

**В. В. Рисін**

доктор економічних наук, доцент,  
заступник директора  
Львівського інституту  
ДВНЗ «Університет банківської справи»

**М. В. Рисін**

доцент, кандидат економічних наук,  
доцент кафедри банківської справи  
Львівського інституту  
ДВНЗ «Університет банківської справи»

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО БАНКІНГУ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

*Розглянуто основні тенденції розвитку банківських інновацій, проблеми впровадження і перспективи розвитку цифрового банкінгу в Україні та світі. Проаналізовано інтернет-можливості окремих найбільших банків України щодо надання банківських послуг. Визначено ключові вимоги до організації цифрового інтернет-банкінгу та зростання цих операцій у банківській діяльності.*

**Ключові слова:** цифровий банкінг, інтернет-банкінг, електронні банківські послуги, дистанційне обслуговування клієнтів, банк, фінансова інновація.

### Rysin V., Rysin M. THE PROSPECTS OF DIGITAL BANKING DEVELOPMENT ON UKRAINIAN FINANCIAL MARKET

*The main trends of banking innovations, problems of implementation and prospects of digital banking using are analyzed in the article. The Internet capabilities of some largest banks in Ukraine on banking services are analyzed in the article. The key requirements of digital technologies development and spreading into commercial banks' operations are identified.*

**Keywords:** digital banking, Internetbanking, e-banking, remote customer services, bank, financial innovation.

JEL classification: G 15, G 21

**Актуальність теми дослідження.** Розвиток мережі «Інтернет» і цифрових технологій змінили комунікаційну політику компаній, пріоритети споживачів, швидкість обробки інформації. Зазначені тенденції не обійшли і банківський сектор. Зокрема, упродовж останніх десятиліть на ринку з'являються віртуальні банки, які не використовують класичних відділень. Дедалі більш поширеним явищем стає сплата різних платежів через месенджери соціальних мереж, що, безперечно, спонукає банки передбачити можливість входу в системи онлайн-банкінгу та мобільного сервісу через акаунти в соціальних мережах. Проте такий розвиток подій у майбутньому може призвести до зникнення додатків онлайн-банкінгу і перетворення банків у простий транзакційний канал для руху фінансових ресурсів. У зазначеній ситуації для банків, що хочуть успішно функціонувати в майбутньому, необхідно є адаптація їхньої діяльності до вимог сучасної цифрової епохи.

Упровадження наукових досягнень і винаходів в організацію банківського обслуговування забезпечує постійне вдосконалення банківських продуктів і застосовуваних нових технологій обслуговування споживачів. Саме тому дослідження проблем, пов'язаних з інноваційною діяльністю вітчизняних банків, не втрачає актуальності упродовж останніх років.

**Аналіз останніх публікацій.** Проблеми розвитку інноваційних технологій у банках, поняття банків-

ських інновацій та їхню класифікацію, практику дистанційного обслуговування клієнтів розглядали у своїх працях такі вітчизняні науковці, як М. С. Деменков, Х. О. Засадна, Я. М. Кривич, Т. А. Медвідь, В. І. Огієнко, Т. В. Шевчук та інші.

Значна увага питанню інновацій у фінансовій сфері приділяється у працях великого числа зарубіжних учених, серед яких варто виокремити Д. Клозе, А. Кульмана, Дж. Фінерті, Дж. Сінкі, Дж. Хемпела, А. Шермана та інших.

Проте швидкі темпи розвитку фінансових інновацій у банківському і небанківському секторах, а також поширення пов'язаних із такими інноваціями ризиків зумовлюють потребу для перманентних наукових досліджень у сфері функціонування віртуальних банків, специфіки їх взаємодії з клієнтами, застосування зв'язаних на ризик підходів при здійсненні нагляду за діяльністю таких установ тощо.

**Метою статі** є дослідження новітніх фінансових електронних технологій і перспектив розвитку віртуальних банків у контексті глобалізації фінансового ринку та зростання конкуренції на вітчизняному ринку банківських послуг.

**Виклад основного матеріалу.** Виникнення банківських інновацій обумовлене безперервним рухом підприємницької думки, прагненням обійти конкурентів, інформацією, що надходить про банківські

нововведення зарубіжних країн, а також кризами, що періодично виникають у фінансовому секторі (загальними чи локальними).

Банківська інновація проявляється тільки у процесі своєї реалізації на фінансовому ринку або всередині банку, а попит на інноваційний банківський продукт чи послугу визначає ступінь його новизни.

Підвищення ефективності діяльності за рахунок упровадження інновацій створює основу для визначення необхідного періоду часу, матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів. Зазначимо, що розроблення нових банківських продуктів чи послуг – це, насамперед, процес зміни стратегії банківської діяльності, складовою якої є інноваційна політика банку, оскільки саме вона чинить неабиякий вплив на конкурентну позицію банку на ринку.

Історично першим етапом розвитку дистанційного банківського обслуговування стало запровадження технології *home-banking*, яка дозволяла клієнтові, не відвідуючи банківського офісу, отримувати банківські по-

слуги щодо фінансової інформації, а також здійснення з їхньої ініціативи різних банківських операцій із передаванням інформації телефонними каналами, двосторонньою системою кабельного телевізійного зв'язку тощо.

Дистанційне банківське обслуговування – це надання банківських послуг за запитом клієнта без безпосередньої взаємодії клієнта зі співробітником банку.

Завдяки можливостям сучасних способів дистанційного доступу клієнта до банку сьогодні стали звичними поняття: *direct banking* – прямі банківські операції; *phonebanking, telebanking* – дистанційні операції телефоном; *handypocketbanking* – операції за допомогою мобільного телефону; *faxbanking* – операції факсом; *PC-banking* – операції через персональний комп'ютер.

Сьогодні дистанційне банківське обслуговування в Україні надають багато фінансових установ. Найбільш успішними і технологічними учасниками ринку вважають інтернет-сервіси ПриватБанку, Ощадбанку, Альфа-Банку, VTB Банку, ПУМБ, Райффайзен Банку Аваль, УкрСиббанку та Укрсоцбанку (табл. 1).

Таблиця 1

**Найбільш технологічні інтернет-сервіси банків**

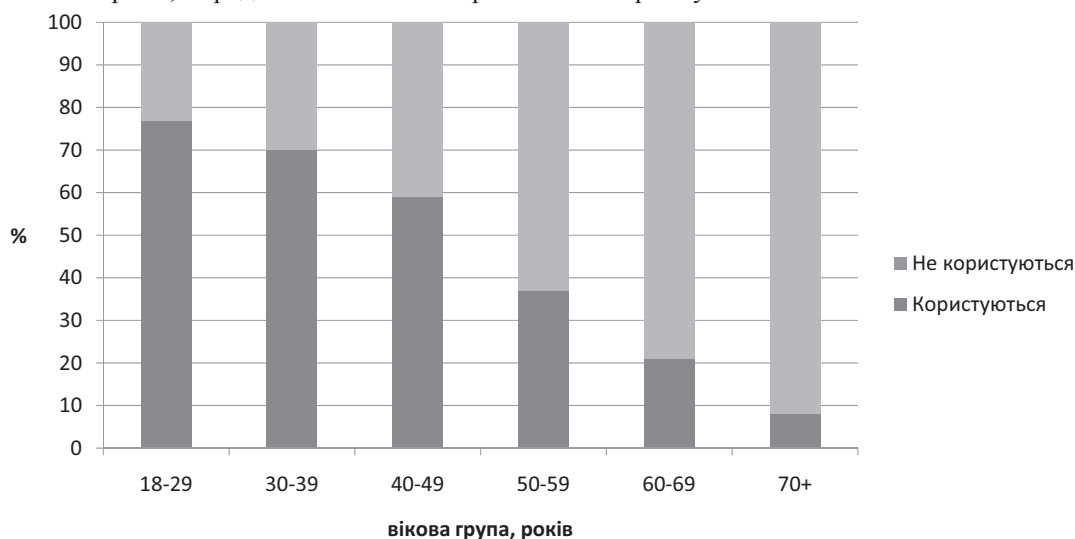
Назва банку	Перелік електронних банківських послуг з дистанційного обслуговування клієнтів
ПриватБанк	«Клієнт-банк»; Інтернет-Клієнт-банк; мобільний банкінг; «Приват-24 Corporate»
Ощадбанк	Інтернет-банкінг; мобільний банкінг; термінали для здійснення платежів
Альфа-Банк	«Інтернет-банкінг + SMS-банкінг + e-mail-банкінг», пакет послуг «Альфа-Престиж»
VTB Банк	Клієнт-банк, GSM-банкінг, інтернет-банкінг VTBOnline
ПУМБ	банкомати, термінали для здійснення платежів, GSM-банкінг, інтернет-банкінг ПУМБ Online
Райффайзен Банк Аваль	Інтернет банкінг + мобільний банкінг + Аваль-телевойс
УкрСиббанк	комбінація «Інтернет-банкінг + SMS-банкінг + e-mail-банкінг»
Укрсоцбанк	Інтернет-банкінг UkrsoctbankOnline, Мобільний банкінг, SMS-банкінг, Контакт-центр, система миттєвих платежів Portmone

Примітка. Складено авторами за даними [1].

Популярність онлайн-розрахунків у країні щороку зростає. За даними консалтингової компанії McKinsey & Company, сьогодні за допомогою комп'ютерів і гаджетів українці проводять близько 40% розрахунків. У Польщі ж, наприклад, через цифрові канали проходить 96% роздрібних платежів і переказів коштів.

Найбільше інтернет-банкінгом користуються люди віком 25–34 роки, серед них активних корис-

тувачів – 43%. У решті вікових категорій їхня частка не перевищує 22% [2]. Водночас частка користувачів Інтернету серед різних вікових категорій є вищою і має стабільну тенденцію до зростання (рис.). Зазначена тенденція, безумовно, свідчить про значні перспективи для розвитку цифрового банкінгу і дозволяє спрогнозувати загострення конкуренції в цьому сегменті ринку.



**Рис. Частка користувачів Інтернету серед різних вікових груп в Україні**

Примітка. Складено авторами за даними [2]

У високотехнологічних країнах розвиток технологій призводить до того, що з'являються установи, які повністю відмовляються від традиційного банкінгу. Наприклад, 2012 року в Польщі з'явився Mbank – онлайн-структура з високотехнологічною ІТ-платформою, що має понад 200 функцій. Тобто польський універсальний комерційний *mBank*, заснований 1986 року з головним офісом у Варшаві, спеціалізується на роздрібному сегменті банківського ринку, володіє найпопулярнішим на сьогодні у країні інтернет-банкінгом та електронною платіжною системою. Також *mBank* належить однойменний віртуальний оператор мобільного зв'язку. Цей приклад свідчить про ефективне поєднання як прямих продажів банківських продуктів, так і застосування дистанційного банкінгу.

Однією з перешкод стрімкому розвитку інтернет-банкінгу в Україні є високий рівень недовіри клієнтів до банків загалом, що зумовлений кризовими явищами останніх років, та до новітніх фінансових послуг зокрема. За даними компанії B2B International, 46% користувачів Інтернету в Україні вважають, що відвідування традиційного банківського відділення безпечніше, ніж інтернет-банкінг [3].

Іншою ключовою перешкодою на шляху глобальної інтернетизації банкінгу в Україні є законодавча вимога проводити очну ідентифікацію клієнта у відділенні. В Україні неможливо придбати валюту або відкрити рахунок у банку через Інтернет – в обох варіантах потрібно особисто звертатися до співробітника фінустанови. Для того, щоб обійти цю вимогу, банки вигадали схему, за якою клієнт може зареєструватися, відкрити вклад або взяти кредит онлайн, а потім документи для підпису привозить кур'єр. Але це все одно спільне процес.

Попри зазначене, можна стверджувати, що мобільний та інтернет-банкінг в Україні неминуче розвиватимуться. Головний напрям діяльності, що прискорює розвиток інтернет-банкінгу сьогодні, – це роздрібна торгівля. Наприклад, у лютому 2015 року ПриватБанк створив майданчик для інтернет-торгівлі ПриватМаркет. Це сервіс, де є електронна база постачальників товарів і послуг для бізнесу і де можна купувати, продавати, залишати заявки на тендери і брати в них участь.

Новинкою в Україні стало запровадження 2017 року можливості безконтактних розрахунків клієнтів за допомогою Android-смартфонів із підтримкою технології NFC. NFC-гаманець – це цифровий безконтактний гаманець на платформі Mastercard Enablement Digital Service (MDES). Уже два українські банки (КредоБанк і ПриватБанк) запустили такий проект разом із компанією Mastercard [4].

Ще одним перспективним напрямом розвитку мобільного банкінгу має стати онлайн-ідентифікація для отримання різних фінансових послуг, наприклад оформлення кредитів і депозитів. Підтвердити особу клієнта стане можливим не тільки через Інтернет за допомогою цифрового підпису, а й за допомогою відеозв'язку у платіжних терміналах або банкоматах.

Варто зазначити, що можливість здійснювати банківські операції через Інтернет наразі коштує для споживачів відносно недорого, а саме плата за підключення і абонплата для фізичних осіб – відсутні. Проте

якщо інтернет-банкінг безоплатний, це не означає, що банк на ньому не заробляє. Основним джерелом доходу для банків стають комісії за міжбанківські перекази коштів.

Як визнають банкіри, ключовим аргументом просування інтернет-банкінгу є те, що собівартість таких операцій набагато нижча, ніж операцій, що виконуються у відділеннях. Проте зручна для споживачів ситуація може тривати недовго – можна прогнозувати введення банками плати за обслуговування інтернет-банкінгу або підвищення чинних розцінок. На думку фахівців, платними віртуальні послуги банків стануть при підвищенні рівня поширення інтернет-банкінгу до 15–25% від загальної кількості користувачів Інтернету. Згідно з дослідженнями компанії Touchpoll, 22% користувачів Інтернету є користувачами інтернет-банкінгів. У найближчий рік цифровим банкінгом мають намір скористатися ще 11% інтернет-користувачів і близько 38% – ще не визначилися зі своїм наміром. Тобто близько 8–10% українців сьогодні користуються системами цифрового доступу до банківських сервісів. Ця цифра постійно зростає, утім, як і число користувачів Інтернету загалом [2].

За результатами дослідження чиказької організації ВАІ, яка займається наданням фінансових сервісів, а також консолідацією інформації, потрібної для впровадження інновацій у банківській сфері, було виявлено, що 95% із 400 опитуваних респондентів зазначили, що клієнти банку можуть перевіряти баланс свого рахунку за допомогою мобільного телефону. Протягом найближчих років 34% опитуваних американських банкірів готові впровадити р2р платежі, 25% – можливість віддаленого переказу коштів між рахунками різних банків, ще 25% – послугу відкриття рахунку через мобільні додатки [4].

Зазначене дозволяє говорити про наявність ґрунтовних підстав для розвитку цифрових банків, хоча на сучасному етапі вони функціонують переважно в гібридній формі, поєднуючи традиційний і цифровий банкінг. Основи цифрової обробки даних і дистанційного банкінгу заклав 1996 року ще NetBank, і в цьому напрямі йдуть Fidor (ФРН), Atom (Великобританія), LHV Pank (Естонія) і DBS Digibank (Сінгапур). Подібні банки використовують прицільно спроектовану ІТ-інфраструктуру, яку на 60–80% дешевше реалізувати і на 30–50% дешевше підтримувати, ніж інфраструктуру класичного банку [5]. Однак цифрові гібриди все ще застосовують централізовані бази даних, хмарні сховища і примітивні протоколи взаємодії – свого роду міст між традиційними, класичними банками і повністю цифровими інтернет-банками.

Згідно з дослідженнями Массачусетського технологічного інституту (*Massachusetts Institute of Technology*), до числа цифрових відносять банки, що використовують новітні інформаційні технології і тісно інтегруються з повсякденним життям сучасних людей віку 50 років і молодше [6]. Нові банки відмовляються від єдиного централізованого сховища даних, яке легко може стати метою для зловмисників, на користь безпечних зашифрованих розподілених сховищ

і будуть використовувати біометрію для контролю доступу до цінної інформації.

Ключові вимоги до банків майбутнього слід розглядати з позиції споживача, інвестора і самого банку, його IT-архітектури. З погляду клієнта до цифрового

банку майбутнього ставитимуться такі основні вимоги, як інтерактивний і інтуїтивно зрозумілий огляд руху його грошей зокрема і, в більш широкому сенсі, застосування біометрії як засобу доступу та автоматизація всіх платіжних розрахунків (табл. 2).

Таблиця 2

**Основні вимоги до цифрового інтернет-банку**

З позиції клієнта	З позиції інвестора	З позиції банку
Цілісний споживчий досвід	Повністю цифрові платежі	Гнучка IT-інфраструктура
Біометрія	Цифрові гаманці	Нові сховища цифрових даних
Мобільність	Автоматизація продажу продуктів та їх створення	Розширена аналітика
Повністю цифрові процеси (безпаперові)	Мультиканальність	Штучний інтелект
Електронна кредитна картка	Фінансове планування, робоедвайзинг	Комплексна бізнес-модель
Підтримка p2p-переказів і краудфандингу, включаючи p2p-кредитування	Підтримка середнього і малого бізнесу	Безпека

*Примітка.* Складено авторами за даними [6].

З позиції інвестора цифровий банк майбутнього повинен мати можливість створювати нову вартість за допомогою інструментів на основі штучного інтелекту, що піклуються про фінансовий стан клієнта і стежать за його бюджетом та обов'язковими платежами; цифрових гаманців, які дуже важливі для реалізації послуг із доданою вартістю; цифрових платформ продажу тощо. З позиції самого банку, як свого роду технологічного містка між фінансово-технологічними компаніями і класични-

ми фінансовими інститутами, новий цифровий банк повинен змінити підходи до проектування і використання сховищ цифрових даних, швидкість реагування на нову інформацію, модель управління та контролю.

Загалом взаємодія учасників системи цифрового банкінгу сприятиме підвищенню якості фінансових послуг і рівня обслуговування клієнтів банків, проте, безперечно, може зумовити певні загрози і труднощі як для банків, так і для їхніх клієнтів (табл. 3).

Таблиця 3

**Переваги і недоліки цифрового банківського обслуговування**

Переваги <i>Для банку</i>	Недоліки <i>Для банку</i>
Економить час працівників фронт-офісу на приймання та обробку документів клієнтів	Потребує витрат на придбання або створення системи, її впровадження та навчання співробітників банку
Дозволяє уніфікувати роботу з документами клієнтів та забезпечує їх різною довідковою інформацією	Потребує витрат на обслуговування (у т. ч. каналів зв'язку з високою пропускнуною спроможністю при обслуговуванні великої кількості клієнтів)
Виступає потужним фактором у конкурентній боротьбі за клієнтів і дозволяє продавати додаткові послуги	Ризик здійснення шахрайств через онлайн-банкінг
Дозволяє отримувати додаткові доходи шляхом оплати за використання системи клієнтами	Розбіжності в законодавстві щодо ідентифікації клієнтів через дистанційні канали доступу
Скорочує адміністративні витрати: на персонал, приміщення тощо	
<i>Для клієнта</i>	<i>Для клієнта</i>
Дозволяє працювати зі своїми рахунками не виходячи з дому, офісу тощо	Іноді потребує додаткового обладнання та більш високої кваліфікації користувачів електронних пристроїв
Дозволяє отримувати різноманітну довідкову інформацію з банку в єдиному зв'язаному вигляді	Зазвичай, банки стягують плату за використання такої системи
Дозволяє обрати банк, не звертаючи особливої уваги на його територіальне розміщення	Ризик втрати коштів від різного роду шахрайських операцій
Економить час на обслуговування	

*Примітка.* Розробка авторів.

**Висновки.** Дистанційне банківське обслуговування давно вже перейшло з розряду додаткових послуг банківської установи в основні. Проте розроблення та впровадження систем онлайн-обслуговування вимагає чималих капіталовкладень, що часто є бар'єром для українських банків. Основними перешкодами до розвитку електронних банківських послуг є недовіра частини клієнтів до онлайн-банкінгу, шахрайства та недосконалість і розбіжності в українському законодавстві щодо онлайн-ідентифікації для отримання доступу до фінансових послуг.

Водночас глобальні тенденції на ринку фінансових послуг поширюються і на український ринок, і

нааявним його учасникам для збереження своєї частки на ринку в майбутньому слід адаптувати свої політики до об'єктивних реалій. Окремі банки вже розпочали активну боротьбу в сегменті цифрового банкінгу, інші перебувають на початковому етапі. За умови подальшої стабілізації української економіки варто очікувати входження на ринок потужних зарубіжних банків, що зробить конкуренцію на ньому досить гострою. Кращі шанси стати переможцями в такій конкурентній боротьбі матимуть ті установи, що зможуть закріпитися на ринку цифрового банкінгу і перенести більшу частину своїх операцій в онлайн-сегмент.



**Список використаних джерел**

1. Яким чином банки розвиватимуть цифрові послуги для населення у 2012–2015 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ua.prostobank.ua/e\\_banking/dumki/yakim\\_chinom\\_banki\\_rozvivatimut\\_tsifrovi\\_poslugi\\_dlya\\_naselennya\\_u\\_2012\\_2015\\_rokah](http://ua.prostobank.ua/e_banking/dumki/yakim_chinom_banki_rozvivatimut_tsifrovi_poslugi_dlya_naselennya_u_2012_2015_rokah).
2. Прес-реліз Київського міжнародного інституту соціології «Динаміка використання Інтернету в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kiis.com.ua>.
3. Огієнко В. І. Розвиток Інтернет-банкінгу в контексті формування конкурентних переваг банків / В. І. Огієнко, І. М. Боярко // Фінансовий простір. – 2013. – № 4 (12). – С. 44–52.
4. Банківське майбутнє в контексті стагнації економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/news/-/340320/bankivske-majbutnye-vs-stagnatsiya-ekonomiky>.
5. Яблоновський Д. Тенденції розвитку ринку платіжних карт і дистанційних банківських сервісів [Електронний ресурс] / Д. Яблоновський ; відділ фінансових досліджень GfK Ukraine. – Режим доступу : [http://www.gfk.ua/imperia/md/content/fkukraine/presentations/ema\\_cards\\_presentation.pdf](http://www.gfk.ua/imperia/md/content/fkukraine/presentations/ema_cards_presentation.pdf) – 07.12.2013.
6. Шерман А. Манифест МІТ – надвигається третя волна банківських інновацій [Електронний ресурс] / А. Шерман. – Режим доступу : <http://bankir.ru/publikacii/20161020/manifest-mit-nadvigaetsya-tretya-volna-bankovskikh-innovatsii-10008185>.

**References**

1. Yakym chynom banky rozvyvatymut tsyfrovi poslugi dlya naselennya u 2012–2015 rokah [How can banks develop digital services for households in the years 2012–2015]. Retrieved from : [http://ua.prostobank.ua/e\\_banking/dumki/yakim\\_chinom\\_banki\\_rozvivatimut\\_tsifrovi\\_poslugi\\_dlya\\_naselennya\\_u\\_2012\\_2015\\_rokah](http://ua.prostobank.ua/e_banking/dumki/yakim_chinom_banki_rozvivatimut_tsifrovi_poslugi_dlya_naselennya_u_2012_2015_rokah) [in Ukrainian].
2. Pres-reliz Kyivs'kogo miznarodnogo instytutu sociologii "Dynamika vykorystannya Internet v Ukraini" [Dynamics of using the Internet in Ukraine]. Retrieved from : <http://www.kiis.com.ua> [in Ukrainian].
3. Ogienko V. I., Boyarko I. M. (2013). Rozvytok Internet-bankingu v konteksti formuvannya konkurentnyh perevag bankiv [The development of Internet banking in the context of the competitive advantages of banks]. *Finansovyy prostir – Financial space*, 4 (12), 44–52 [in Ukrainian].
4. Bankivs'ke majbutnie v konteksti stagnatsii ekonomiky [Banking future in the context of economic stagnation]. Retrieved from : <http://news.finance.ua/ua/news/-/340320/bankivske-majbutnye-vs-stagnatsiya-ekonomiky> [in Ukrainian].
5. Yablonovs'kyj D. (2013). Tendencii rozvytku rynku platiznyh kart i dystantsijnyh bankivs'kyh servisiv [Trends on the market for payment cards and remote banking services development]. *Financial research department GfK Ukraine*. Retrieved from : [http://www.gfk.ua/imperia/md/content/fkukraine/presentations/ema\\_cards\\_presentation.pdf](http://www.gfk.ua/imperia/md/content/fkukraine/presentations/ema_cards_presentation.pdf). – 07.12.2013.
6. Sherman A. (2016). Manifest MIT – tretya hvylya bankivs'kyh innovatsij [MIT Manifesto – a third wave of banking innovations is coming]. Retrieved from : <http://bankir.ru/publikacii/20161020/manifest-mit-nadvigaetsya-tretya-volna-bankovskikh-innovatsii-10008185>.