядкувати свої процеси, скоротити час транзакцій та оптимізувати ресурси завдяки застосуванню передової аналітики даних, інших методів, що тісно пов'язані із інтернет-комунікацією. Ці технології дозволяють банкам автоматизувати повторювані завдання, покращити управління ризиками та розробити системи прийняття рішень на основі даних.

Крім цього, безпека відіграє ключову роль у банківському секторі. Сучасні інтернет-технології, такі як блокчейн, передові алгоритми шифрування та біометрична автентифікація, пропонують надійні та безпечні рішення для захисту конфіденційних фінансових даних. Інтегруючи ці технології, банківські установи можуть захистити свої системи від кіберзагроз, шахрайства та витоку даних, тим самим зберігаючи довіру своїх клієнтів.

Швидка еволюція ринку фінансових послуг, зумовлена інноваціями у сфері фінтех та цифровою трансформацією, вимагає від банківських установ бути в курсі новітніх інтернет-технологій. Їх використання дозволяє банкам пропонувати конкурентоспроможні послуги, такі як мобільний банкінг, цифрові гарантії та пірингові транзакції, які задовольняють все більш технічно підковану клієнтську базу. Таким чином, покращуються клієнтський досвід, ростуть задоволеність та лояльність.

Крім того, для банківських установ важливим є дотримання регуляторних вимог. Сучасні інтернет-технології полегшують цей процес, дозволяючи здійснювати моніторинг, формувати звітність та проводити аналіз даних у режимі реального часу. Наприклад, використання передових алгоритмів протидії відмиванню грошей (AML) та дотримання принципу

«знай свого клієнта» (KYC) можуть допомогти банкам виявляти та запобігати підозрілим діям, забезпечуючи дотримання фінансових норм.

Загалом інтеграція сучасних інтернет-технологій сприяє інноваціям та співпраці в банківському секторі. Використовуючи інтерфейси прикладного програмування (API), банки можуть співпрацювати з фінтех-компаніями та сторонніми постачальниками, створюючи екосистему, яка сприяє розвитку інноваційних фінансових продуктів і послуг, що ще більше розширює ринок збуту послуг таких учасників ринку банківських послуг.

Котуранова Т. В., Вартоха Я. С., Александрова М. О. досліджували інноваційний розвиток банківської сфери в Україні через інтернет-банкінг. Дзюблюк О. аналізував інноваційні вектори розвитку банківської системи. Кузьменко, О. В., Овчаренко В. О. вивчали тенденції розвитку сучасних батьківських технологій. Владика Ю.П., Безугла Л.С., Турова Л.Л. досліджували здобутки та нові виклики у діяльності системно важливих банків в Україні. Угольков Є. О. оцінював маркетингову взаємодію підприємств на основі використання інтернет-технологій. Квасницька Р. С., Антонюк О. В. досліджували діджиталізацію банківської сфери в Україні. Балицька М. В., Бровенко К. С. вивчали фінансові технології як драйвер розвитку фінансових ринків. Загалом велика кількість вчених приділяє увагу цьому питанню, проте потребує уточнення питання впливу війни на відносини у цій сфері.

Метою роботи є обґрунтування напрямів підвищення ефективності використання інтернет-технологій у банківському секторі України. Відповідно, в якості завдань слід відмітити:

- визначити сутність, необхідність та значення інтернет-технологій у розвитку банківської системи;
- надати характеристику основних видів банківських послуг з використанням інтернет-технологій;
- провести оцінку тенденцій розвитку та використання інтернет-технологій у діяльності банківських установ України;

- здійснити аналіз банківських послуг, які надаються АТ КБ «ПриватБанк» з використанням сучасних інтернет-технологій;
- запропонувати використання тренду посилення ділової активності в інтернеті для збільшення доходів банків на прикладі АТ КБ «ПриватБанк»;
- обґрунтувати розширення переліку мобільних та інтернет-послуг банку.

Предметом дослідження є сукупність правових, теоретичних та практичних особливостей використання інтернету для надання банківських послуг фізичним та юридичним особам.

Об'єктом слід вважати банківську діяльність.

Методи дослідження. В роботі використовуються загальнонаукові та емпіричні методи дослідження. Останніми є горизонтальний та вертикальний аналіз, коефіцієнтний метод, балансовий метод та інші.

Інформаційна база. Інформаційною основою є роботи українських та зарубіжних вчених, що досліджували питання використання інтернету для надання банківських послуг фізичним та юридичним особам. Також вагомим джерелом інформації є звітні дані НБУ щодо застосування інтернету українськими банками. Крім цього, використано дані від АТ КБ «ПриватБанк» щодо активності в мережі інтернет. Окремі числові елементи інформації отримані від Світового банку для обґрунтування привабливості запропонованих заходів. Також звертається увага на аналітику від Google Ads, Robinhood тощо.

Обсяг і 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 11 таблиць та 14 рисунків, список використаних джерел включає 40 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

1.1 Сутність, необхідність та значення інтернет-технологій у розвитку банківської системи

Інтернет стає ключовим простором для взаємодії великої кількості економічних агентів, у тому числі фізичних осіб, держав, банків тощо, що змушує шукати можливості підвищення ефективності участі останніх у ньому. Тому подальше посилення конкурентоспроможності за цим напрямком є вкрай актуальним завданням для банків.

Інтернет-технології у контексті банківської діяльності – це сукупність систем, протоколів та інфраструктури, які полегшують комунікацію, обмін даними та інформацією через глобальну мережу взаємопов'язаних комп'ютерів і пристроїв з метою задоволення потреб громадян та підприємств у різноманітних банківських послугах. Ці технології охоплюють низку компонентів, включаючи апаратне, програмне забезпечення та комунікаційні протоколи, які працюють у тандемі, щоб забезпечити безперебійну та ефективну передачу інформації через всесвітню мережу [12, с.45].

Одним з основних аспектів інтернет-технологій є набір стандартизованих протоколів, які забезпечують сумісність мереж і пристроїв. Ці протоколи, такі як Інтернет-протокол (IP) і протокол управління передачею (TCP), полегшують передачу пакетів даних між підключеними пристроями. Крім того, система доменних імен (DNS) перетворює доменні імена на цифрові IP-адреси, що дозволяє ефективно маршрутизувати дані в Інтернеті.

Ще одним фундаментальним компонентом інтернет-технології є інфраструктура, яка підтримує високошвидкісну передачу даних. Сюди входять оптоволоконні кабелі, супутниковий зв'язок і бездротові технології, які дозволяють швидко обмінюватися великими обсягами інформації на

величезні відстані. Інтернет також спирається на розподілену архітектуру з численними взаємопов'язаними серверами і центрами обробки даних, які розміщують і обробляють інформацію, забезпечуючи стійкість і стабільність глобальної мережі.

Необхідність і важливість інтернет-технологій у розвитку банківської системи можна пояснити кількома факторами, які призвели до підвищення ефективності, доступності та безпеки фінансових послуг. По-перше, інтернет-технології сприяли оцифруванню банківських процесів, що дозволило банкам автоматизувати та спростити різні операції. Це призвело до підвищення ефективності та зниження операційних витрат, оскільки ручні процеси замінюються автоматизованими системами. Впровадження електронних платіжних систем і платформ онлайн-банкінгу також дозволило здійснювати операції швидше і точніше, зменшивши ймовірність людської помилки.

По-друге, інтернет-технології розширили охоплення банківських послуг, надаючи віддалений доступ до фінансових продуктів і послуг. Онлайн-банкінг та мобільні банківські додатки дозволили клієнтам отримувати доступ до своїх рахунків, переказувати кошти та управляти своїми фінансами з будь-якого місця, де є інтернет-зв'язок. Це сприяло розширенню фінансової інклюзії, дозволивши людям у віддалених регіонах або регіонах з недостатнім рівнем обслуговування отримати доступ до банківських послуг, які раніше були недоступні[5].

По-третє, впровадження інтернет-технологій сприяло розвитку інноваційних фінансових продуктів і послуг. Завдяки використанню аналітики великих даних, машинного навчання та штучного інтелекту банки тепер можуть надавати персоналізовані фінансові консультації через мобільний пристрій лише завдяки інтернет-комунікації, точніше оцінювати кредитні ризики та виявляти шахрайські дії з більшою точністю. Це призвело до появи фінтех-компаній, які використовують інтернет-технології для надання альтернативних фінансових рішень, сприяючи конкуренції та інноваціям у

банківському секторі. Загалом сукупність ефектів від інтернету для банків можна систематизувати наступним чином (рис. 1.1).

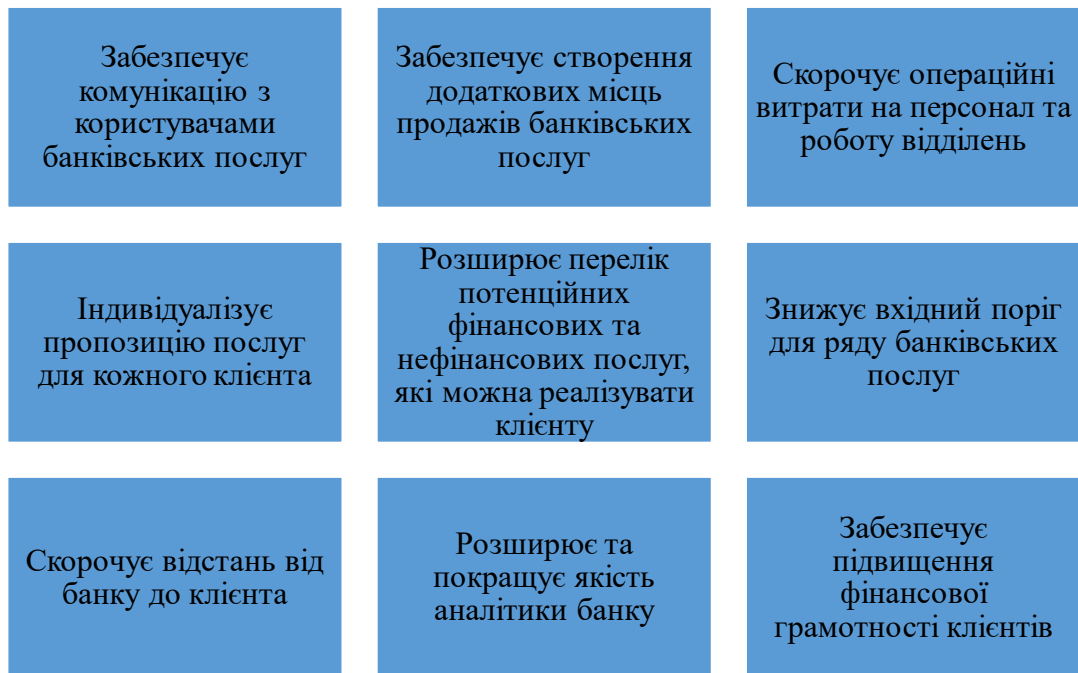


Рис. 1.1 Необхідність та значення інтернету та інтернет-технологій у розвитку банківської системи

Джерело: складено автором на основі [26; 10; 2; 35]

Що стосується створення додаткових точок продажу, то інтернет-технології дозволяють банкам розширювати спектр своїх послуг за межі фізичних відділень. Використовуючи платформи онлайн- та мобільного банкінгу, клієнти можуть отримати фінансові послуги зі своїх комп'ютерів або смартфонів, що робить банківські послуги більш доступними та зручними. Це також допомагає банкам охопити ширшу клієнтську базу та генерувати додаткові потоки доходів.

Індивідуалізація пропозиції послуг для кожного клієнта стає можливою завдяки використанню аналітики даних та алгоритмів машинного навчання. Банки можуть аналізувати дані про клієнтів, щоб адаптувати свої продуктові пропозиції до конкретних потреб та вподобань, що призводить до більш персоналізованого та цілеспрямованого обслуговування клієнтів. Така

кастомізація може призвести до підвищення рівня залученості та утримання клієнтів.

Розширюючи перелік потенційних фінансових і нефінансових послуг, інтернет-технології дозволяють банкам диверсифікувати свої потоки доходів і пропонувати ширший асортимент продуктів. Наприклад, банки можуть співпрацювати зі сторонніми провайдерами, пропонуючи страхові або інвестиційні послуги, підвищуючи рівень задоволеності клієнтів і забезпечуючи нові джерела доходу. При цьому банки можуть забезпечувати збут не лише фінансових рішень, а й нефінансових.

З точки зору скорочення відстані від банку до клієнта мова йде про уявну віддаленість. На даний час будь-який клієнт може за декілька секунд вирішити здійснити операцію, для цього не потрібно відвідувати фізичні локації. Також інтернет-технології розширюють і покращують якість банківської аналітики, дозволяючи збирати, зберігати та обробляти величезні обсяги даних.

Інтернет суттєво трансформував маркетингові комунікації для банків, пропонуючи безліч каналів та інструментів для охоплення та взаємодії з користувачами банківських послуг. Це дозволяє банкам розробляти цільові та економічно ефективні маркетингові кампанії, які можна легко адаптувати до потреб конкретної аудиторії.

Інтернет-реклама відіграє важливу роль у цій трансформації, надаючи банкам широкий спектр платформ і форматів для охоплення потенційних та існуючих клієнтів. Наприклад, реклама в пошукових системах дозволяє їм показувати свої оголошення користувачам, які активно шукають відповідні фінансові продукти чи послуги. Це гарантує, що маркетингові зусилля будуть спрямовані на аудиторію, яка з більшою ймовірністю зацікавиться пропозиціями банку.

Соціальні медіа-платформи в інтернеті також стали важливим компонентом онлайн-реклами для банків. Створюючи та просуваючи контент у популярних соціальних мережах, банки можуть підвищувати впізнаваність бренду, взаємодіяти з клієнтами та генерувати потенційних клієнтів для своїх

продуктів і послуг. Крім того, рекламні інструменти в соціальних мережах дозволяють здійснювати точне таргетування на основі демографічних даних, інтересів та поведінки користувачів в Інтернеті, гарантуючи, що маркетингові повідомлення досягають найбільш релевантних сегментів аудиторії.

Банківські та інвестиційні інтернет-платформи спростили людям доступ до фінансових ринків напряду, усунувши потребу в традиційних посередниках, таких як брокери. Ці платформи пропонують зручні інтерфейси, освітні ресурси та інструменти, які допомагають людям орієнтуватися в складнощах фондового ринку навіть з мінімальними попередніми знаннями.

Поява масової покупки акцій чи інших рішень дозволила банкам та іншим фінансовим установам запропонувати інвестиційні можливості на фондовому ринку з меншими мінімальними інвестиціями. Клієнти купують частку акції замість цілої, що дозволяє інвестувати у дорогі акції, маючи лише кілька сотень доларів, тим самим знижуючи вхідний бар'єр для роздрібних інвесторів.

Онлайн-платформи та компанії, що займаються фінансовими технологіями, запровадили конкурентні цінові структури, багато з яких пропонують недорого або безкомісійну торгівлю. Таке зниження платежів та інших обмежень робить інвестування більш доступним для осіб, які, можливо, не мали змоги брати участь на ринку через високі витрати, пов'язані з традиційними брокерськими послугами.

Крім цього, інтернет відіграє вирішальну роль у підвищенні фінансової грамотності клієнтів, слугуючи величезним сховищем інформації та пропонуючи інтерактивні інструменти, які полегшують навчання. За допомогою різних онлайн-ресурсів люди можуть здобувати знання та розвивати навички, необхідні для прийняття обґрунтованих фінансових рішень. Банки мають змогу створювати такі рішення, які одночасно і забезпечують прийняття більш раціональних рішень клієнтами, і які призводять до зростання доходу.

Крім того, інтернет сприяє підвищенню фінансової грамотності завдяки інтерактивним інструментам і додаткам, призначеним для навчання та залучення користувачів. Наприклад, фінансові симулятори та калькулятори можуть допомогти клієнтам зрозуміти складні фінансові концепції, дозволяючи їм візуалізувати різні сценарії та спостерігати за потенційними результатами своїх фінансових рішень. Ці рішення пропонують практичний досвід навчання, який заохочує користувачів застосовувати набуті знання в реальних життєвих ситуаціях.

Таким чином, можна зробити висновок, що інтернет здійснив революцію в банківській системі та фінансових послугах, підвищивши ефективність, доступність та безпеку, а також сприяючи інноваціям у цьому секторі. Він демократизував доступ до фінансових ринків, знизив вхідні бар'єри для різних банківських послуг і підвищив фінансову грамотність клієнтів банків. Отже, інтеграція інтернет-технологій трансформувала банківський ландшафт, що призвело до покращення якості обслуговування клієнтів та створення більш інклюзивної фінансової екосистеми.

1.2 Характеристика основних видів банківських послуг з використанням інтернет-технологій

Традиційні банківські послуги в першу чергу покладаються на фізичну інфраструктуру, особисту взаємодію та паперову фіксацію транзакцій. На відміну від них, банківські послуги з використанням інтернет-технологій характеризуються електронними та цифровими платформами, які дозволяють клієнтам отримувати доступ до своїх рахунків, здійснювати операції та управляти своїми фінансами дистанційно. Ці послуги трансформували фінансову індустрію, пропонуючи підвищену ефективність, доступність та зручність.

Основна відмінність між традиційними банківськими послугами та послугами, що пропонуються з використанням інтернет-технологій, полягає в каналах, через які вони надаються. Якщо традиційні банківські послуги, як правило, передбачають особисте відвідування відділень або формулювання команд за допомогою телефонних і поштових послуг, то інтернет-банкінгові послуги доступні на цифрових платформах, таких як веб-сайти онлайн-банкінгу та мобільні додатки. Цей зсув призвів до розвитку різних інноваційних фінансових продуктів і послуг, таких як цифрові гаманці, робо-консультанти та пірингове кредитування, які ще більше розширили сферу фінансових послуг, доступних клієнтам[7, с.10].

При цьому у мобільних додатках для фізичних осіб основну масу займають типові банківські послуги, проте які містять значну інтернет-компоненту (рис. 1.2).

Поповнення мобільного	Переказ на карту	Платежі	Благодійність	Управління карткою
Автоплатежі	Страхові послуги	Міжнародні перекази	Замовлення квитків	Кредитний ліміт
Кредит на житло	Споживчий кредит	Дисконтні можливості та кешбек	Зняття готівки	Авто в кредит
Обмін валют	Депозитні послуги	Скарбничка	Оплата штрафів	Сплата податків

Рис. 1.2 Основні види банківських послуг з використанням інтернет-технологій у мобільному додатку Приват24, Абанку та Монобанку

Сформульовано автором на основі мобільних додатків [19;1;14]

Поповнення мобільного рахунку, хоча і не є ключовою банківською послугою, проте присутнє в усіх мобільних банкінгах. Оператори виплачують процент банкам за таку операцію. Ця опція, як зрозуміло із назви, дозволяє

користувачам поповнювати кредит або баланс свого мобільного телефону безпосередньо через додаток. Переказ на картку – це послуга грошових переказів, що дозволяє користувачам безперешкодно переказувати кошти на інші банківські картки або рахунки. Платежі – це оплата рахунків, що дозволяє сплачувати комунальні платежі, підписку та інші послуги за допомогою мобільного додатку.

Благодійність – це функція благодійних пожертв, що дозволяє користувачам робити внески на користь різних благодійних організацій, у тому числі волонтерських, які в подальшому підтримують боротьбу країни проти агресора РФ. «Управління карткою» дозволяє користувачам керувати своїми дебетовими або кредитними картками, наприклад, блокувати або розблокувати їх та встановлювати ліміти на транзакції. Автоплатежі – це платежі по графіку, які дозволяють користувачам налаштувати періодичні спрямування коштів на регулярні витрати.

Страхові послуги охоплюють продукти, що дозволяють клієнтам купувати страхові поліси або керувати ними через додаток. Міжнародні перекази – це опція, що дозволяє здійснювати транскордонні транзакції або ж отримати зарубіжні фінансові ресурси. Замовлення квитків – сервіс бронювання, що дозволяє користувачам придбати квитки на заходи або подорожі.

Управління кредитними лімітами означає, що користувачі можуть переглядати та змінювати обмеження на суми для своїх кредитних карток. Кредит на житло та споживчий кредит - це іпотека та фінансовий продукт для негайного придбання більш дешевих товарів і послуг. Цей елемент додатку надає користувачам можливість подавати заявки на кредити та керувати ними онлайн. Дисконтні можливості та кешбек - це можливості отримання знижок та повернення готівки, що надає користувачам заохочення за використання їхніх карток або рахунків для здійснення транзакцій.

Зняття готівки – це функція, що дозволяє користувачам замовити гроші на конкретну дату для отримання у відділенні відповідно до домовленостей, чи

зі своїх рахунків через банкомати. Обмін валют – послуга, що дозволяє користувачам конвертувати валюту в додатку.

Депозитні послуги охоплюють усю сукупність опцій, відповідно до яких клієнти можуть відкривати ощадні або строкові депозитні рахунки та керувати ними. Скарбничка – це цифрова функція заощаджень, що дозволяє користувачам відкладати кошти на певні цілі. Оплата штрафів дозволяє користувачам сплачувати нарахування за порушення правил дорожнього руху або паркування, безпосередньо через додаток. Сплата податків, відповідно, є функцією погашення перед державою податкових зобов'язань.

В екосистемі відбувається надання як фінансових, так і нефінансових послуг. Фінансовими є ті, які пов'язані з акумулюванням і перерозподілом капіталів і накопичень клієнтів, а також із задоволенням різного роду інших фінансових потреб. До категорії нефінансових належить уся сукупність потенційних продуктів і послуг, що можуть бути реалізовані банком у співпраці з дочірніми, асоційованими або спільними підприємствами, або в кооперації з іншими, не пов'язаними з оператором екосистеми, юридичними особами.

Такий важливий елемент як «екосистема» означає всю сукупність і взаємозв'язок організацій і підприємств, що беруть участь у роботі технічної платформи, спрямованої на забезпечення комунікації з цільовою аудиторією або генерування продажів послуг [13, с.55]. Тобто екосистема з єдиним простором, де різні фінансові та нефінансові підприємства просувають і реалізують свої послуги. Завдяки об'єднанню зусиль спостерігається загальний кумулятивний ефект маркетингового характеру. Клієнт перебуває в обмеженому просторі, покидання якого передбачає здійснення додаткових дій. Як результат, якщо такому клієнту знадобляться додаткові продукти від інших учасників такої платформи, то він насамперед зверне свою увагу на ті пропозиції, які містяться в його основній екосистемі. Тільки в разі їхньої відсутності або вкрай не вигідних умов він продовжить свої пошуки і переходитиме до інших технічних платформ. Таким чином, відбувається

суттєве підвищення лояльності, адже створення та просування єдиного бренду конкретної технічної платформи банку посилить становище всіх учасників. Отже, такий клієнт буде менш сприйнятливим до дій прямих конкурентів, а тому наявні обмежені фінансові ресурси банк може спрямувати на подальший розвиток своїх продуктів, залучення нових клієнтів, замість підтримки лояльності вже діючих.

Крім роздрібних клієнтів вагому роль відіграють корпоративні. Компанії використовують різні банківські послуги в інтернеті для управління своїми фінансами, оптимізації процесів та підвищення ефективності. Однією з таких послуг є корпоративний інтернет-банкінг, який дозволяє отримувати доступ до своїх рахунків, контролювати транзакції та переказувати кошти між рахунками. Крім того, компанії використовують електронні системи виставлення рахунків і платежів для надсилання та отримання платежів, автоматизуючи та спрощуючи ці процеси. У тому числі кошти отримуються від фізичних осіб.

Ще однією ключовою послугою є управління заробітною платою, що дозволяє компаніям нараховувати зарплати та пільги працівникам безпосередньо через інтернет-платформи. Ця послуга часто включає в себе функції розрахунку податків і дотримання податкового законодавства, забезпечуючи точні та своєчасні платежі. Компанії також користуються послугами цифрового кредитування, щоб отримати доступ до позик на поповнення оборотного капіталу, кредитних ліній та інших фінансових продуктів, пристосованих до їхніх конкретних потреб.

Обмін валют та міжнародні грошові перекази є важливими послугами для компаній, які беруть участь у транскордонних операціях, оскільки вони дозволяють бізнесу ефективно конвертувати валюту та переказувати кошти. Послуги торгового фінансування, які сприяють міжнародній торгівлі шляхом надання гарантій та акредитивів, також доступні через інтернет-платформи.

Крім того, компанії використовують інвестиційні послуги для управління надлишковими коштами, включаючи купівлю та продаж

фінансових інструментів, таких як акції, облігації та пайові інвестиційні фонди.

Підводячи підсумок, зазначимо, що у процесі вивчення теоретичних основ впровадження інтернет-технологій у діяльність банківських установ сформульовано такі висновки:

- визначено сутність, необхідність та значення інтернет-технологій у розвитку банківської системи. Інтернет суттєво трансформував банківський сектор, підвищивши ефективність, доступність та безпеку, одночасно сприяючи інноваціям у фінансових продуктах та послугах. Він демократизував доступ до фінансових ринків, знизив вхідні бар'єри для низки банківських послуг і сприяв зростанню фінансової грамотності завдяки широким освітнім ресурсам та інтерактивним інструментам. Крім того, це дозволило банкам розробити цілеспрямовані маркетингові стратегії, що сприяло кращому залученню та утриманню клієнтів. Загалом, інтеграція інтернет-технологій змінила банківський ландшафт, що призвело до покращення якості обслуговування клієнтів та створення більш інклюзивної, динамічної фінансової екосистеми;

- надана характеристика основних видів банківських послуг з використанням інтернет-технологій. Ключова відмінність між традиційними та інтернет-банкінгом полягає в каналах надання послуг і ступені цифрової інтеграції. Цей зсув призвів до розробки численних інноваційних фінансових продуктів і послуг, що відповідають різноманітним потребам клієнтів з різних секторів. Зрештою, ці досягнення змінили спосіб, у який люди та компанії управляють своїми фінансами, що призвело до більшої зручності та оптимізації процесів.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ

2.1 Оцінка тенденцій розвитку та використання інтернет-технологій у діяльності банківських установ України

Як було вказано, застосування інтернет-технологій українськими банками є різноманітним та різностороннім. Тому доцільно розглянути цей процес з різних сторін.

Українські банки використовують можливості інтернету, щоб охопити ширшу аудиторію та ефективніше просувати свої фінансові продукти та послуги. За допомогою рекламних онлайн-платформ, таких як Google Ads, українські банки створюють цільові кампанії для залучення потенційних клієнтів та підвищення пізнаваності бренду (рис. 2.1).

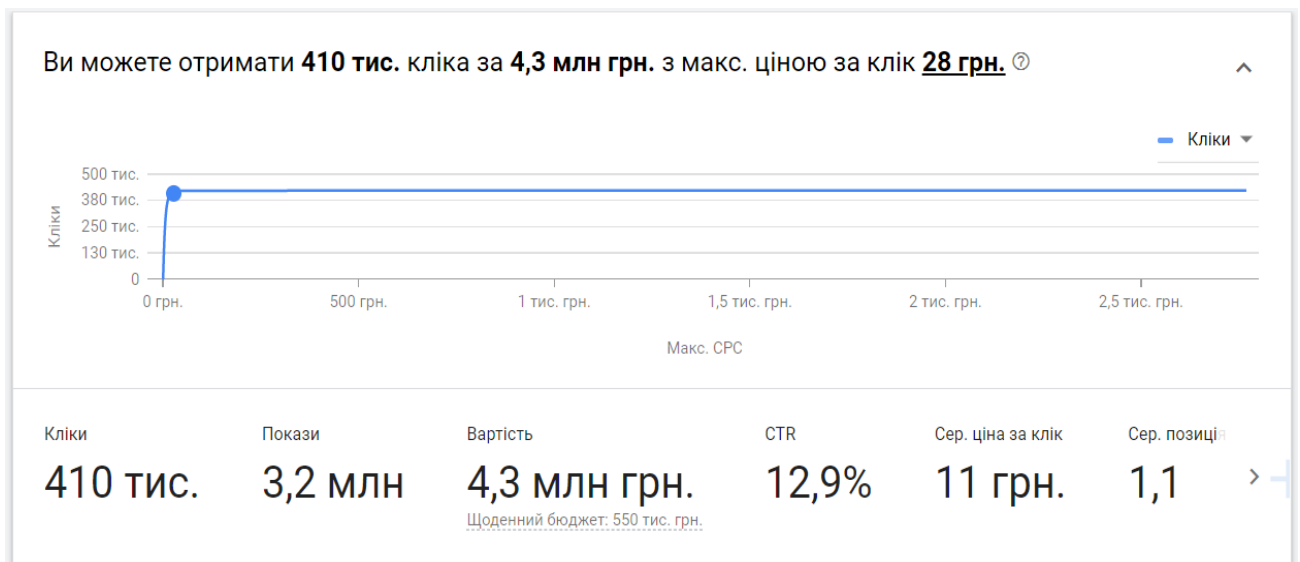


Рис. 2.1 Параметри контекстної реклами для продажів банківських продуктів в Google Ads станом на квітень 2023 року

Джерело: складено автором на основі [17]

Так при введенні даних за ключовими для банку словами кампанія може зібрати 410 тисяч кліків, що свідчить про значний рівень залучення

користувачів. Коефіцієнт CTR 12,90% свідчить про те, що таргетування може забезпечити ефективне резонування реклами банків з аудиторією, оскільки цей показник є відносно високим.

Середня ціна за клік для цієї кампанії становить 11 грн, що свідчить про те, що вартість залучення лідів або клієнтів за допомогою цього методу реклами є високою. Нарешті, середня позиція 1,1 означає, при такій вартості оголошення постійно з'являтиметься вгорі результатів пошуку, що свідчить про те, що такий захід є вигідним усім банкам

З огляду на наведені дані використання Google Ads є життєздатною стратегією для досягнення банками своєї цільової аудиторії, оскільки показники CTR для обох груп оголошень є відносно високими, що свідчить про ефективне таргетування. Однак важливо враховувати й інші показники, такі як коефіцієнт конверсії та рентабельність інвестицій (ROI), щоб визначити загальний успіх та економічну ефективність цих рекламних кампаній (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Дані Google Ads про вартість контекстної реклами для продажів банківських продуктів станом на квітень 2023 року

Ключове слово	Група оголошень	Макс CPC	Кліки	Покази	Вартість	CTR	Сер. ціна за клік
Депозит	Група оголошень 1	27,75 грн.	6886	75010	55 427,38 грн.	9,20%	8,05 грн.
Кредит	Група оголошень 1	27,75 грн.	401049	3096233	4 232 254,66 грн.	13,00%	10,55 грн.

Джерело: складено автором на основі[17]

Застосовуються і інші інструменти для збільшення продажів банківських послуг. Партнерські програми в інтернеті - це маркетингові домовленості, за якими онлайн-продавець, у даному випадку банк, сплачує комісію зовнішнім веб-сайтам, або афілійованим особам, за залучення

трафіку, потенційних клієнтів або продаж. Партнери просувають банківські продукти та послуги через різні канали і отримують комісійні на основі результатів своєї діяльності. Можна зробити висновок, що партнерські програми А-Банку демонструють хороші показники конверсії та відсоток схвалення. Пропозиція Monobank має найвищу виплату, але без інформації про eCPC, CR або відсоток схвалення складно оцінити її загальну ефективність. Загалом, використання партнерських програм у банківській сфері видається перспективною стратегією для просування продуктів і залучення нових клієнтів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Приклад партнерських програм з продажу банківських продуктів в 2023 році

Компанія	Офер	статус	Виплата	eCPC	CR	% аппрув	Категорія
A-Bank Card with Limit	Видана картка з лімітом	Активний	160,00 UAH	6,00 UAH	7	80	Фінанси, Банки
A-Bank Card	Видана карта	Активний	64,00 UAH	6,00 UAH	7	64	Фінанси, Банки
ПриватБанк карти Gold + Універсальна	Видана карта Універсальна Gold	Активний	51,00 UAH	0,92 UAH	2	14	банки
Monobank.com.ua Кредитна карта API	Видана кредитна карта з лімітом	Активний	200,00 UAH	-	-	-	Фінанси API, Банки

Джерело: складено автором на основі[40]

З 35 банків з державною часткою всі впровадили інтернет-банкінг, що свідчить про прагнення уряду модернізувати фінансовий сектор та зробити банківські послуги більш доступними для населення.

Серед банків, що належать до іноземних банківських груп, 29 впровадили інтернет-банкінг. Це свідчить про те, що ці банки використовують свій глобальний досвід і технології для надання зручних онлайн-сервісів своїм українським клієнтам. Нарешті, з 14 банків з приватним капіталом всі

впровадили послуги інтернет-банкінгу. Це означає, що ці банки також не відстають від галузевих тенденцій та інвестують у цифрові послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти мінливі потреби своїх клієнтів (рис. 2.2).

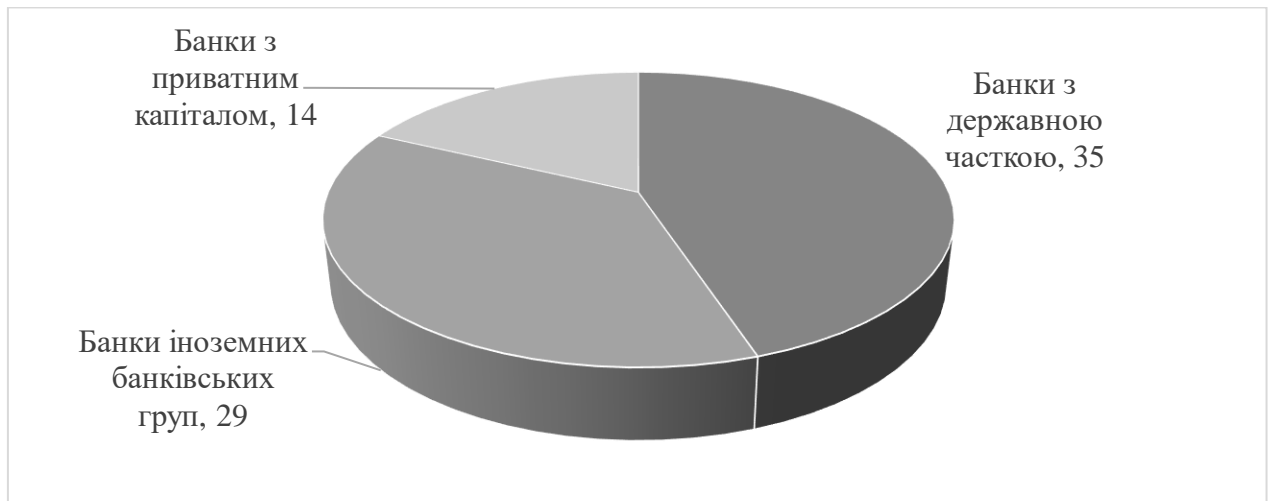


Рис. 2.2 Рівень впровадження інтернет-банкінгу банками України, од.

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

Можна спостерігати тенденцію до зменшення кількості POS-терміналів, які також використовують інтернет для забезпечення зв'язку з банком та виконання операцій. У 2020 році в Україні налічувалося 426,5 тис. POS-терміналів. У 2021 році ця кількість зменшилася до 382,5 тис., що становить близько 10,3% зменшення. Тенденція продовжилася і в 2022 році, коли кількість POS-терміналів знизилася до 359,2 тис., що приблизно на 6,1% менше, ніж у попередньому році.

Таке зменшення кількості POS-терміналів можна пояснити кількома факторами. Все більше впровадження цифрових та мобільних методів оплати зменшує залежність від традиційних POS-терміналів. Оскільки споживачі та бізнес все частіше використовують безконтактні та онлайн-транзакції, попит на фізичні POS-термінали зменшується (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Динаміка кількості POS-терміналів в Україні у 2020-2022 роках, тис. шт.

Джерело: складено автором на основі [18]

Іншим фактором є закриття деяких фізичних магазинів, що веде до зменшення потреби в POS-терміналах. Економічні фактори та війна суттєво вплинули на цю тенденцію.

Також спостерігається стабільне зростання кількості клієнтів, які користуються дистанційними банківськими послугами, при цьому як для підприємств, так і для фізичних осіб.

У випадку з корпоративним сектором кількість клієнтів, що обслуговуються дистанційно, збільшилася з 2,1 млн у 2020 році до 2,3 млн у 2021 році, що становить зростання приблизно на 9,5%. Тенденція до зростання продовжилася і в 2022 році, коли їхня кількість сягнула 2,4 мільйона, що свідчить про подальше збільшення на 4,4% порівняно з попереднім роком (рис. 2.4).

Серед клієнтів-фізичних осіб спостерігалось більш помітне зростання використання дистанційних банківських послуг. У 2020 році на дистанційному обслуговуванні перебувало 39,1 млн клієнтів-фізичних осіб. У 2021 році їхня кількість зросла до 44,2 мільйона, що становить суттєве збільшення на 13,0%. Тренд продовжився і в 2022 році, коли кількість клієнтів-фізичних осіб досягла 51,7 мільйона, що є значним стрибком приблизно на

17,0% порівняно з 2021 роком. Таке перевищення кількості населення в Україні означає, що деякі клієнти використовують онлайн-банкінг різних клієнтів.

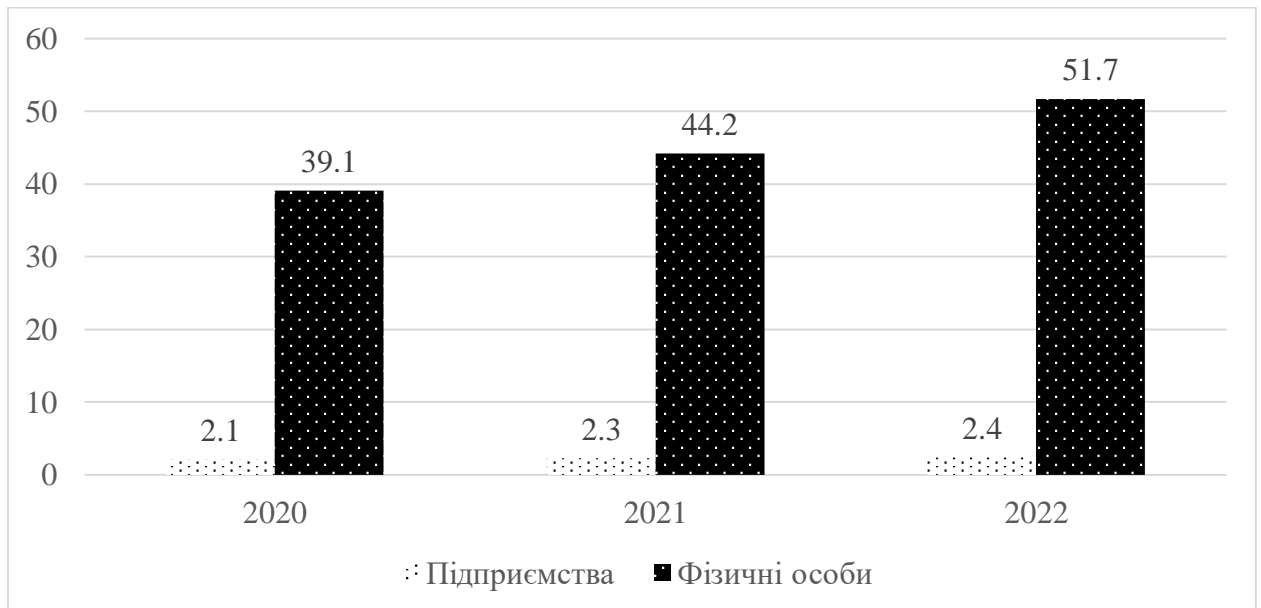


Рис. 2.4 Динаміка клієнтів банків України, що дистанційно обслуговуються, в 2020-2022 рр., млн клієнтів

Джерело: складено автором на основі [11]

Ці тенденції свідчать про те, що дистанційні банківські послуги стають дедалі популярнішими як серед підприємств, так і серед фізичних осіб в Україні. Зростаюче впровадження платформ онлайн- та мобільного банкінгу зумовлене такими факторами, як зручність, доступність та триваюча цифрова трансформація банківського сектору. Крім того, пандемія COVID-19 та війна прискорили перехід до дистанційного банкінгу, оскільки люди та підприємства прагнули мінімізувати особисту взаємодію.

Підводячи підсумок, зазначимо, що кількість корпоративних клієнтів, які обслуговуються дистанційно в українських банках, зросла з 2,1 мільйона у 2020 році до 2,4 мільйона у 2022 році, тобто зросла на 14,3%. Водночас кількість клієнтів-фізичних осіб демонструє більш помітний приріст – з 39,1 мільйона у 2020 році до 51,7 мільйона у 2022 році, тобто на 32,2%. Ці дані свідчать про стійку та стабільну тенденцію до зростання використання

дистанційного банкінгу як підприємствами, так і фізичними особами. Крім цього, банки використовують інтернет для більш ефективної реклами та просування.

2.2 Аналіз банківських послуг, які надаються АТ КБ «ПриватБанк» з використанням сучасних інтернет-технологій

Одним з активних учасників тренду цифровізації є АТ КБ «ПриватБанк». У період з 2018 по 2022 рік спостерігається значне зростання обсягу транзакцій ініційованих особисто через застосунки. Перекази з картки на картку зазнали помітного зростання, збільшившись з 257 млрд грн у 2018 році до 1596 млрд грн у 2022 році, тобто більш ніж у шість разів. Аналогічно, купівля товарів та послуг в інтернеті також зростала, але повільніше - з 234 млрд грн у 2018 році до 515 млрд грн у 2022 році, тобто трохи більше ніж удвічі.

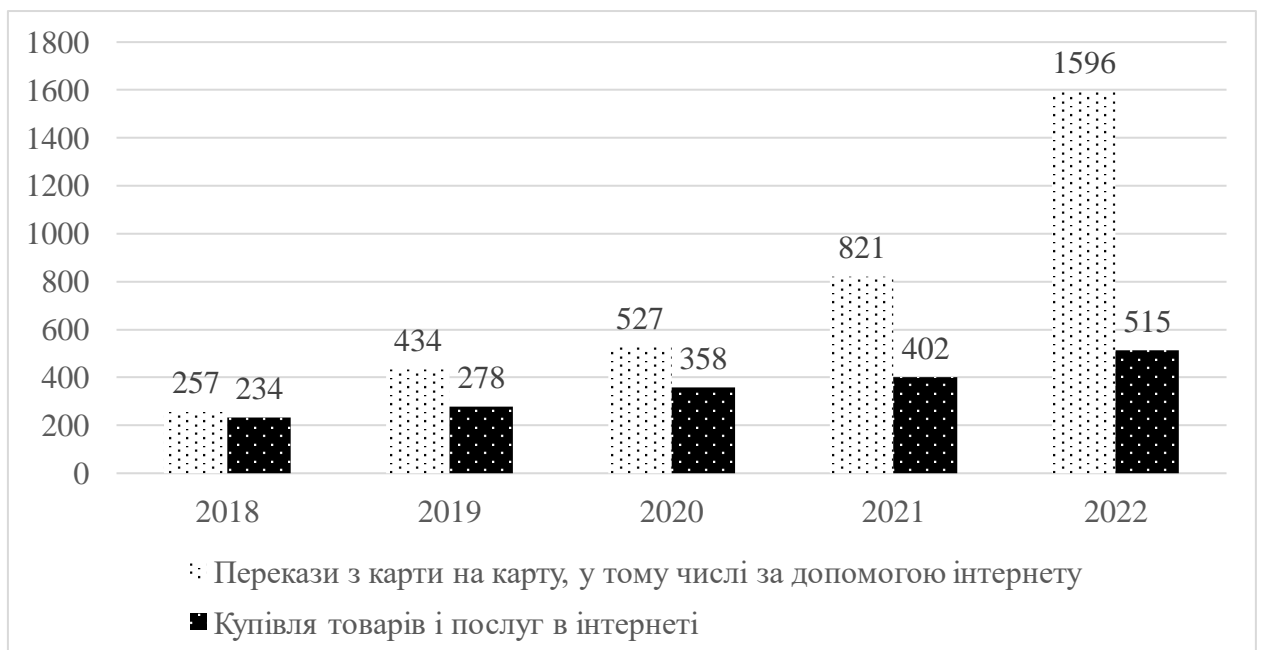


Рис. 2.5 Динаміка обсягу безпосередніх операцій клієнтів АТ КБ «ПриватБанк» за допомогою інтернету в 2018-2022 рр., млрд грн.

Джерело: складено автором на основі [22;23;21]

Ці тенденції свідчать про те, що використання онлайн-банкінгу та електронної комерції з роками значно посилилося, що можна пояснити зростаючим проникненням Інтернету, зручністю цифрових транзакцій та підвищенням довіри до послуг онлайн-банкінгу (рис. 2.5).

Протягом багатьох років спостерігається стійка тенденція до зростання операцій через платіжний термінал, які підскочили з 211 млрд грн у 2018 році до 750 млрд грн у 2022 році, що свідчить про більш ніж трикратне збільшення. Таке зростання пояснюється зручністю, яку пропонують платіжні термінали.

На противагу цьому, транзакції з використанням пристроїв самообслуговування коливалися протягом того ж періоду. Якщо у 2018 році спостерігався спад з 27 млрд грн до 15 млрд грн у 2020 році, то у 2022 році обсяг дещо збільшився до 22 млрд грн. Таке коливання може бути пов'язане зі зміною вподобань клієнтів та покращенням доступності та функціональності інших методів здійснення транзакцій (рис. 2.6).

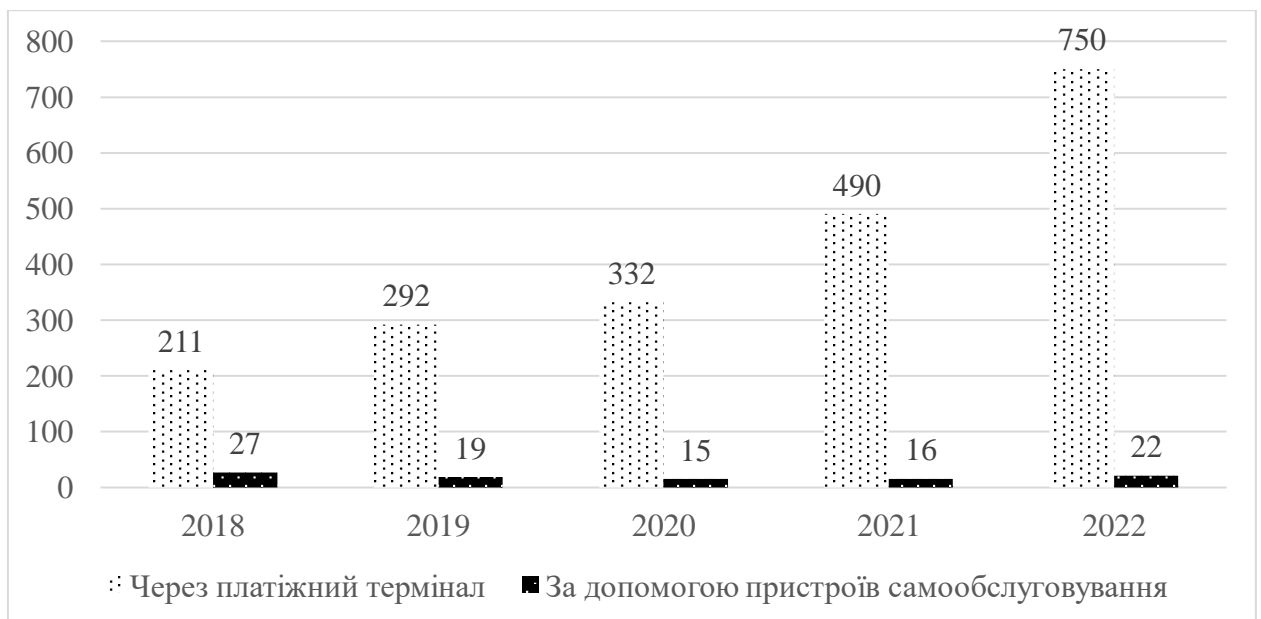


Рис. 2.6 Динаміка обсягу операцій клієнтів через пристрої АТ КБ «ПриватБанк» за допомогою інтернету в 2018-2022 рр., млрд грн.

Джерело: складено автором на основі [22;23;21]

Аналізуючи дані, надані для АТ КБ «ПриватБанк», видно, що з 2018 по 2022 рік спостерігається значне зростання кількості прямих транзакцій. Щодо

переказів з картки на картку, в тому числі через Інтернет, то відбувається суттєве збільшення транзакцій з 190 млн у 2018 році до 801 млн у 2022 році, з найвищим піком у 2021 році на рівні 819 млн.

У випадку купівлі товарів та послуг в Інтернеті спостерігається подібний загальний тренд, проте зі своїми особливостями. Починаючи з 821 мільйона у 2018 році, вона досягла 1213 мільйонів одиниць у 2022 році, з невеликим падінням у 2021 році до 1019 мільйонів одиниць (рис. 2.7).

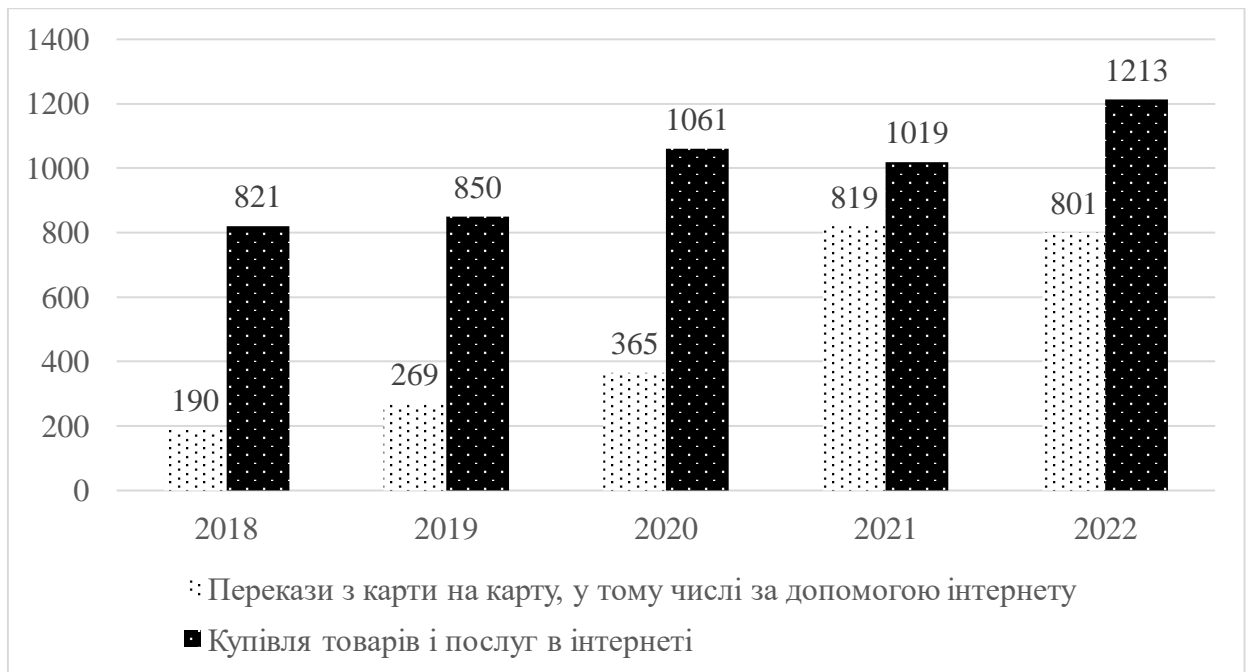


Рис. 2.7 Кількість безпосередніх операцій клієнтів АТ КБ «ПриватБанк» за допомогою інтернету в 2018-2022 рр., млн шт.

Джерело: складено автором на основі [22;23;21]

Загалом ці дані свідчать про те, що клієнти АТ КБ «ПриватБанк» все частіше використовують онлайн-транзакції для своїх банківських потреб, як для переказу коштів, так і для купівлі товарів та послуг. Стабільне зростання кількості транзакцій протягом багатьох років підкреслює посилення залежності від цифрових платформ та важливість надання безпечних та зручних банківських послуг онлайн.

Аналізуючи дані про кількість клієнтських транзакцій через пристрої АТ КБ «ПриватБанк» з використанням мережі Інтернет з 2018 по 2022 рік, можна

помітити деякі тенденції, що заслуговують на увагу. Кількість транзакцій, здійснених через платіжні термінали, з роками суттєво зростала, починаючи з 1104 млн у 2018 році та досягаючи 2287 млн у 2022 році. Таке зростання свідчить про те, що цей інструмент не програє мобільному додатку, а конкурує з ним на рівних.

З іншого боку, транзакції через пристрої самообслуговування не мали такої ж тенденції. Кількість транзакцій стартувала з 41 мільйона у 2018 році, зменшилася до 33 мільйонів до 2020 року і залишалася стабільною до 2021 року. Однак у 2022 році відбулося помірне зростання – 47 мільйонів транзакцій. Це свідчить про те, що пристрої самообслуговування не набули такої популярності, як платіжні термінали, серед клієнтів АТ КБ «ПриватБанк» (рис. 2.8).

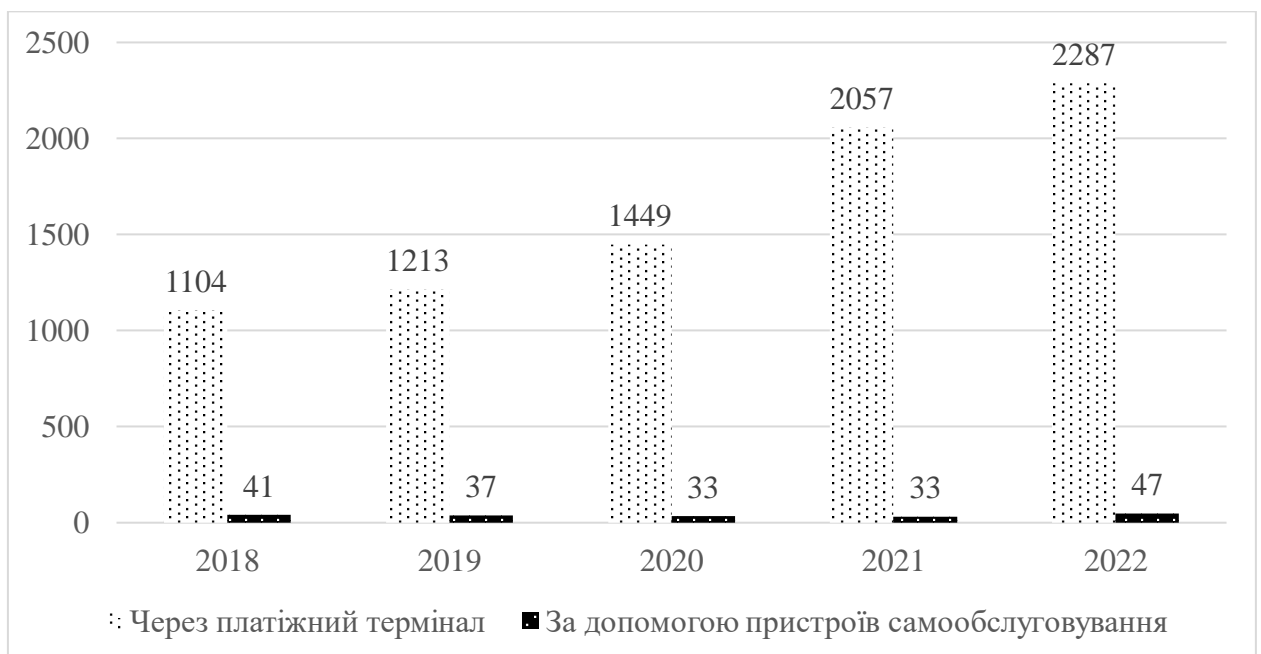


Рис. 2.8 Кількість операцій клієнтів через пристрої АТ КБ «ПриватБанк» за допомогою інтернету в 2018-2022 рр., млн шт.

Джерело: складено автором на основі [22;23;21]

Проаналізувавши середній чек за прямими операціями клієнтів АТ КБ «ПриватБанк» через Інтернет з 2018 по 2022 рік, можна спостерігати кілька цікавих тенденцій. У випадку переказів з картки на картку, в тому числі через

Інтернет, середній чек зменшився з 1723 грн у 2018 році до 1001 грн у 2021 році. Однак значне зростання відбулося у 2022 році, коли середній чек сягнув 1992 грн. Це зумовлено, в першу чергу, інфляцією.

Що стосується купівлі товарів та послуг в Інтернеті, то середній чек з роками зростав більш стабільно. Починаючи з 361 грн у 2018 році, він поступово збільшився до 424 грн у 2022 році. Ця тенденція свідчить про те, що клієнти АТ КБ «ПриватБанк» номінально витрачають більше на свої онлайн-покупки, проте з урахуванням інфляції за цей же період відбувається фактичне скорочення (рис. 2.9).

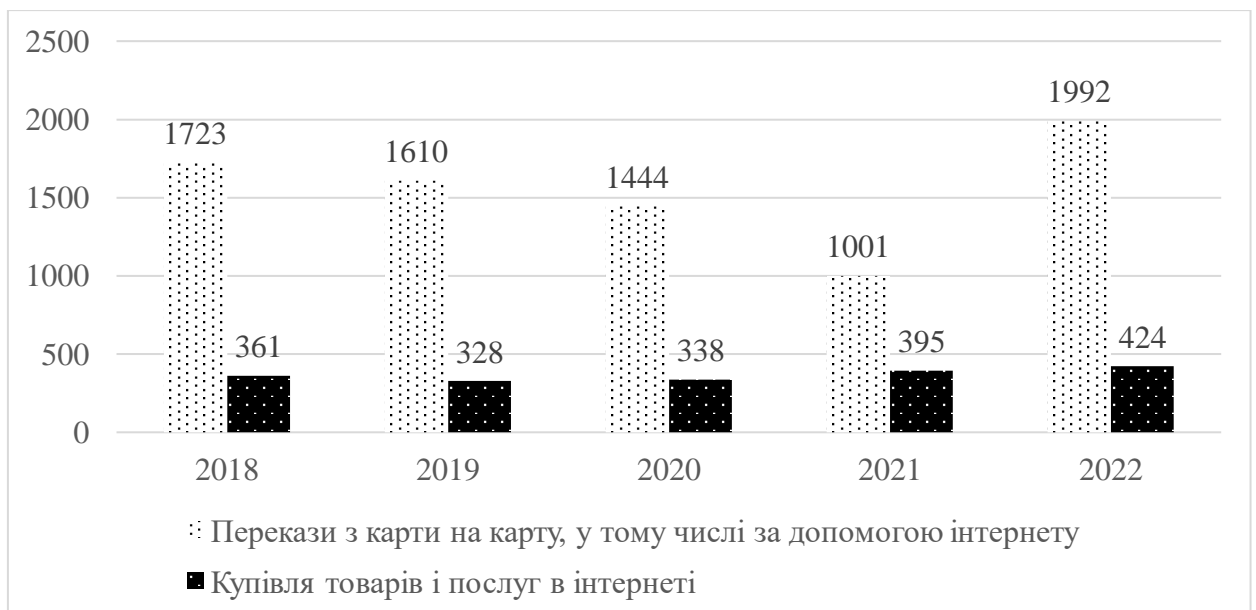


Рис. 2.9 Середній чек при безпосередніх операціях клієнтів АТ КБ «ПриватБанк» за допомогою інтернету в 2018-2022 рр., грн.

Джерело: складено автором на основі [22;23;21]

Для операцій, здійснених через платіжні термінали, середній чек залишався відносно стабільним з 2018 по 2021 рік, коливаючись від 229 грн до 242 грн. Однак у 2022 році відбулося помітне зростання - середній чек збільшився до 328 грн. Це також зумовлено інфляцією, а також тим фактом, що платіжний термінал застосовується, в першу чергу, для здійснення несуттєвих угод, наприклад, для поповнення рахунку мобільного.

На противагу цьому, середній чек за операціями з використанням пристроїв самообслуговування демонстрував іншу картину (рис. 2.10).

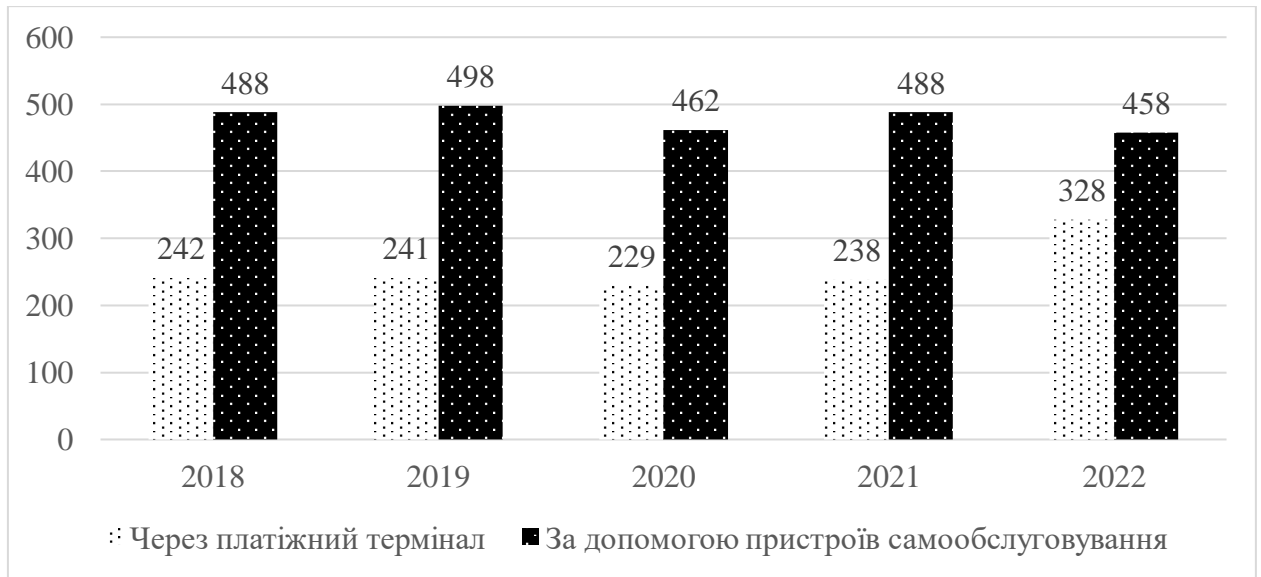


Рис. 2.10 Середній чек операцій клієнтів через пристрої АТ КБ «ПриватБанк» за допомогою інтернету в 2018-2022 рр., грн

Джерело: складено автором на основі [22;23;21]

Незважаючи на незначне зростання з 488 грн до 498 грн у 2018-2019 роках, середній чек зменшився до 462 грн у 2020 році, повернувся до 488 грн у 2021 році, а потім знову зменшився до 458 грн у 2022 році. Такі коливання свідчать про те, що використання пристроїв самообслуговування може бути більш різноманітним і не таким постійним, як використання платіжних терміналів.

Підводячи підсумок, зазначимо, що в процесі оцінки сучасного стану запровадження інтернет-технологій у діяльності банківських установ України за 2020-2022 рр. сформульовані наступні висновки:

- проведена оцінка тенденцій розвитку та використання інтернет-технологій у діяльності банківських установ України. У період з 2020 по 2022 рік кількість корпоративних клієнтів, що обслуговуються дистанційно в українських банках, зросла на 14,3% - з 2,1 млн до 2,4 млн. За той самий період кількість клієнтів-фізичних осіб зросла на 32,2% - з 39,1 млн до 51,7 млн. Ця стійка тенденція до зростання використання дистанційного банкінгу

спостерігається як серед підприємств, так і серед фізичних осіб. Ці дані підкреслюють зростаючу роль цифрових банківських послуг у задоволенні фінансових потреб українських клієнтів у різних сегментах;

- виконано аналіз банківських послуг, які надаються АТ КБ «ПриватБанк» з використанням сучасних інтернет-технологій. З 2018 по 2022 рік клієнти АТ КБ «ПриватБанк» демонстрували зростаючу перевагу онлайн-транзакціям: обсяг прямих транзакцій збільшився з 491 млрд грн у 2018 році до 2111 млрд грн у 2022 році, тоді як обсяг транзакцій через пристрої зріс з 238 млрд грн до 772 млрд грн. Найсуттєвіше підвищення спостерігалось за переказами з картки на картку, обсяг яких збільшився з 257 млрд грн у 2018 році до 1596 млрд грн у 2022 році. Незважаючи на коливання середньої суми чеку, загальне зростання обсягів транзакцій свідчить про те, що клієнти все більше покладаються на цифрові платформи для задоволення своїх банківських потреб, підкреслюючи важливість безпечних та зручних онлайн-сервісів.

РОЗДІЛ 3. НАПЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

3.1. Використання тренду посилення ділової активності в інтернеті для збільшення доходів банків на прикладі АТ КБ «ПриватБанк»

АТ КБ «ПриватБанк» активно використовує наявні можливості підвищення ефективності функціонування завдяки впровадженню сучасних цифрових підходів і рішень у свою бізнес-модель. З іншого боку, все ще існують резерви використання інтернету для трансформації щоденних процесів. У такому контексті вважаємо, що доцільно звернути увагу на можливості використання зарубіжного досвіду для забезпечення подальшого розвитку цифрової фінансової системи банку.

Насамперед слід звернути увагу на той факт, що спостерігається підвищення інтенсивності взаємодії між економічними суб'єктами в інтернет-просторі. Наприклад, відбувається придбання різноманітних криптоактивів, як засобу збереження коштів, веб-сайтів, як цілісних бізнесів, результатів роботи дизайнерів, програмістів, інших спеціалістів, що зазвичай працюють у мережі Інтернет. При цьому часто йдеться про взаємодію між особами, які не знайомі між собою і не мають бажання зустрічатися для обміну цифрових товарів на звичайні або криптогроші.

У такому контексті вважаємо, що існує значущий незадоволений попит на наявність посередника, який перевірятиме адекватність покупця та продавця послуг і товарів в інтернеті. Наприклад, якщо продавець бажає придбати готовий веб-сайт, який приносить прибуток протягом останніх років, а покупець бажає його купити, то обидві сторони готові заплатити певну частку вартості угод для того, щоб знизити ризики. Адже в разі, якщо виявиться, що сайт не приносить грошей, фактично буде втрачено всю суму, спрямовану на купівлю. І навпаки, якщо продавець сайту не отримає оплату,

то він фактично втратить свій цінний актив і можливість на ньому заробити (рис. 3.1).

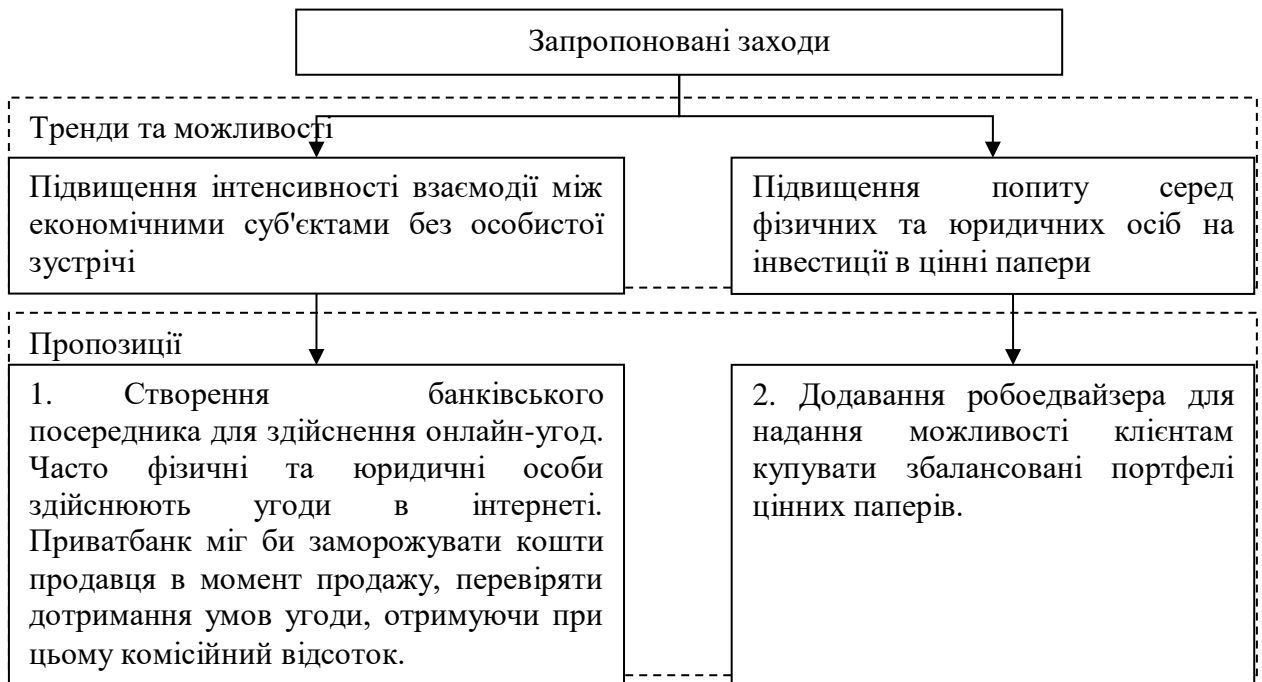


Рис. 3.1. Можливості застосування зарубіжного досвіду для підвищення доходів АТ КБ «ПриватБанк» у контексті розвитку інтернет-технологій

У такому контексті вважаємо, що рішенням може бути створення відділу посередництва в угодах в інтернет-просторі, як частини комерційного банку і його екосистеми. Наприклад, у наведеному випадку співробітники отримують оплату від покупця, а також усі паролі та логіни в кабінеті продавця сайту. Як результат, вони зможуть гарантувати продавцю отримання коштів, а в інтересах покупця провести перевірку на предмет реального генерування сайтом доходу, приналежності сайту фізичній особі.

У кожному окремому випадку покупець або продавець можуть детально розписати алгоритм вивчення необхідних даних. Після перевірки всієї інформації відбувається одночасне передання сайту покупцеві та фінансових ресурсів продавцю.

Як результат, вважаємо, що така послуга АТ КБ «ПриватБанк» дасть змогу зацікавити велику кількість інтернет-підприємців та інших суб'єктів

ділової активності, які не бажають зустрічатися через недоцільність такої дії. АТ КБ «ПриватБанк» зможе отримувати певний відсоток від суми угоди.

Другий тренд пов'язаний з підвищенням попиту серед фізичних та юридичних осіб на інвестиції в цінні папери. При цьому не завжди громадяни розуміють, які саме інструменти доцільно обрати для розміщення наявного в них капіталу. Тому слід додати додатковий модуль, робоедвайзера, до застосунку АТ КБ «ПриватБанк» або створити окремий застосунок, що дасть змогу розміщувати вільні грошові кошти залежно від поточного ризик-апетиту клієнта. Відтак, робоедвайзер зможе радити консервативні інструменти, інструменти з високим рівнем доходу, збалансований підхід тощо. Конкретна структура інвестиційного портфеля залежатиме від цілей клієнта, обсягу наявних коштів, рівня доходу, строку, на який здійснюються такі інвестиції.

Для визначення ефективності запропонованих заходів доцільно звернути увагу на поточний розмір ринку цифрових активів і цифрових послуг. На жаль, такі дані не представлені на прикладі України, тому враховуються світові дані та потенційні частки України в економіці.

Світовий ринок цифрових активів дорівнює 46,24 млрд дол. США у 2023 році [30]. Світовий ВВП становить 96513077,36 млн дол. США, ВВП України дорівнює 200 085 млн дол. США, а отже, частка України у світовій економіці становить близько $200085 / 96513077,36 * 100 = 0,2\%$. Якщо припустити, що частка України у цифрових активах у світі відповідає частці у ВВП, то це означає, що національний ринок цифрових активів становить близько 92,48 млн дол. США (46,24 млрд дол. x 0,2%) або 3514,24 млн грн. (38 грн. x 92,48 млн дол. США).

Це означає, що якби банк виступав у ролі посередника в рамках угод між незнайомими економічними агентами, то він міг би заробити за 3% комісійної ставки 105 млн грн. (3514,24 млн грн. x 0,03).

Для реалізації такого додатку необхідний певний обсяг початкових вкладень. Усю суму витрат поділено на дві частини, а саме початкові та операційні, тобто ті, які спостерігатимуться надалі під час експлуатації

створеного відділу посередництва. Так для досягнення наміченої мети та початку діяльності необхідно створити відповідний сайт, організувати роботу офісу, зокрема придбати необхідну комп'ютерну техніку, меблі.

Основний обсяг коштів, як передбачається, буде спрямовано на реалізацію маркетингових досліджень, на первинне просування. Тобто необхідно виявити ключові сегменти, що існують у сфері продажу та придбання цифрових активів, зрозуміти особливості посередництва в кожному конкретному типі угод, а також спрямувати більшу частину суми на комунікацію з потенційною цільовою аудиторією.

Це необхідно для того, щоб уже на початку функціонування підрозділу відділ АТ КБ «ПриватБанк» отримував значний обсяг замовлень. Як результат, можна очікувати, що початкова сума витрат становитиме близько 67,1 млн грн. (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Початкові інвестиції при створенні відділу гаранта інтернет-угод АТ
КБ «ПриватБанк», тис. грн.

Елемент початкових вкладень	Значення
Придбання ноутбуків та офісної техніки	1 400
Створення та тестування сайту	15 000
Первинний маркетинговий бюджет	50 000
Придбання офісних меблів	700
Усього	67 100

Для забезпечення роботи такого структурного підрозділу слід залучити ІТ-фахівців, менеджерів, які безпосередньо взаємодіють із клієнтами, експертів, які розуміються на нюансах здійснення угод із цифровими активами, та менеджмент такого відділу.

Доцільно встановити мінімальну межу за кожною угодою, а саме 100 тис. грн. Це дасть змогу раціонально використовувати робочий час співробітників. При середній сумі угоди 150-200 тис. грн. протягом року банк зможе провести 18 966 угод із цифровими активами. Передбачається, що для здійснення однієї угоди необхідно витратити півгодини, а отже співробітник, безпосередньо залучений до процесу, закритиме 16 угод на день.

Отже, за типового робочого дня і типової кількості робочих днів на рік, продуктивність одного співробітника становитиме 3 520 угод на рік. Таким чином, для забезпечення роботи такого відділу в банку необхідно залучити менеджерів, які будуть безпосередньо взаємодіяти з клієнтом, у кількості шести осіб (18966 угод на рік : 3520 угод на співробітника). Витрати на персонал будуть такими (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Витрати на персонал при функціонуванні відділу гаранта інтернет-угод
АТ КБ «ПриватБанк», тис. грн.

Співробітник	2023	2024	2025	2026	2027
Оплата праці					
Менеджери-посередники в угодах (6 год.)	2880	3456	4147	4977	5972
ІТ-фахівці (3 ч.)	4320	5184	6221	7465	8958
Експерти в цифрових товарах (3 год.)	4320	5184	6221	7465	8958
Керівник відділу та заступник (2 год.)	2400	2880	3456	4147	4977
Соціальні витрати					
Менеджери-посередники в угодах (6 год.)	864	1037	1244	1493	1792
ІТ-фахівці (3 год.)	1296	1555	1866	2239	2687
Експерти в цифрових товарах (3 год.)	1296	1555	1866	2239	2687
Керівник відділу та заступник (2 год.)	720	864	1037	1244	1493
Усього	18096	21715	26058	31270	37524

Загалом операційні витрати будуть такими, як показано в таблиці 3.3.

Як результат, уже в першому році буде згенеровано значний фінансовий результат, а саме 703 млн грн. (табл. 3.4).

Говорячи про ефективність, важливо зрозуміти, чи будуть здатні вкладені кошти окупити себе протягом періоду дії проєкту. Важливим параметром у рамках відповідних розрахунків є показник дисконтування. Його значення в поточних умовах враховується як 30%.

Таблиця 3.3

Систематизація операційних витрат при функціонуванні відділу
гаранта інтернет-угод АТ КБ «ПриватБанк», тис. грн.

Елемент витрат	2023	2024	2025	2026	2027
Оплата праці та соціальні платежі	18096	21715	26058	31270	37524
Річна амортизація	3 420	3 420	3 420	3 420	3 420
Сплачені відсотки за позиковим капіталом	10 340	10 340	10 340	10 340	10 340
Операційні витрати на просування	1900	1900	1900	1900	1900
Інші витрати	6 397	6 397	6 397	6 397	6 397
Усього	40153	43772	48115	53327	59581

Таблиця 3.4

Фінансові результати при функціонуванні відділу гаранта інтернет-
угод АТ КБ «ПриватБанк», тис. грн.

Показник	2023	2024	2025	2026	2027
Комісійний дохід	105 000	105 000	105 000	105 000	105 000
Собівартість та інші витрати	40 153	43 772	48 115	53 327	59 581
Результат без урахування податку	64 847	61 228	56 885	51 673	45 419
Податок	12 969	12 246	11 377	10 335	9 084
Чистий фінансовий результат	51 878	48 982	45 508	41 338	36 335

Таблиця 3.5

Оцінка інвестиційної привабливості створення відділу гаранта
інтернет-угод АТ КБ «ПриватБанк», тис. грн.

Показник	Початок 2023	2023	2024	2025	2026	2027	Всього
Відтік коштів							
Первинні інвестиції	67 100	-	-	-	-	-	-
Приплив коштів							
Чистий прибуток	-	51 878	48 982	45 508	41 338	36 335	-
Амортизація	-	3 420	3 420	3 420	3 420	3 420	-
Грошовий потік (сума, чистий)	-67 100	55 298	52 402	48 928	44 758	39 755	-
Коефіцієнт дисконтування, $i=30\%$	1	0,77	0,59	0,46	0,35	0,27	-
Грошовий потік (дисконтований)	-67 100	42 537	31 007	22 270	15 671	10 707	55 093

Отже, додатне значення показника дисконтованого грошового потоку прямо вказує на привабливість запропонованого заходу. Буде згенеровано значущу додану вартість, а отже, компанія поліпшить своє фінансове становище, відбудеться підвищення вартості АТ КБ «ПриватБанк». Сукупний ефект протягом наступних років досягне 55,1 млн грн.

3.2. Розширення переліку мобільних та інтернет-послуг банку

Другий захід полягає в тому, щоб створити додаток або додатковий функціонал в основному банківському кабінеті фізичних осіб, який дає змогу інвестувати кошти в інструменти фондового ринку. Для оцінки основних параметрів, очікуваної виручки та інших показників слід звернути увагу на американський аналог такого рішення, а саме компанію Robinhood (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Показники розвитку Robinhood протягом 2017-2022 рр.

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
Кількість користувачів, млн осіб.	2	6	10	13	14,5	15,9
Дохід, млн дол. США	50	100	270	950	1810	1341
Вартість компанії, млрд дол. США	1,3	5,6	7	11,7	22,3	16,5

Джерело: складено автором за матеріалами [39;38]

Різниця в населенні між Україною[36] і США[37], де діє компанія Robinhood, становить 7,58 (331,8 : 43,8) . Різниця в рівні багатства становить близько 14,5 (70248[33] : 4835,6 [32]).

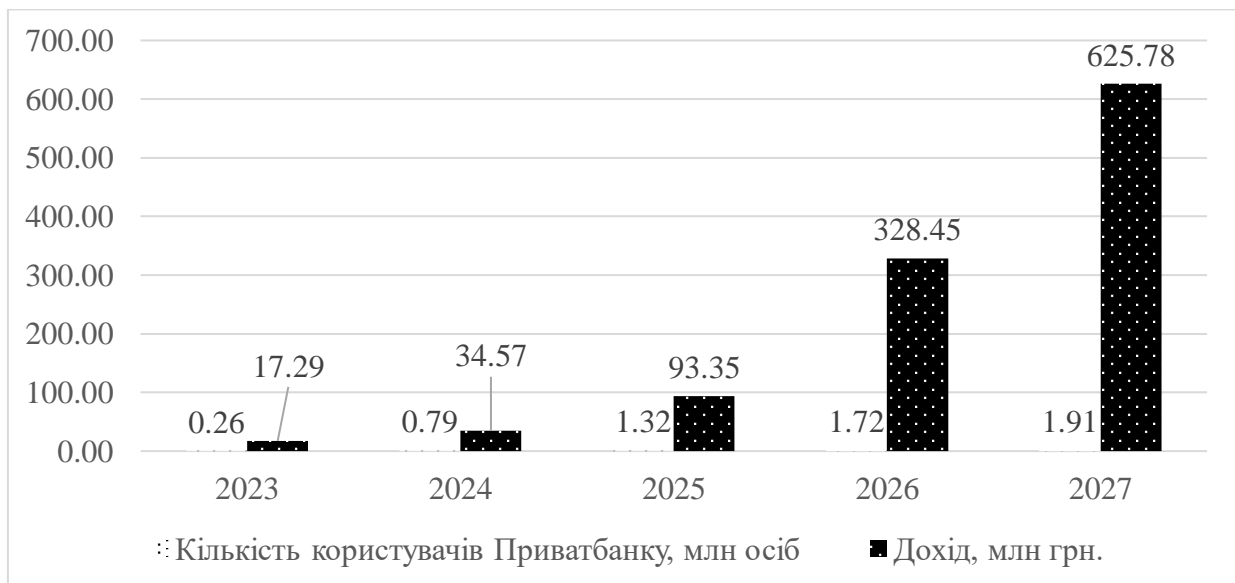


Рис. 3.2. Прогнозовані показники в рамках пропозиції створення робоедвайзера АТ КБ «ПриватБанк» на 2023-2027 рр., розраховані методом аналогії

У розрахунках передбачається, що АТ КБ «ПриватБанк» буде йти тим самим шляхом нарощування клієнтів і доходу, але з урахуванням різниці в рівні добробуту українських і американських громадян, а також з урахуванням різниці в кількості населення (рис. 3.2).

Вартість розроблення складного застосунку становить 2000 тис. грн.[24]. Таким чином, первинна сума вкладення є значущою, але все ж таки важливо врахувати додатній грошовий потік, який буде створено в рамках такого процесу.

Кількість персоналу враховується на рівні 5 осіб. Відповідно, зарплата при середній оплаті в 40 тис. грн. становитиме 3,1 млн грн.

Цей показник враховується при плануванні оплати праці та соціальних платежів. Як і в попередньому випадку, обсяг сплачених відсотків визначається як частка від первинно вкладеного капіталу (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Систематизація операційних витрат при функціонуванні робоедвайзера
АТ КБ «ПриватБанк», тис. грн.

Елемент витрат	2023	2024	2025	2026	2027
Оплата праці та соціальні платежі	3120	3744	4493	5391	6470
Сплачені проценти за позиковим капіталом	278	278	278	278	278
Бюджет на просування	264	792	1319	1715	1913
Витрати на функціонування офісу	2	2	3	4	4
Усього	3664	4816	6093	7388	8665

Рівень бюджету на просування розраховується на основі очікуваної кількості клієнтів на кожному з етапів. Важливо донести рекламне повідомлення до цільової аудиторії, що дасть змогу привернути увагу і забезпечити використання програмного продукту. Крім цього, слід організувати роботу співробітників, що діють у цій сфері.

Що ж стосується доходу, то йдеться про комісійний дохід, який визначається на основі ідентичного показника у компанії Robinhood. Як можна судити, протягом перших трьох років результативність функціонування буде від'ємною (табл. 3.8).

Однак для виявлення реальної ефективності слід врахувати показники інвестиційної результативності.

Як можна судити, незважаючи на від'ємний фінансовий результат протягом перших років, загалом запропонований захід дасть змогу згенерувати позитивний грошовий потік. Це свідчить про те, що проект є привабливим для практичної реалізації, що дасть змогу збільшити вартість АТ КБ «ПриватБанк» (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Фінансові результати при функціонуванні робоедвайзера АТ КБ «ПриватБанк», тис. грн.

Показник	2023	2024	2025	2026	2027
Комісійний дохід	864	1729	4667	16423	31289
Собівартість та інші витрати	3664	4816	6093	7388	8665
Результат без урахування податку	-2800	-3087	-1426	9035	22624
Податок	0	0	0	1807	4525
Чистий фінансовий результат	-2800	-3087	-1426	7228	18099

Чиста поточна вартість (NPV) розраховується наступним чином:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^{t-1}} - \sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+i)^{t-1}} \quad (2)$$

де: NPV — чиста поточна вартість

C — вкладений капітал

B — грошовий потік в рамках заходу

Отже, у рамках пропозиції буде створено таку додану вартість протягом наступних років: $-2000 - 2154 - 1827 - 649 + 2531 + 4875 = 776$ тис. грн. (табл. 3.9).

Індекс рентабельності визначається шляхом здійснення наступних розрахунків:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+i)^{t-1}}}{\sum_{t=1}^n \frac{C_t}{(1+i)^{t-1}}} \quad (3)$$

Таким чином, індекс рентабельності дорівнює:

$$PI = ((-2156) + (-1821,33) + (-655,96) + 2529,8 + 4886,78) : 2000 = 1,39$$

Значення показує, що кожна вкладена гривня в реалізацію проекту дозволить згенерувати для інвестора 1,39 гривні.

Таблиця 3.9

Оцінка інвестиційної привабливості створення робоедвайзера АТ КБ
«ПриватБанк», тис. грн.

Показник	Початок 2023	2023	2024	2025	2026	2027	Всього
Відтік коштів							
Первинні інвестиції	2000	-	-	-	-	-	-
Усього	2000	-	-	-	-	-	-
Приплив коштів							
Чистий прибуток	-	-2800	-3087	-1426	7228	18099	-
Усього	0	-2800	-3087	-1426	7228	18099	-
Грошовий потік (сума, чистий)	-2000	-2800	-3087	-1426	7228	18099	-
Коефіцієнт дисконтування, $i=21,81$	1	0,77	0,59	0,46	0,35	0,27	-
Дисконтований грошовий потік	-2000	-2154	-1827	-649	2531	4875	776

Показник окупності, який враховує дисконтований грошовий потік, розраховується наступним чином:

$$ТокТС = n, \text{ при котром } \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} > I_0$$

ТокТС - термін окупності інвестицій в поточних цінах

n - число періодів

CF_t - приплив грошових коштів в період t

t - коефіцієнт дисконтування

I_0 - величина вихідних інвестицій в нульовий період

Окупність запропонованого проекту дорівнює: 4 роки і 306,5 днів.

Підводячи підсумок, зазначимо, що в процесі обґрунтування напрямів підвищення ефективності використання інтернет-технологій у банківському секторі України сформульовані наступні пропозиції. Зазначено можливості використання зарубіжного досвіду розвитку цифрової фінансової екосистеми в діяльності АТ КБ «ПриватБанк». Виокремлено такі тренди та можливості на ринку, як підвищення інтенсивності взаємодії між різними економічними агентами в цифровому просторі без особистої зустрічі та підвищення інтересу фізичних осіб до інструментів фондового ринку. У такому контексті запропоновано два заходи, а саме створення відділу посередництва під час здійснення угод в Інтернеті та додавання робоедвайзера як додаткової функції в онлайн-кабінеті АТ КБ «ПриватБанк» або створення окремого додатку. Зазначено, що посередництво на ринку купівлі та продажу цифрових товарів і послуг забезпечить АТ КБ «ПриватБанк» дисконтований грошовий потік протягом 2023-2027 року в розмірі 55,1 млн грн. Також значущим буде ефект у разі створення робоедвайзера, як аналога американського застосунку Robinhood. У цьому випадку можна очікувати, що дисконтований грошовий потік складе протягом наступних п'яти років 776 тис. грн.

ВИСНОВКИ

У процесі вивчення теоретичних, практичних та правових аспектів використання сучасних інтернет-технологій у діяльності банківських установ сформульовано наступні висновки та пропозиції.

1. Визначено сутність, необхідність та значення інтернет-технологій у розвитку банківської системи. Загалом така технологія забезпечує комунікацію з користувачами банківських послуг, створює додаткові місця продажів банківських послуг, скорочує операційні витрати на персонал та роботу відділень, індивідуалізує пропозицію послуг для кожного клієнта, розширює перелік потенційних фінансових та нефінансових послуг, які можна реалізувати клієнту, знижує вхідний поріг для ряду банківських послуг, скорочує відстань від банку до клієнта, розширює та покращує якість аналітики банку, забезпечує підвищення фінансової грамотності клієнтів.

2. Надана характеристика основних видів банківських послуг з використанням інтернет-технологій. Інтернет-банкінг трансформував як особисте, так і корпоративне управління фінансами, пропонуючи підвищену ефективність, доступність та зручність. Основна відмінність між традиційними банківськими послугами та послугами з використанням інтернет-технологій полягає в каналах доставки та ступені оцифрування. В результаті з'явився широкий спектр інноваційних фінансових продуктів і послуг, які задовольняють різноманітні потреби як фізичних, так і юридичних осіб. Це депозитні, кредитні, платіжні та велика кількість інших продуктів.

3. Здійснена оцінка тенденцій розвитку та використання інтернет-технологій у діяльності банківських установ України. За три роки, з 2020 по 2022, українські банки збільшили кількість корпоративних клієнтів, які обслуговуються дистанційно, на 14,3% - з 2,1 мільйона до 2,4 мільйона. Водночас кількість клієнтів-фізичних осіб зросла на 32,2%, збільшившись з 39,1 млн до 51,7 млн. Ці цифри чітко вказують на стійкий і сильний зсув у бік дистанційного банківського обслуговування як серед бізнес-клієнтів, так і

серед фізичних осіб. Отже, ця тенденція підкреслює важливу роль, яку відіграє цифровий банкінг у задоволенні зростаючих фінансових потреб різноманітної клієнтської бази в Україні.

4. Виконано аналіз банківських послуг, які надаються АТ КБ «ПриватБанк» з використанням сучасних інтернет-технологій. Дані за період з 2018 по 2022 рік демонструють значне зростання як прямих транзакцій, так і операцій через пристрої для клієнтів АТ КБ «ПриватБанк». Прямі транзакції зросли з 491 млрд грн у 2018 році до 2111 млрд грн у 2022 році, а їх обсяг через пристрої за цей же період збільшився з 238 млрд грн до 772 млрд грн. Помітний сплеск спостерігався в переказах з картки на картку, де обсяг транзакцій злетів з 257 млрд грн у 2018 році до 1596 млрд грн у 2022 році. Постійне зростання обсягів операцій за різними каналами свідчить про зростаючу залежність клієнтів ПриватБанку від цифрових платформ та підкреслює необхідність для банку продовжувати інвестувати в безпечні, ефективні та зручні онлайн-сервіси, щоб відповідати зростаючим очікуванням клієнтів.

5. Вказано на можливості використання тренду посилення ділової активності в інтернеті для збільшення доходів банків на прикладі АТ КБ «ПриватБанк». Запропоновано створення банківського посередника для здійснення онлайн-угод у структура АТ КБ «ПриватБанк». Приватбанк міг би заморожувати кошти продавця в момент продажу, перевіряти дотримання умов угоди, отримуючи при цьому комісійний відсоток. Дисконтований грошовий потік у рамках проєкту в 2023-2027 рр. 55,1 млн грн.

6. Запропоноване розширення переліку мобільних та інтернет-послуг банку. Трендом є підвищення попиту серед фізичних і юридичних осіб на інвестиції в цінні папери. Тому запропоноване додавання робоедвайзера для надання можливості клієнтам купувати збалансовані портфелі цінних паперів. У рамках такої пропозиції буде створено додану вартість для банку в розмірі 776 тис. грн. Додатне значення показника означає, що така пропозиція посилить положення банку за рахунок використання можливостей інтернету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абанк URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ua.com.abank&hl=ru> (дата перегляду: 11.04.2023).
2. Балицька М. В., Бровенко К. С., Фінансові технології як драйвер розвитку фінансових ринків. *Інвестиції: практика та досвід*. №9. 2021. С. 59-65.
3. 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.
4. 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.
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. Звіти по державних банках. URL: <https://mof.gov.ua/uk/zviti-po-derzhavnih-bankah-fin> (дата перегляду: 11.04.2023).
9. Інновації та розбудова фінтех-ринку України – у фокусі уваги Національного банку. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/innovatsiyi-ta-rozbudova-finteh-rinku-ukrayini--u-fokusi-uvagi-natsionalnogo-banku> (дата перегляду: 11.04.2023).

10. 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.

11. Кількість клієнтів та рахунків в банках, 2022 рік. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/kilkist-kliyentiv-ta-rahunkiv-v-bankah-2022-rik> (дата перегляду: 11.04.2023).

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

13. 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.

14. Монобанк. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ftband.mono&hl=ru> (дата перегляду: 11.04.2023).

15. Національний банк приєднався до Глобальної мережі фінансових інновацій. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-priyednavsya-do-globalnoyi-mereji-finansovih-innovatsiy> (дата перегляду: 11.04.2023).

16. Облікова ставка Національного банку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/archive-rish> (дата перегляду: 10.03.2023).

17. Планування ключових слів. URL: <https://ads.google.com/> (дата перегляду: 11.04.2023).

18. Платіжна інфраструктура станом на 01.01.2023 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/platijna-infrastruktura-2022-rik> (дата перегляду: 11.04.2023).

19. Приват24. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=ua.privatbank.ap24&hl=ru&pli=1> (дата перегляду: 11.04.2023).

20. Процентні ставки за активними і пасивними операціями Національного банку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/files/PInterestRates.xls> (дата перегляду: 10.03.2023).

21. 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: 11.04.2023).

22. 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: 11.04.2023).

23. 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: 11.04.2023).

24. Сколько стоит разработка приложения?. URL: <https://appmaster.io/ru/blog/stoimost-razrabotki-prilozheniia> (дата перегляду: 11.04.2023).

25. Статистична звітність. URL: <https://privatbank.ua/statystychna-zvitnist> (дата перегляду: 11.04.2023).

26. 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.*

27. Фінансова звітність. URL: <https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost> (дата перегляду: 11.04.2023).

28. Фінансові результати Приватбанку. URL: <https://minfin.com.ua/ua/company/privatbank/rating/> (дата перегляду: 11.04.2023).

29. Фінансові ринки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/markets> (дата перегляду: 10.03.2023).

30. Digital Assets – Worldwide. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-assets/worldwide> (дата перегляду: 11.04.2023).
31. GDP (current US\$) - Ukraine. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=UA> (дата перегляду: 11.04.2023).
32. GDP per capita (current US\$) - Ukraine. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=UA> (дата перегляду: 11.04.2023).
33. GDP per capita (current US\$) - United States. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=US> (дата перегляду: 11.04.2023).
34. GO FinTech: якість діалогу між НБУ та інноваційними компаніями підвищиться. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/go-fintech-yakist-dialogu-mij-nbu-ta-innovatsiynimi-kompaniyami-pidvischitsya-6226> (дата перегляду: 11.04.2023).
35. 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.
36. Population, total - Ukraine. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=UA> (дата перегляду: 11.04.2023).
37. Population, total - United States. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=US> (дата перегляду: 11.04.2023).
38. Robinhood Markets Revenue 2020-2022 | HOOD. URL: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/HOOD/robinhood-markets/revenue> (дата перегляду: 11.04.2023).

39. Robinhood Revenue and Usage Statistics (2023). URL: <https://www.businessofapps.com/data/robinhood-statistics/> (дата перегляду: 11.04.2023).

40. SalesDoubler. URL: <https://www.salesdoubler.com.ua/affiliate/offers/> (дата перегляду: 11.04.2023).