

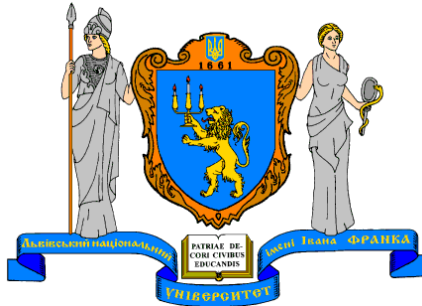
**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

ФІНАНСОВИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: маркетингові особливості та закономірності

МАТЕРІАЛИ

**II Міжнародної
науково-практичної
інтернет-конференції**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
THE INSTITUTE OF EASTERN EUROPE AND CENTRAL ASIA
(MINNEAPOLIS, USA)



ФІНАНСОВИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ ТА СВІТІ: МАРКЕТИНГОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ

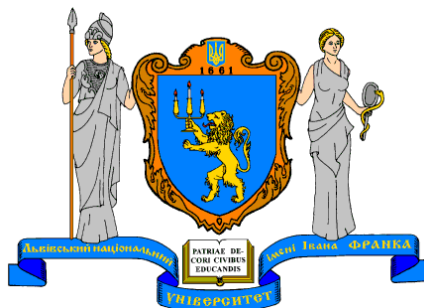
МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

13 жовтня 2022 року, Львів, Україна

Львів 2022

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
IVAN FRANKO LVIV NATIONAL UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF EASTERN EUROPE AND CENTRAL ASIA
(MINNEAPOLIS, USA)



FINANCIAL BUSINESS IN UKRAINE AND THE WORLD: MARKETING FEATURES AND REGULARITIES

MATERIALS

of the 2nd International Scientific and Practical Internet-Conference

October, 13, 2022, Lviv, Ukraine

Lviv 2022

УДК 336.7(477+100)

Ф59

*Рекомендовано до друку
Вченою радою економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Фінансовий бізнес в Україні та світі: маркетингові особливості та закономірності: Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (13 жовтня 2022 р., м. Львів, Україна). Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 79 с.

Financial Business in Ukraine and the World: Marketing Features and Regularities: Materials of the 2nd International Scientific and Practical Internet-Conference (October, 13, 2022, Lviv, Ukraine). Lviv: Ivan Franko National University of Lviv, 2022. 79 p.

У збірнику представлено результати наукових досліджень у сфері розвитку фінансового бізнесу в Україні та світі. Розглянуто особливості та закономірності використання маркетингових інструментів у сфері фінансових послуг, подано напрями вирішення наукових та практичних проблем функціонування фінансового бізнесу в умовах воєнного стану, взаємовідносини фінансового бізнесу та держави. Визначено можливості досягнення позитивних результатів розвитку фінансового бізнесу в воєнний та післявоєнний періоди в Україні, розроблено теоретико-методологічні та практичні рекомендації щодо реформування вітчизняної фінансової системи із використанням інноваційних маркетингових продуктів та новітніх цифрових фінансових технологій, поглиблення інтеграції України у світовий фінансовий простір.

Для науковців, науково-педагогічних працівників та співробітників вищих навчальних закладів, аспірантів, студентів, фахівців у сфері фінансового бізнесу, маркетингу та економічної безпеки, представників органів державної влади, наукових установ та всіх, хто цікавиться розвитком фінансового бізнесу в Україні та світі.

*Матеріали представлені в авторській редакції.
За науковий зміст, стиль викладення та достовірність матеріалів у
тезах доповідей несе відповідальність автор.*

© Колектив авторів, 2022
© Кафедра банківського і страхового
бізнесу, 2022
© Львівський національний університет
імені Івана Франка, 2022

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1: ФІНАНСОВИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

<i>Вовчак О. Д., Єндоренко Л. О.</i> Посилення ролі комплаєнс-ризиків банків в умовах війни.....	7
<i>Вовчак О. Д., Лукашук М. В.</i> Активізація банківського кредитування інноваційного розвитку економіки України.....	9
<i>Герасименко А. В.</i> Внесок банківського кредитування промислових підприємств у відновлення макроекономічної стабільності: досвід післявоєнної Західної Німеччини.....	12
<i>Ковалюк А. О.</i> Особливості функціонування недержавних пенсійних фондів у період агресивної війни росії проти України.....	15
<i>Кострич К. С.</i> Управління витратами сільськогосподарського підприємства в умовах війни.....	17
<i>Купчак М.</i> Кредитна діяльність банків в умовах війни.....	20
<i>Меда Н. С.</i> Штучний інтелект – технологічна основа розвитку фінансового бізнесу в Україні.....	22
<i>Мозіль М.</i> Особливості діяльності небанків в умовах війни в Україні.....	25
<i>Онума Н.</i> Німецька фінансова підтримка України в часи війни з росією.....	28
<i>Павлишина В. І., Вовчак О. Д.</i> Розвиток іпотечного кредитування в умовах війни: проблеми та перспективи в Україні.....	30
<i>Сірко Є.-О. Т., Лобозинська С. М.</i> Особливості застосування інструментарію монетарної політики НБУ в умовах воєнного стану.....	33
<i>Скоморович І. Г.</i> Граничні строки розрахунків за зовнішньоекономічними операціями українських підприємств у період воєнного стану.....	36

СЕКЦІЯ 2: ІНТЕГРАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ФІНАНСОВОГО БІЗНЕСУ У СВІТОВИЙ ФІНАНСОВИЙ ПРОСТІР

<i>Реверчук С. К.</i> Фінансовий бізнес: структура та деякі маркетингові особливості розвитку.....	38
<i>Vagner I., Demko I., Kundrya-Vysotska O.</i> Development of Digital Accounting in Ukraine.....	41

СЕКЦІЯ 3: МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ ФІНАНСОВОГО БІЗНЕСУ

<i>Войтович Л. М.</i> Сучасні тренди розвитку інноваційних технологій у страховій системі України.....	45
<i>Гаєцька Р. І.</i> Маркетинг у фінансовому бізнесі: загальне та головне.....	47
<i>Завалей І. В.</i> Виклик цифрових змін у регулюванні та нагляді за фінансовим ринком ЄС.....	49
<i>Іваницький О. О., Владичин У. В.</i> Інноваційний потенціал банків: особливості його формування у класичних банків та необанків.....	51
<i>Іршак О. С.</i> Маркетинг цифрових інновацій у банківському бізнесі.....	54
<i>Лобозинська С. М.</i> Роль штучного інтелекту у маркетингу фінансових послуг.....	56
<i>Матківська Г. Р.</i> Цифрові інновації у банківському бізнесу та передумови їх розвитку.....	59
<i>Яворська Т. В.</i> Вірусний маркетинг на ринку банківських послуг України.....	61

СЕКЦІЯ 4: МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ ФІНАНСОВОГО БІЗНЕСУ

<i>Владичин У. В.</i> Маркетингові аспекти управління банківським кредитуванням в Україні в умовах війни.....	63
<i>Ковалюк О. М.</i> Дія класичних принципів фінансового менеджменту в військових умовах господарювання в Україні.....	66
<i>Майовець Є. Й., Хіч Р. Я., Головчак Ю. В.</i> Аналіз тенденцій розвитку молокопереробної галузі України.....	69
<i>Фалюта А. В.</i> Формування маркетинг-орієнтованої організаційної структури банку.....	72
<i>Ярова А. М., Реверчук С. К.</i> Формування соціально-орієнтованого банківського бізнесу в Україні.....	75

УДК 336.71

Вовчак О. Д.

д.е.н., професор, професор кафедри фінансових технологій та консалтингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Єндоренко Л. О.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ПОСИЛЕННЯ РОЛІ КОМПЛІЄНС-РИЗИКІВ БАНКІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Внаслідок запровадження воєнного стану на території України банківська система зазнала значних потрясінь, що вплинули на запровадження нових змін у банківському секторі з метою належного функціонування системи. Банки продовжують свою діяльність та намагаються своєчасно реагувати на нові запровадження та виконувати всі свої зобов'язання. Водночас, враховуючи значну кількість змін та необхідного їх часу для запровадження, банківський сектор зіштовхується з низкою проблем.

Так, необхідним було запровадження низки обмежень щодо резидентів російської федерації та республіки білорусь, які здійснили збройну агресію проти України, які, зокрема, описані у постанові Правління Національного банку України від 24.02.2022 № 18 «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану». Нею передбачено, зокрема, заборону щодо здійснення видаткових операцій за рахунками резидентів російської федерації та республіки білорусь; заборону здійснення валютних операцій, учасниками яких є юридичні або фізичні особи, які зареєстровані/постійно проживають в країнах-агресорів; заборону зарахування коштів на рахунки фізичних осіб за переказами, ініційованими з використанням електронних платіжних засобів, емітованих учасниками міжнародних платіжних систем, що здійснюють свою діяльність на території російської федерації та республіки білорусь тощо [1].

З огляду на зазначене, банки України нині перевіряють наявність зв'язків клієнтів з резидентами російської федерації та республіки білорусь, що наразі є одним із ключових комплаєнс ризиків при перевірці. Крім того, постійно відбувається оновлення та розширення санкційних списків, включаючи як фізичних осіб, так і юридичних осіб, зокрема вводяться нові жорсткі заборони. Таким чином, компанії переглядають свої комплаєнс програми з огляду на ризики взаємодії з особами, які мають резидентність країн-агресорів або пов'язані з ними [2].

Слід зазначити, що в сучасних реаліях наявні комплаєнс-ризиків, зокрема, щодо:

- наявності серед кінцевих бенефіціарних власників компаній резидентів російської федерації, республіки білорусь. При цьому, компанії йдуть на хитрощі та змінюють бенефіціарних власників, з метою незастосування до них обмежень/санкцій і відповідно з метою уникнення збитків, однак реальними власниками можуть залишатися особи, які мають резидентність країн-агресорів;

- наявності серед контрагентів компаній резидентів російської федерації, республіки білорусь, що зумовлює ризик непоставки товару, а також, за умови здійснення українськими компаніями експорту товару, недоотримання відповідних коштів за раніше поставлений товар до країн, які здійснили збройну агресію проти України, і відповідно збитки;

- виводу коштів за межі України, які в подальшому можуть використовуватися для фінансування тероризму та інших дій, які можуть нанести непоправної шкоди як фінансовому сектору, так і цивільному захисту України.

Таким чином, банки України в посиленому режимі намагаються здійснювати аналіз клієнтської бази та контрагентів, однак порушень у сфері фінансового моніторингу значній кількості банків не вдалося уникнути.

Так, зокрема, у серпні 2022 року Національним банком України було застосовано заходи впливу до Акціонерного товариства «Комерційний Індустріальний Банк» та АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА «ОТП БАНК», зокрема за порушення у сфері фінансового моніторингу [3].

Список літератури:

1. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану: Постанова Правління Національного банку України від 24.02.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#Text> (дата звернення 09.10.2022).

2. Роль комплаєнсу під час війни : веб-сайт. URL: <https://home.kpmg/ua/uk/blogs/home/posts/2022/08/rol-komplayensu-pid-chas-viyny.html> (дата звернення 09.10.2022).

3. Національний банк у серпні застосував до 2 банків та 13 небанківських фінансових установ заходи впливу за порушення у сфері фінмоніторингу та валютного законодавства : веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-u-serpni-zastosuvav-do-2-bankiv-ta-13-nebankivskih-finansovih-ustanov-zahodi-vplivu-za-porushennya-u-sferi-finmonitoringu-ta-valyutnogo-zakonodavstva> (дата звернення 09.10.2022).

Вовчак О. Д.

д.е.н., професор, професор кафедри фінансових технологій та консалтингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Лукашук М. В.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

АКТИВІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Інноваційний розвиток є вирішальною передумовою забезпечення економічного зростання підприємств та економіки країни загалом. Сьогодні в Україні обмеженість фінансового забезпечення інноваційного розвитку підприємств, у тому числі й оновлення їх технологій та матеріально-технічної бази, є однією з основних проблем впровадження інновацій. Рушійною силою для активізації інноваційного розвитку підприємств може стати використання банківського кредитування. Тому питання активізації та розширення можливостей банківського кредитування інноваційного розвитку підприємств в загальній системі фінансового забезпечення їх інноваційних перетворень, набувають сьогодні особливої актуальності.

Впровадження інновацій для розвитку підприємств сприяє генеруванню додаткових конкурентних переваг, підвищенню конкурентоспроможності, нарощенню прибутків. Сьогодні в Україні ще спостерігається гальмування інноваційного розвитку підприємств: упродовж останніх років зменшується кількість суб'єктів, які впроваджують інновації, а також кількість видів інноваційної продукції, не дивлячись на те, що така продукція користується вищим попитом. Одним з ключових стримуючих впровадження інновацій для підприємств є відсутність фінансування. Частка фінансування інновацій за рахунок банківських кредитів за 2020 рік становила лише 11,8%.

Основними гальмівними чинниками у розвитку банківського кредитування інновацій з боку споживачів є висока вартість кредитних ресурсів, а з боку банків – обмежений обсяг довгострокових кредитних ресурсів. Банківський сектор України сьогодні не є повністю фінансово спроможним генерувати достатній обсяг кредитного забезпечення і відповідним чином обслуговувати інноваційний процес в Україні, а також не готовий брати на себе такі ризики [1, с.185].

Банкіри зазначають, що стримувати кредитування інновацій у найближчій перспективі можуть споживчі настрої підприємств та населення, які залежать від стану економіки і стабільності курсу національної валюти.

Для банків найважливішим чинником при кредитуванні інноваційного розвитку є контрольованість ризиків та їх допустимість. Рівень ризику зростає через: недосконалість нормативно-правової бази щодо питань ризиків; рапто-

вість виникнення негативних впливів; відсутність виконання дій або комплексу заходів, направлених на уникнення ризиків, нівелювання їх негативних проявів; відсутність практичного досвіду розв'язання нових завдань та ситуацій [2].

Кредитний ризик є ймовірністю отримання збитків через неповернення позичальником кредитних коштів, а також через несвоєчасне повернення боргових зобов'язань. Кількісно ступінь ризику банківського кредитування демонструється рівнем кредитних відсотків, тобто зростання ризиків супроводжується збільшенням кредитної ставки. Таким чином, відсоткова ставка є індикатором кредитного ризику.

Діагностика банківського кредитування інноваційного розвитку підприємств дозволяє виокремити такі ключові проблеми його активізації та нарощення: повільні темпи інноваційних перетворень реального сектору економіки; наявність дисбалансу у темпах розвитку фінансового та реального секторів національної економіки; несприятливий інвестиційний клімат; правова, політична та економічна нестабільність; незахищеність прав кредиторів; низька ефективність бізнесу; відсутність належної інфраструктури інноваційного ринку, ринку землі та нерухомості тощо [3, с.15].

Деякі гальмуючі чинники активізації банківського кредитування є й у самій банківській системі: недостатній рівень капіталізації; обмеженість інвестиційного кредитування короткостроковою ресурсною базою; висока вартість депозитних ресурсів; відносно низька дохідність інвестиційних кредитів та підвищена ризикованість; складність оцінки платоспроможності позичальника та кредитних ризиків інноваційних проектів; відсутність у більшості банків ефективних механізмів та інструментів управління ризиками, планування та стратегії розвитку; низький рівень банківського менеджменту і корпоративного управління тощо [1, с.187].

Одним із важелів активізації та розширення обсягів банківського кредитування інноваційного розвитку підприємств може стати загальнодержавна стратегія державно-приватного партнерства (ДПП) в науково-інноваційній діяльності. Розробка такої стратегії ДПП повинна, перш за все, розроблятися у напрямі побудови національної інноваційної системи на основі співпраці державного та приватного секторів. У рамках ДПП повинні бути розроблені форми співпраці у кожній з підсистем національної інноваційної системи. З огляду на це необхідно розбудовувати не лише коопераційні зв'язки у кожній з підсистем, але і між ними загалом.

Ще одним шляхом активізації кредитування інновацій може стати використання багатокомпонентної ієрархічної моделі банківського кредитування інновацій, яка має передбачати створення спеціалізованого банку інноваційного розвитку та впровадження нових нетрадиційних методів та інструментів кредитування.

Створення банку інноваційного розвитку дало б можливість суттєво прискорити процедуру відбору інноваційних проектів для залучення відповідних кредитів. Завданням такого банку має стати розробка нових банківських продуктів з інноваційного кредитування підприємств, які

впроваджують нові технології і здійснюють комерціалізацію нововведень [3, с.16]. Банк має орієнтуватись також на довгострокову підтримку інноваційних та модернізаційних проектів малого бізнесу, і при розгляді тих чи інших пропозицій банк оцінює в першу чергу їхню ефективність – економічність, екологічність, енергоефективність та безпеку.

В інноваційній сфері недоцільно використовувати традиційні методи кредитування, що зумовлює необхідність впровадження нових нетрадиційних методів та інструментів кредитування. Серед таких методів варто увагу акцентувати на лізингу, факторингу, венчурному кредитуванні, форфейтингу, проектному фінансуванні, «кредитуванні на замовлення».

Для розвитку процесів кредитування банками інновацій необхідно розробити методикау інноваційного кредитування, яка б включала такі обов'язкові етапи: визначення методу кількісної оцінки інноваційного ризику, що створює умови для проведення якісного аналізу питань ймовірності досягнення кінцевої мети інноваційного проекту; визначення рівня впливу ризиків на інноваційний проект та обсяги непередбачених витрат і матеріалів; визначення критеріїв оцінки кредитоспроможності на основі прогнозування майбутніх грошових потоків позичальників, що реалізують інноваційні проекти; використання методичного підходу до розрахунку відсоткової ставки банку з урахуванням венчурної складової та компенсації ризиків банку, пов'язаних з реалізацією інноваційного проекту на стадії розробки інноваційного проекту [4, с.25].

Отже, сьогодні в Україні банки побоюються кредитувати інноваційний розвиток підприємств через низку причин, основними з яких є значні ризики та відсутність досвіду якісного аналізу окупності інноваційних проектів, обмеженість довгострокових кредитних ресурсів, нестабільна політична та економічна ситуація в країні. Водночас, такий вид кредитування в Україні потребує розвитку, а запропоновані шляхи його активізації вимагають узгоджених і виважених дій усіх гілок влади та банківського сектору. Розвиток інновацій в Україні сприятиме нарощенню конкурентних переваг українських виробників на вітчизняних та світових ринках.

Список літератури:

1. Абрамова А.С., Марич М.Г., Попова Л.В. Кредитне забезпечення інноваційного розвитку економіки банківськими установами в Україні. Проблеми і перспективи економіки і управління. № 2 (18). 2019. С. 181-189.
2. Управління ризиками банків: монографія у 2 томах. Т.1.: Управління ризиками базових банківських операцій / за ред. А.О. Єпіфанова і Т.А. Васильєвої. Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. 283с.
3. Гудзь О.Є. Банківське кредитування інноваційного розвитку підприємств: можливості та ризики. Економіка. Менеджмент. Бізнес. №1. 2019. С.12-19.
4. Завадська Д. В. Банки у фінансуванні інноваційного розвитку економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.08 "Гроші, фінанси і кредит" / Завадська Д. В. Одеса, 2019. 39 с.

ВНЕСОК БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У ВІДНОВЛЕННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ СТАБІЛЬНОСТІ: ДОСВІД ПІСЛЯВОЄННОЇ ЗАХІДНОЇ НІМЕЧЧИНИ

Макроекономічні наслідки війни через століття мають один і той самий, переважно негативний характер впливу на економіку як на національному, так і на глобальному рівнях. Критично важливим є обрання шляху, який забезпечить подолання негативних макроекономічних наслідків війни і забезпечить певний рівень макроекономічної стабільності у післявоєнній економіці.

Друга світова війна (1939-1945 рр.) за масштабністю наслідків соціально-економічного характеру закарбувалася в колективній соціальній пам'яті як одна з найбільш руйнівних війн, які бачив світ до того. Водночас, множинні збройні геополітичні конфлікти та війни на цьому не припинилися. Одними з яскравих прикладів збройних геополітичних конфліктів та війн у кінці ХХ – початку ХХІ ст. є події в Іраку, Афганістані, Нагірному Карабасі, а також безпрецедентна за своїми масштабами для ХХІ ст. війна в Україні.

Водночас, процес відбудови економіки та відновлення макроекономічної стабільності, який слідує за зміною «правлячого режиму» та перемогою у війні, не є однаково прогресивним у країнах, які пережили війну, оскільки залежить від множини факторів. Для прикладу, британська і американська окупації Іраку та Афганістану показали, що «зміна режиму» і перемога у війні не обов'язково призводять до встановлення стабільних і процвітаючих демократій, як це було у випадку Західної Німеччини та Японії після Другої світової війни [1].

Відповідно, особливий науковий інтерес становить питання, що саме було в основі стрімкого відновлення Західної Німеччини після війни, та який внесок у ці процеси банківського кредитування промисловості.

Перш за все, необхідно акцентувати увагу на характерних особливостях промислового підприємництва: воно націлене на виробництво товарів та послуг не лише для кінцевого споживача, а й для інших виробників. Промислові галузі, тенденції їх розвитку – нерозривно пов'язані із динамікою розвитку економіки будь-якої країни світу в цілому, що формує з боку уряду країн особливе відношення та пріоритетність розвитку власного промислового сектору, з віднесенням окремих його галузей до стратегічно важливих [2].

Після Другої світової війни економіка Німеччини була зруйнована: було знищено близько 20% житлового фонду; виробництво продовольства на душу населення в 1947 р. складало лиш 51% від рівня 1938 р.; обсяг промислового виробництва в 1947 р. складав лиш 1/3 від рівня 1938 р.; більш того, більша частина працездатного чоловічого населення була втрачена. Однак за 20 років опісля, економіці Німеччини дивувалася більша частина світу [3].

Післявоєнне зростання було екстраординарним – лише за період з 1953 р. по 1963 р. обсяг виробництва збільшився удвічі. В значній мірі, «економічному диву» в Західній Німеччині сприяла Лондонська боргова угода 1953 р. Велику роль зіграли прямі іноземні інвестиції, переважно США (за період з 1950 по 1957 р. обсяг інвестицій у Німеччині збільшився на 81%) [4].

За участі коштів згідно плану Маршала, з метою відбудови економіки, у 1948 р. в Західній Німеччині створили спеціальний банк – Кредитну установу для відбудови (*Kreditanstalt für Wiederaufbau – KfW*). KfW відіграла ключову роль у встановленні стабільної макроекономічної ситуації в Західній Німеччині: фінансові ресурси, які спрямовувалися до установи в межах Плану Маршалу, розподілялися банком на програми відбудови у вигляді кредитів, а коли вони поверталися до банку, то знову спрямовувалися на різні програми відбудови та розвитку [5]. Багато дослідників, серед яких О. М. Шаров [6], відзначають, що країни, які використовували фінансові ресурси плану Маршала через механізми банків реконструкції та розвитку, відбудовувалися в більш стрімких темпах.

Важливу роль у післявоєнній відбудові німецької економіки взяли на себе банки. Протягом тривалого періоду після Другої світової війни топ-менеджери крупних банків вважали, що несуть особливу відповідальність за розвиток німецьких промислових підприємств, та намагалися діяти відповідним чином. Таке бачення розділяли багато політиків і більша частина суспільства. Разом із крупними страховими компаніями, банки створили тісну мережу для забезпечення капітальних і особистих зв'язків з найкрупнішими промисловими корпораціями Німеччини, яку часто називають «Deutschland-AG». Відповідно, банки домінували на фондовому ринку, та деяких інших елементах фінансового сектору [7]. П. Бєрр (*P. Behr*) та Р.Г. Шмідт (*R.H. Schmidt*) дійшли висновку, що сконцентрованість банківського сектору Західної Німеччини на сприятті макроекономічному зростанню, є причиною відсутності серйозних банківських криз у Німеччині після Другої світової війни та макроекономічної стабільності [8].

Варто зауважити, що банківське кредитування промисловості в Німеччині залишається дуже важливим джерелом фінансового забезпечення господарської діяльності суб'єктів промисловості, що демонструють дані на рис. 1.



Рис. 1. Частка кредитів, наданих у промисловість у сукупному кредитному портфелі банків Німеччини, 2010-2 кв. 2022 рр., %

Джерело: обчислено та складено автором на основі [9]

Так, з однієї сторони, ефективність використання банківського механізму кредитування промисловості спеціально-утвореним банком розвитку (KfW), та високий рівень соціальної відповідальності банків у питанні щодо забезпечення стабільного розвитку макроекономічного середовища, з іншої сторони – разом зіграли суттєву роль у відбудові промислового сектору післявоєнної Західної Німеччини. Банківське кредитування промисловості продемонструвало високий рівень ефективності у сприянні макроекономічній стабільності, та залишається одним із ключових джерел фінансування промисловості, на сьогоднішній день.

Список літератури:

1. Knowles, Chris. Germany 1945-1949: a case study in post-conflict reconstruction. *Policy papers*. 2014. URL: <https://www.historyandpolicy.org/policy-papers/papers/germany-1945-1949-a-case-study-in-post-conflict-reconstruction>
2. Герасименко А. В. Банківське кредитування промислових підприємств: економічна сутність і принципи реалізації. *Вісник Університету банківської справи*. 2021. 2(41). 40–48. URL: [https://doi.org/10.18371/2221-755X2\(41\)2021249968](https://doi.org/10.18371/2221-755X2(41)2021249968)
3. Henderson, R.. David. German Economic Miracle. 2008. URL: <https://www.econlib.org/library/Enc/GermanEconomicMiracle.html>
4. German economic miracle: thanks to debt relief? Retrieved from <https://www.dw.com/en/german-economic-miracle-thanks-to-debt-relief/a-16630511>
5. The Marshall Plan at 75: Lessons for Ukraine? 2022. Retrieved from <https://www.wilsoncenter.org/event/marshall-plan-75-lessons-ukraine>
6. Шаров. О. М. Уроки та перспективи «плану Маршалла» для України. 2014. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2014-09/sharov_25-9-14.pdf?__cf_chl_tk=L8kXXOxaS649NThuTXW0Qm58P8FPrN2ToI9OAomKnUU-1657700750-0-gaNycGzNCGU
7. Hackethal, A.; Schmidt, R.; Tyrell, M. The transformation of the German financial system. *Revue d'économie politique*. 2006. 116. 431–456. URL: <https://doi.org/10.3917/redp.164.0431>
8. Behr, P. & Schmidt, R. The German Banking System. 2016. DOI: 10.1057/978-1-137-52144-6_21.
9. Bundesbank. Official web-site. URL: <https://www.bundesbank.de/dynamic/action/en/statistics/time-series-databases/time-series-databases/745582/745582?tsId=BBK01.PQ3001&dateSelect=2022>

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ В ПЕРІОД АГРЕСИВНОЇ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. Недержавні пенсійні фонди (НПФ), як важливі фінансові посередники в економіці України, відрізняються від інших фінансових посередників (банків, страхових компаній, кредитних спілок, ломбардів, лізингових та інших фінансових організацій) тим, що вони (НПФ) мають нетривалий період функціонування, а саме з 2003 року, тобто з прийняттям Закону України “Про недержавне пенсійне забезпечення” [1]. Окрім функції фінансового посередника, НПФ відіграють не менш важливу соціальну функцію: їхня незаперечність існування є практичним викликом для кожної сучасної молодої людини в Україні, яка небайдужа до величини свого майбутнього пенсійного забезпечення і свідома того, що сьогодні рівень цього забезпечення є низький. А, власне, НПФ можуть суттєво покращити рівень цього пенсійного забезпечення шляхом добровільного внесення на особистий рахунок певної суми коштів, величину якої визначає сам учасник НПФ. Проте сьогодні, під час агресії росії проти України, діяльність НПФ має специфіку функціонування.

Основний матеріал. НПФ, як фінансові посередники, повинні ефективно використовувати отримані від учасників НПФ добровільні внески. Зважаючи на те, що на практиці не у всіх НПФ показники ефективності використання пенсійних внесків є задовільні, згідно існуючого законодавства про НПФ його учасники мають право переводити свої пенсійні внески в інший НПФ, але не раніше, як через півроку після подачі заявки на переведення цих коштів. У зв'язку з тим, що триває війна, цей термін необхідно негайно переглянути або поки-що призупинити цей процес. Справа в тому, що існуюче законодавство приймалося в передвоєнний період. Після завершення війни цей термін має бути зменшений, а під час війни – і зовсім не братися до уваги.

Додаткові пенсійні виплати з НПФ згідно існуючого законодавства про НПФ здійснюються після настання учасником цих виплат певного пенсійного віку. На час війни необхідно переглянути цей пункт і вже після завершення війни розглянути можливість прив'язки додаткових пенсійних виплат не до настання учасником сьогодні НПФ певного пенсійного віку, а можливо до певної фіксованої суми пенсійних нагромаджень, як це здійснюється в деяких розвинутих державах світу.

Зважаючи на те, що серед різних функцій, які виконують НПФ (соціальна, фінансова, інвестиційна, фінансового посередника), найважливішою є соціальна, під час війни росії проти України, яка забирає необмежену

кількість коштів, в державі постійно зростають ціни. В населення не вистачає грошей на закупівлю продуктів першої необхідності. А тому під час війни НПФ мають видавати кошти своїм учасникам на зазначені цілі, а вже після завершення війни зосередити увагу на виконанні НПФ інших притаманних їм функцій

Після завершення війни в Україну будуть поступати інвестиції з різних держав світу, буде успішно розвиватися економіка. Все це прямо відобразиться на діяльності НПФ. Найважливіше в цій ситуації не забувати про валютні фінансові інструменти, які можуть стати запорукою успіху і гарантувати високі показники ефективності діяльності НПФ.

Дуже важливо при закономірному врахуванні всіх втрат, які зазнала Україна від росії під час війни (не забуваючи про людські втрати), має бути визначений і встановлений показник зарахування в НПФ від закономірно вирахованої компетентними міжнародними кваліфікованими організаціями суми репарації за ті шкоди, які нанесла росія Україні.

Висновки і пропозиції

1. При прийнятті рішення учасником НПФ про переведення пенсійних доплат в інший, більш ефективний НПФ, дозволити це зробити не протягом шести місяців з дня подачі заявки на таке переведення, а максимально скоротити цей термін, або зовсім від нього відмовитися, а після завершення війни встановити новий (коротший) термін.

2. Початок додаткових виплат під час війни (і після її завершення) здійснювати з прив'язкою не до досягнення учасником НПФ певного віку, а з показником отримання певної фіксованої суми пенсійного нагромадження (як це здійснюється в певних розвинутих країнах світу).

3. Під час війни НПФ мають в першу чергу виконувати свою найважливішу функцію – соціальну, а це означає, що при зростанні цін в населення катастрофічно не вистачає коштів на придбання предметів першої необхідності, а тому НПФ мають передбачити можливість видачі коштів своїм учасникам на зазначені цілі.

4. Пам'ятаючи, що після завершення війни в Україну будуть поступати іноземні інвестиції з різних держав світу, економіка України буде успішно розвиватися, не забувати, що важливими чинниками покращення діяльності НПФ буде використання валютних фінансових інструментів.

Список літератури:

1. “Про недержавне пенсійне забезпечення” – Закон України від 9.07.2003. № 1057 – IV.

2. Забарний Г.Г., Баланюк Н.Ю. Розвиток недержавних пенсійних фондів та їхня діяльність на інвестиційному ринку України. Фінанси України. 2012. № 2. С.50-58.

3. “Про заходи щодо законодавчого забезпечення реформування пенсійної системи”. Закон України від 31.12.2010. №7455.

4. “Про пенсійне забезпечення” Закон України від 5.11.1991. №1788-ХІІ

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

Починаючи з квітня 2019 року перед вітчизняним бізнесом постає безліч викликів, які спричинені пандемією COVID-19 та російською агресією проти України. Особливої уваги варто приділити сільськогосподарським підприємствам, які займаються виготовленням продуктів харчування та сировини для їх створення. У цих умовах надзвичайно важливим є створення ефективної системи управління витратами для отримання позитивного фінансового результату.

Метою дослідження є визначення процесу впровадження системи управління витратами сільськогосподарських підприємств в умовах війни.

За перші чотири місяці 2022 року Україна експортувала сільськогосподарської продукції 7,420 млрд. дол., що на 3% більше ніж попереднього періоду [2]. При цьому майже 80% продукції було експортовано до початку вторгнення російських військ в Україну. На рисунку 1 можемо простежити зростання виробництва продукції тваринництва, а саме: м'ясо, молоко, яйця. Починаючи з грудня 2021 року відбулося значне збільшення аналізованих показників, що простежується і на початку 2022 року.

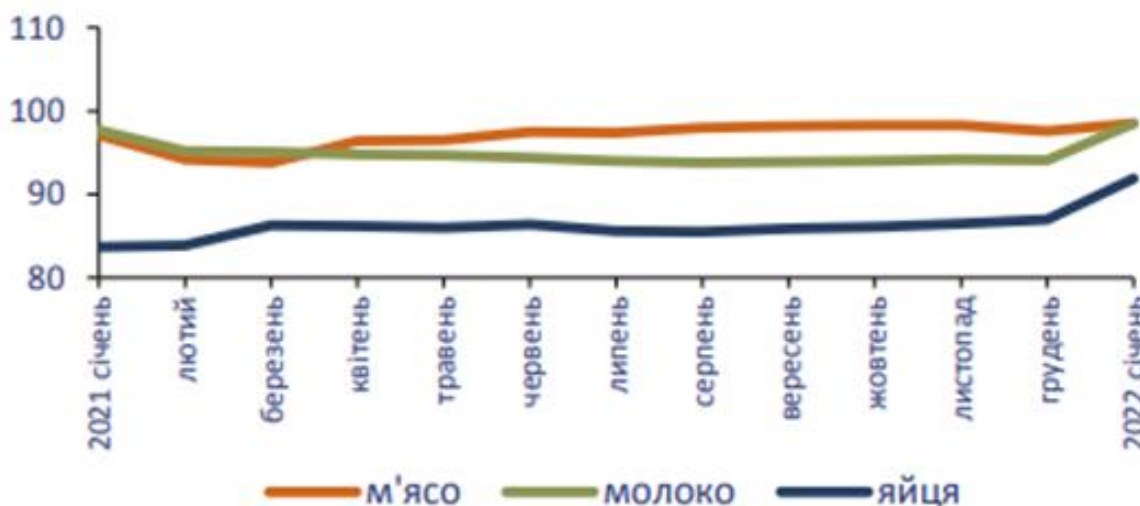


Рис.1. Темпи зростання (зниження) виробництва продукції тваринництва, % [2]

Основними причинами зниження експорту продукції є:

- закриття українських портів Чорного та Азовського морів (у мирний час морські порти забезпечували 90% транспортування продукції);

- розкрадання сільськогосподарської продукції російськими військовими на тимчасово окупованих територіях.

Зважаючи на це, варто наголосити, що аграрний бізнес не досягне планових показників за обсягами продажів власної продукції у 2022 році, адже валова продукція знизиться. На це вплинуть як кількісні так і якісні чинники. Щодо кількісних факторів, то це в першу чергу стосується зменшення посівних площ, тому що сільськогосподарські землі отримали декілька видів пошкоджень: мінне забруднення та пряме фізичне пошкодження. Тваринництво також понесло значні збитки, що зумовлено втратою поголів'я сільськогосподарських тварин та птиці.

Виходячи з вищенаведеної інформації, можемо припустити, що дохід аграрних підприємств знизиться, тому важливим є управління витратами підприємства. Варто зауважити, що система управління витратами сільськогосподарського підприємства є специфічною і характеризується певними ознаками, а саме: цілеспрямованістю (оптимізація рівня витрат на виробництво, реалізацію продукції та забезпечення одержання доходу); складністю (наявність значної кількості підсистем); гнучкістю (пристосування до змін впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища); керованістю (можливість змін у функціональній системі в залежності від потреб виробництва) [5].

Враховуючи особливості сільськогосподарських підприємств та існуючі проблемні зони в складі та структурі його витрат, можна представити наступну модель процесу управління витратами:

- 1- Фінансовий аналіз та конкурентний бенчмаркінг. Метою даного процесу є: підвищення цінності підприємства в цілому; стратегічне управління витратами; визначення проблемних зон діяльності підприємства; пошук, вивчення та аналіз найкращих методів управління витратами.
- 2- Формування нормативно-довідникової інформації. Мінімізація виробничих втрат; контроль процесу використання виробничих ресурсів; аналіз результатів ефективності виробничого процесу.
- 3- Принцип бюджетного (кошторисного) методу управління витратами, собівартістю й дохідністю підприємства - планування бюджетів структурних одиниць відповідно до їхніх диференційованих у межах підприємства економічних функцій; створення наскрізної системи бюджетів, що охоплює операційний та фінансовий бюджети.
- 4- Фінансовий аналіз результатів. Аналіз бізнес-процесів з метою розуміння та виявлення причин дефектів та непередбачуваних ситуацій [1, с.13-17, 3, 4].

Також варто призначити конкретних осіб, які будуть відповідальні за впровадження вищенаведених етапів управління витратами.

Організація нормативно-довідникової інформації дасть змогу менеджерам ефективно контролювати витрати, знаходити рішення для оптимізації та покращення використання матеріальних ресурсів. Система бюджетування

охоплює розробку бюджетів, їх організацію та контроль за їх виконанням.

Система бюджетів дозволяє заздалегідь здійснити оцінку ефективності управлінських рішень, оптимальним чином розподілити ресурси та співставити витрати при розробці концепції ведення бізнесу. Необхідно розробити алгоритм визначення планової собівартості сільськогосподарської продукції.

На етапі фінансового аналізу результатів відбувається оцінка проведених заходів. Аналіз ефективності моделі стратегічного управління витратами необхідно здійснювати за збалансованою системою показників, до якої відноситься і фінансово-економічні показники. Також сюди варто включити роботу бухгалтера-аналітика, який буде відповідати за формування своєчасної та правдивої інформації для прийняття управлінських рішень.

Отже, на сьогодні питання формування ефективної системи управління витратами для аграрних підприємств є надзвичайно важливим. Адже під впливом війни необхідно швидко приймати рішення, пов'язані з пошуком нових логістичних схем, ринків збуту, коригуванням ціноутворення. Тому виникає необхідність у розробленні внутрішніх стандартів управління витратами в сільськогосподарських підприємствах. Запропонована модель дозволить розмежовувати відповідальність між конкретно визначеними особами та спростить їх вирішення, що забезпечить пошук резервів економії ресурсів і оптимізації витрат.

Список літератури:

1. Баришевська І.В., Богачук М.І., Резніченко А. М. Теоретичні аспекти управління витратами на сільськогосподарських підприємствах // Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2019. №13. С.13-17. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>
2. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Москаленко В.А. Механізм впровадження системи управління витратами на підприємствах агропромислового виробництва // Агроекологічний журнал. 2021. №1. С.196 – 205.
4. Христенко О.В., Манжос С.А. Застосування бенчмаркінгу в системі управління підприємствами. Фінансовий простір. 2018. № 1 (29). С. 153-158.
5. Чичуліна К.В. Удосконалення системи управління витратами на сільськогосподарських підприємствах [Електронний ресурс] / К.В. Чичуліна, О.С. Петровець // Ефективна економіка. 2016. № 5. Режим доступу до журналу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.

КРЕДИТНА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Банківська система України з початком повномасштабного вторгнення росії тримає фінансову оборону та продовжує працювати попри труднощі на користь економіки країни. Економіка продовжує функціонувати та адаптуватися до нових умов. Не в останню чергу це стало можливим завдяки безперервному функціонуванню банківської системи [2]. У перші години масштабного вторгнення НБУ запровадив ряд заходів, які не лише вгамували паніку серед українців, а й відновили довіру до банків та збільшили залишки на рахунках. Стабільність банківського сектору країни дозволяє комерційним банкам здійснювати кредитування корпоративних та фізичних осіб.

НБУ надав право кожному банку індивідуально приймати рішення про видачу кредитів або призупинення цього процесу в умовах війни. Як показує статистика, більшість популярних та системно важливих банків припинили споживче кредитування, яке надавалося фізичним особам. Кредитна політика комерційного банку на разі спрямована на кредитування приватного сектору задля розвитку економіки країни, збільшення робочих місць. Уряд тим часом намагається стимулювати банки до активнішого використання вільних коштів для розширення програм кредитування. Держава при цьому бере на себе дедалі більше зобов'язань щодо компенсації кредитних ставок для бізнесу [3]. Яскравим прикладом кредитування корпоративного сектору економіки є агросфера, де під час посівної кампанії банки надавали агропідприємцям кредити під 0% річних на поповнення обігових коштів для фінансування посівної або інвестиційний кредит на придбання сільськогосподарської техніки у рамках державної програми «Доступні кредити 5-7-9%». Агрокредитів цієї весни держбанки видали сумарно на 14 млрд грн – 72,7% таких кредитів, а кредитів на антивоєнні цілі – майже половину, на загальну суму 5,2 млрд грн. Держбанки зберігали лідируючу роль і в інвестиційному кредитуванні – 90% нових кредитів. Водночас приватні банки також продовжували фінансувати інші напрямки програми: їхня частка в нових антикризових кредитах становила 55,2%, а рефінансували кредити по суті лише вони (98,8%). Частка держбанків за кількістю виданих пільгових кредитів зросла до 63,4% (у приватних – 36,6%), однак за обсягом кредитування ситуація протилежна: держбанки видали все ще меншу частину коштів (37,9%), тоді як більшість коштів за програмою видано через приватні банки (62,1%). Також варто згадати, що з жовтня 2022 року вступає в дію програма доступної іпотеки під 3% від держави для працівників медичної, освітньої сфери та для військовослужбовців.

Якщо брати до уваги діючих позичальників банківської системи, то ту виникли певні труднощі, оскільки через вторгнення російської федерації в

Україну близько 53 % українців залишилися без роботи та, відповідно, стабільного заробітку, а це у свою чергу збільшило кількість проблемних кредитів в банку. За даними НБУ, частка непрацюючих кредитів за період з 1 березня 2022 року по 1 червня 2022 року зросла з 26,58% до 27,64%, або з 305 млрд грн до 317,5 млрд грн.[1]. Держава не може стояти осторонь і віддати питання проблемних кредитів на розсуд банку та позичальника. НБУ було прийнято рішення про запровадження кредитних канікул терміном на три місяці та не нарахування штрафних санкцій в разі невиконання умов по кредитному договору. На даний момент банківські установи пропонують діючим клієнтам банку також різні програми реструктуризації задля зменшення кредитного навантаження. Варто згадати про позичальників, майно яких було знищене або пошкоджене внаслідок збройної агресії РФ то банківські установи для таких клієнтів Верховна Рада України прийняла закон, який дозволить звільнити від кредитних зобов'язань українців, чиє нерухоме майно та транспортні засоби були пошкоджені чи знищені внаслідок військового вторгнення прийняття рішення від НБУ. Позичальники, які знаходяться на тимчасово окупованих територіях та не мають змоги оплачувати кредит, то повідомляють про це банківську установу, яка в індивідуальному порядку приймає рішення по клієнту.

На даний час кредитна діяльність банку стабілізувалася і відповідно кожним комерційним банком було розглянуто функціонування своєї кредитної політики та можливі кредитні ризики з видачею кредитного продукту. Варто зазначити, що умови отримання кредиту суттєво змінилися не на користь позичальнику, оскільки банк повинен мінімізувати усі можливі ризики, які пов'язані з кредитною діяльністю.

Список літератури:

1. Офіційний сайт НБУ, [Електронний ресурс] – <https://bank.gov.ua/ua/news/all/novi-pravila-roboti-bankiv-i-nebankivskih-finansovih-ustanov-scho-zaymayutsya-kredituvannyam-pid-chas-viyni>.
2. Прокопенко Н.С., Мирончук В.М., Шепель І. В. Принципи функціонування банківської системи в умовах війни, 2022. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1556/1497>.
3. Урікова О. М., Карпова І. Л, 2022 Оцінка банківського сектору в умовах війни, ст 1016-1022. [Електронний ресурс] – https://www.researchgate.net/profile/Hanna-ganna-Anna-Onkovych/publication/361925587_PROFESIJNO_ORIENTOVARANA_MEDIAOSVITA_STUDENTSKIJ_POSTUP/links/62cd4aa900d0b451104e2222/PROFESIJNO-ORIENTOVARANA-MEDIAOSVITA-STUDENTSKIJ-POSTUP.pdf#page=1016.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ – ТЕХНОЛОГІЧНА ОСНОВА РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах війни, коли повномасштабне військове вторгнення Росії завдало потужного удару по всіх ланках економіки України, цифровізація економіки набула неабияк вагомого значення як для держави загалом, так і для окремих громадян.

По-перше, цифровізація економіки – це одне з надзвичайно актуальних на сьогодні питань національної безпеки і незалежності України в умовах війни, конкурентоздатності вітчизняних компаній, позиції країни на світовій арені та можливість виконання нею своїх функцій як перед своїми громадянами, так і в рамках світового фінансового простору.

По-друге, цифровізація економіки має неабиякий вплив на добробут життя в країні, який власне проявляється через використанням цифрових можливостей для оперативного та безперешкодного задоволення потреб людей та налагодження ефективної комунікації з цього приводу між усіма ланками економічної системи.

Важливу роль в процесі цифровізації економіки країни відіграє штучний інтелект як технологічна основа для розвитку бізнесу, як набір інструментальних засобів, що забезпечують цифровізацію економіки країни та бізнесу. З цієї позиції ми вважаємо, що штучний інтелект (artificial intelligence, AI) — це здатність механічної системи отримувати інформацію, аналізувати її, накопичувати необхідні дані (знання), робити висновки, приймати на їхній основі рішення. Таким чином, технології штучного інтелекту здатні не тільки успішно відновити економіку та бізнес в післявоєнний період, а й модифікувати формат конкуренції країни на світовому ринку.

Розвиток штучного інтелекту, що мають беззаперечний потенціал використання як в економічному розвитку країни, так і в бізнесі, становить наукову і прикладну проблему, що характеризується багатозначністю та підтверджує актуальність даної тематики.

Упровадження нових цифрових технологій на базі штучного інтелекту характеризується активним використанням цифрових інновацій, які здатні підвищити продуктивність праці, забезпечити підтримку прийняття управлінських рішень з меншою суб'єктивністю, прискорити обмін великими обсягами інформації та підвищити ефективність діяльності бізнесу.

В сучасних умовах війни стратегічними завданнями діяльності фінансового бізнесу в Україні є організація стабільної діяльності банків та інших фінансово-кредитних установ; успішне збереження, обробка й передача

фінансової інформації, а також забезпечення ефективності бізнесу, що багато в чому вирішується розробкою та впровадженням сучасних цифрових технологій та використанням штучного інтелекту. Від вирішення цих стратегічних завдань залежить конкурентоспроможність економіки України, а також якісна відбудова фінансово-економічної системи України у післявоєнний період.

Аби визначити готовність до впровадження штучного інтелекту в будь-яку сферу бізнесу, варто здійснити оцінку цифрового розвитку галузі та відкритість суспільства до таких цифрових змін. З цією метою зазвичай експерти оцінюють такі фактори [1]:

- ключові компоненти інфраструктури цифрової економіки (пристрої, програмне забезпечення, телекомунікації тощо),
- електронний бізнес (цифрові процеси в організаціях),
- електронна комерція (продаж товарів і послуг онлайн)
- людський капітал.

Варто відмітити, що для ефективного розвитку фінансового бізнесу та впровадження технологій штучного інтелекту в його діяльність важливою є розвинена й ефективно функціонуюча інфраструктура, основу якої складають інформаційно-комунікаційні та цифрові технології [2; 3].

Важливими критеріями також є: 1) підключення (зв'язок) – відображає рівень доступу; 2) цифрові навички – дозволяє оцінити частку населення, яке володіє навичками, необхідними для користування цифровими сервісами; 3) рівень використання Інтернету – оцінка онлайн активності, такі як споживання онлайн-контенту, відеодзвінки, а також онлайн-купівля і банківські операції; 4) інтеграція бізнес-технологій; 5) цифрові державні послуги – оцінює обсяг державних послуг, що надаються в електронній формі.

На сьогодні системи штучного інтелекту вже активно розпочали використовувати у фінансовому бізнесі України. Зазвичай штучний інтелект в фінансовому бізнесі застосовують для вирішення завдань персоналізації і консультування клієнтів, їх інтелектуального обслуговування, в управлінні ризиками та прогнозуванні, в процесі сегментації клієнтів, дослідженні споживчих настроїв, комунікації з клієнтами тощо.

Як бачимо, у сфері фінансового бізнесу системи штучного інтелекту допомагають вирішувати багато різноманітних завдань. Завдяки штучному інтелекту фінансовий бізнес отримав можливість знижувати вплив людського чинника на прийняття рішень, здатність оперативно проводити ретельніший аналіз великого обсягу даних, скорочувати витрати й автоматизувати процес комунікації зі споживачами. Таким чином, споживачі фінансових послуг завдяки технологіям штучного інтелекту отримують якісніші та більш персоналізовані послуги.

Слід зазначити, що впровадження штучного інтелекту наразі не завжди дає прямий економічний ефект відразу, але процес підготовки до впровадження штучного інтелекту завжди допомагає структурувати дані, виявити проблеми в структурі бізнесу та процесах, а це в умовах відбудови фінансово-економічної системи України у післявоєнний період має неабияк вагоме значення.

Позитивним моментом є те, що Україна має потужний інтелектуальний потенціал і наші вітчизняні спеціалісти у сфері ІТ вважаються одними з найкращих в світовій індустрії ІТ – технологій, тому розвиток штучного інтелекту та ефективне впровадження останніх досягнень технологій штучного інтелекту в діяльність підприємств та установ – це лише питання часу.

Окрім цього, в Україні на даний момент активно формується нормативно правова база для забезпечення розвитку в країні цифрових трендів і трансформації бізнес-процесів. Так, Міністерством цифрової трансформації розроблено Концепцію штучного інтелекту, активізовано зусилля, спрямовані на підготовку освітніми закладами і залучення в економічну практику відповідних спеціалістів, здатних вирішувати завдання впровадження штучного інтелекту в реальні проекти [4].

Отже, цілком очевидним є те, що в післявоєнний період однією з ключових передумов успішного відновлення та розвитку економіки України стане використання цифрових інновацій та ефективне впровадження сучасних технологій штучного інтелекту.

В умовах подальшої цифровізації суспільства проривний інноваційний характер штучного інтелекту та новітніх цифрових фінансових технологій здатний забезпечувати стійкі конкурентні переваги на світовій арені як окремим компаніям, так і країні в цілому, а також надасть можливість створити необхідні умови для поглиблення інтеграції України у глобальну світову економіку.

Список літератури:

1. Єршова О. Л., Бажан Л. І. Штучний інтелект – технологічна основа цифрової трансформації економіки. Статистика України. 2021. № 3. С. 47–55.

2. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 03.03.2021 р. № 167-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text>

3. Пройдаков Э. М. Современное состояние искусственного интеллекта. Научно-исследовательские исследования: сб. науч. трудов. 2018. С. 129–153. DOI: 10.31249/scis/2018.00.09

4. Шаховська Н. Як штучний інтелект впливає на наше життя. URL: <https://zn.ua/ukr/tech/vid-fantastiki-do-realnosti.html>

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ НЕОБАНКІВ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Розвиток фінансових технологій, цифрова трансформація та поява відкритого банкінгу перевернули логіку банківського світу всього за кілька років і стали причиною народження нового покоління банків, які сьогодні відомі як необанки. У свою чергу пандемія Covid-19, що спричинила зростання інтересу до дистанційного використання продуктів і послуг, ще більше стимулювала їхній прогрес.

Необанк — це тип установи, яка пропонує фінансові продукти та послуги у цифровому форматі та не має фізичних відділень.

Необанки долають розрив між послугами, які пропонують традиційні банки, і очікуваннями клієнтів, що розвиваються в цифрову епоху. Там, де банки були громіздкими, негнучкими і до розчарування бюрократичними, необанки виявилися дешевшими, простішими і більш оперативними. Смартфона чи ПК достатньо, як для відкриття рахунку, так і для здійснення інших фінансових операцій онлайн.

Під час пандемії кількість необанків у світі різко зросла. Дослідження Publicis Sapient показують, що з приблизно 240, які діяли в усьому світі в квітні 2021 року, понад 20% були запущені протягом попередніх 12 місяців. А станом на 2022 рік у світі налічується вже 250 необанків [1].

Зростання інтересу до необанків спостерігається не лише за кордоном, а й в Україні. Тут необанк («віртуальний банк», «цифровий банк», «мобільний банк»), здійснює свою діяльність на основі ліцензії іншого банку — материнського [3].

Першим на вітчизняний ринок у 2017 році вийшов Monobank, котрий працює на основі ліцензії «Універсал Банку», що виступає банком партнером. З того часу банк активно збільшував клієнтську базу, та нарощував прибуток.

Станом на квітень 2022 року український необанк обслуговував понад 5,8 млн клієнтів, які здійснили вже більше 3 млрд покупок у торгово-роздрібних мережах та мережі інтернет на 1,6 трлн грн та отримали 3,2 млрд кешбека [2].

Згодом, окрім Monobank в Україні розпочали діяльність ще шість необанків: Sportbank, що здійснює діяльність на базі ліцензії «Оксі Банку», Todobank — працював за ліцензією «Мегабанку», O.Bank — працює на підставі ліцензії «Ідея Банку», Neobank — здійснює діяльність на базі ліцензії «Конкорд Банку», Izibank — діє на підставі ліцензії «ТАСКОМБАНК», «Банк Власний Рахунок» — здійснює діяльність за ліцензією «Банк Восток».

Загалом, усі вітчизняні необанки надають класичні банківські послуги, орієнтуючись на сегмент рітейлу. Однак, усвідомлюючи значну конкуренцію зі

сторони традиційних банків та між собою, необанки шукають специфічні ніші для реалізації банківських послуг: Monobank започатковує брокерську діяльність, Sportbank працює з категорією фізично активних людей, НЕОBANK позиціонує себе як банк для бізнесу та обслуговування фізичних осіб-підприємців, «Банк Власний Рахунок» обслуговує клієнтів торговельної мережі Fozzy тощо. Це відповідає світовим тенденціям необанкінгу, який фокусується на специфічних нішах, конкретних регіонах, певних категоріях споживачів [4].

Починаючи з заснування в 2017 році першого вітчизняного необанку і до лютого 2022 року попит на цифрові фінансові послуги з боку користувачів постійно зростає, тож ринок розвивався інтенсивно, розширюючи клієнтську базу та спектр продуктів і послуг.

Проте після 24 лютого 2022 року необанки, як і інші суб'єкти української економіки, зіштовхнулися з непередбачуваними викликами, спричиненими повномасштабним вторгненням російських військ.

В умовах широкомасштабної війни необанки почали працювати з обмеженнями, встановленими Постановою Правління НБУ № 18 від 24.02.2022 року «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану». Ці обмеження стосуються зняття готівки з рахунків клієнтів, видачі готівкових коштів в іноземній валюті, роботи валютного ринку, офіційного курсу іноземної валюти тощо.

Окрім того, в секторі спостерігається зниження доходів відносно витрат, зростання частки NPL, залежність від рефінансування НБУ, масова міграція людей за кордон, кібератаки, втрата частини персоналу через міграцію або у зв'язку з мобілізацією.

Через це банкам довелося йти на радикальні кроки для того, аби пристосуватися до нових складних реалій. У тому числі установи були змушені оптимізувати власні витрати, зокрема скоротити заробітні плати, підвищити вимоги до клієнтів-боржників, збільшити обсяги чистих комісійних доходів за рахунок змін у тарифній політиці.

Попри це, гідним та вкрай важливим рішенням, стало оголошення деякими банками для своїх клієнтів «кредитних канікул».

Izibank, Monobank, Sportbank – встановили кредитні канікули на період від 1 до 3 місяців. Утім понад 70% клієнтів Monobank все-таки виконали зобов'язання у квітні 2022 року [2].

Слід також підкреслити, що значна кількість банків переказують величезні суми на потреби ЗСУ, а також створили нову унікальну можливість лише у кілька кліків робити благодійні внески на потреби української армії та підтримки волонтерських організації у своїх мобільних застосунках та онлайн-банкінгах.

Лише через Monobank станом на червень 2022 року було зібрано:

- волонтерські та благодійні внески – 515,4 млн. грн;
- благодійний кешбек – 21,8 млн. грн ;
- прямі благодійні платежі – 1.6 млн. грн;
- uahelp.monobank.ua – 56.9 млн. грн [2].

У перші дні вторгнення очікувався відтік коштів та колапс. Але банківська система, не дивлячись на від'ємні показники фінансових результатів, спокійно пройшла перші місяці війни, працюючи стабільно та без збоїв, продовжуючи забезпечувати грошовий обіг і не допускаючи паніку на фінансових ринках, як це сталося у 2014 році.

Із 71 діючого станом на 01.01 банка, на початок вересня продовжили діяльність лише 67 банків.

Зокрема, 2 червня НБУ визнав неплатоспроможним АТ «Мегабанк», на підставі ліцензії якого здійснював діяльність один з необанків – Todobank.

Частка Мегабанку в активах банківської системи України незначна – 0,46%, а отже неплатоспроможність установи не вплине на стабільність банківської системи, яка залишається стійкою та платоспроможною.

Вже за підсумками II кварталу 2022 року чисті активи банків зросли на 3,3% і наблизилися до довоєнного рівня. При чому кошти клієнтів залишаються основним джерелом стабільного фондування банків [5].

Підсумовуючи, можна сказати, що попри всі побоювання, необанки не лише зуміли вистояти і продовжити стабільну роботу, а і продемонстрували, що цифрові банківські рішення є як ніколи актуальними в суспільстві. Комфортне дистанційне обслуговування для багатьох українців в умовах війни стало не забаганкою, а необхідністю. Воно дало змогу забезпечити безперебійне здійснення платежів і доступ громадян до їхніх коштів.

Необанки в сучасних реаліях продовжують бути гнучкими, уміють адаптуватись до таких надскладних обставин як військова агресія та бойові дії та ефективно задовольняти потреби часу, що в умовах війни посилило довіру українців та впевненість у надійності системи.

Список літератури:

1. James Filmer. The threats and opportunities for neobanks in 2022 URL: <https://www.publicissapient.com/industries/financial-services/neobanks-the-threats-and-opportunities-in-2022>
2. Monobank. URL: <https://www.monobank.ua/?lang=uk>
3. Іршак О., Творидло О. (2022). Розвиток необанків в Україні // Економіка та суспільство (36). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-10>.
4. Лобозинська С., Скоморович І., Владичин У. Діяльність необанків на ринку фінансових послуг в Україні та світі // Фінансовий простір. 2021. No 3(43). С. 7–21. URL: [https://doi.org/10.18371/fp.3\(43\).2021.071821](https://doi.org/10.18371/fp.3(43).2021.071821)
5. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/>

Dr. Natalja Onuma
доктор політекономії, доцент кафедри менеджменту,
Інститут медіа дизайну, м. Мюнхен, Німеччина

НІМЕЦЬКА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА УКРАЇНИ В ЧАСИ ВІЙНИ З РОСІЄЮ

Російське вторгнення в Україну завдає мільярдних збитків. Єврокомісія запропонувала збільшити значну короткострокову підтримку, надану до цього часу, новою одноразовою макро - фінансовою допомогою Україні у розмірі до 9 млрд євро у 2022 році. На прохання держав-членів Комісія представила подальші пропозиції щодо того, як ЄС може допомогти Україні впоратися з наслідками війни – як у короткостроковій перспективі, так і в далекоглядний спосіб для необхідної відбудови. Інвестиції супроводжуватимуться реформами, які прокладуть шлях до європейського напрямку України.

З початку російського вторгнення ЄС значно активізував свою підтримку, мобілізувавши близько 4,1 млрд євро у вигляді макрофінансової допомоги, бюджетної підтримки, екстреної допомоги, реагування на кризу та гуманітарної допомоги для економічної, соціальної та фінансової стійкості України. Це включає заходи військової підтримки в рамках Європейського фонду миру на суму 1,5 мільярдів євро для тих держав-членів, які підтримують Україну військовими внесками в натуральній формі. Планується ще 500 млн євро.

Війна призвела до краху податкових, експортних та інших надходжень, які посилюються масштабним незаконним привласненням активів і експортних товарів, в тому числі в аграрному секторі, в той час як неминучі витрати стрімко зросли. За даними Міжнародного валютного фонду передбачається, що у червні розрив у платіжному балансі України складає близько 14,3 млрд євро (\$15 млрд).

Необхідні спільні міжнародні зусилля для надання Україні короткострокової фінансової підтримки в утриманні базових послуг, у задоволенні гуманітарних потреб та у відновленні ключових зруйнованих інфраструктур. Україна отримує додаткову макрофінансову допомогу у вигляді кредитів до 9 млрд євро у 2022 році, доповнену підтримкою інших двосторонніх та багатосторонніх міжнародних партнерів, включаючи G7.

Повоєнна відбудова вимагає значних фінансових зусиль з усіх боків, щоб закласти основи вільної, процвітаючої країни, інтегрованої в європейську і світову економіку, відповідно до європейських цінностей, і підтримати її на своєму європейському шляху. Оскільки агресія Росії триває, поки не зрозуміло, скільки підтримки знадобиться Україні для відбудови. Тим не менш, важливо визначити наріжні камені цих міжнародних зусиль зараз. Підтримка повинна надаватися в середньостроковій і довгостроковій перспективі.

Відбудова має здійснюватися українською владою у тісному партнерстві з Європейським Союзом та іншими ключовими партнерами, такими як G7, G20

та інші треті країни, а також міжнародними фінансовими організаціями та міжнародними організаціями. Партнерство між містами та регіонами в ЄС та Україні може сприяти та прискорювати відбудову.

Головним органом стратегічного управління буде Міжнародна координаційна платформа з відбудови України, що діє Комісією як представник ЄС та українського Уряду. Цей орган відповідатиме за затвердження плану реконструкції, розробленого та такого, що має бути реалізований Україною, а також отримує адміністративну спроможність та технічну допомогу від ЄС. Платформа об'єднає партнерів та організацій, що підтримують, включаючи держави-члени ЄС, інших двосторонніх та багатосторонніх партнерів та міжнародні фінансові інституції. В якості спостерігачів виступатимуть український парламент і Європарламент.

Затверджений Платформою план реконструкції RebuildUkraine слугуватиме основою для визначення пріоритетних напрямків та проектів, що фінансуватимуться, на основі оцінки потреб Європейським Союзом та іншими партнерами. Узгодження джерел фінансування з бенефіціарами відбуватиметься через платформу для забезпечення оптимального використання коштів. Прогрес у виконанні плану також буде контролюватися таким чином.

Комісія також пропонує супроводжувати план реконструкції об'єктом RebuildUkraine. Він був би основним правовим інструментом допомоги ЄС і надавав би гранти та позики. Інтегрована в бюджет ЄС, вона забезпечує прозорість, підзвітність та належне управління цією ініціативою, тісно пов'язану з інвестиціями та реформами. Спираючись на досвід Програми ЄС з відбудови та стійкості, новий Механізм необхідно буде адаптувати до безпрецедентних викликів, пов'язаних із відбудовою та підтримкою України на її європейському шляху. Об'єкт мав би специфічну адміністративну структуру і надавав би Україні повну власність.

Особливий акцент буде зроблено на реформах у сфері верховенства права та боротьби з корупцією, тоді як інвестиції – відповідно до кліматичної, екологічної та цифрової політики ЄС та стандартів ЄС – допоможуть Україні вийти сильнішою та стійкішою від російської агресивної війни.

Запропонована фінансова архітектура є достатньо гнучкою, щоб включати такі нові джерела фінансування. Додаткова фінансова допомога, яка буде надана Україні, може бути підтримана додатковими внесками держав-членів з використанням механізмів фінансування ЄС та гарантій належного використання коштів. Ці джерела також можуть бути використані для фінансування кредитів, які будуть надані Україні в рамках Програми. Однак, враховуючи розмір кредитів, які, ймовірно, будуть потрібні, це також варіант залучення коштів, необхідних для позик від імені ЄС або з національними гарантіями від держав-членів.

Рішучість ЄС підтримати Україну залишається сильною і дає конкретні результати. ЄС надав значну фінансову підтримку Україні: у період з 2014 по 2021 рік фінансова допомога включала 1,7 млрд євро грантів в рамках Європейського інструменту сусідства, 5,6 млрд євро кредитів у рамках п'яти

програм макрофінансової допомоги, 194 млн євро гуманітарної допомоги та 355 млн євро через інструменти зовнішньої політики. ЄС підтримує Україну у розробці політики та комплексних реформ. Держави-члени також беруть активну участь у підході Team Europe. Флагманські програми включають децентралізацію, реформу державного управління та боротьбу з корупцією.

До і під час війни ЄС тісно співпрацював з європейськими фінансовими інституціями для підтримки України. З 2014 року Європейський інвестиційний банк та Європейський банк реконструкції та розвитку мобілізували Україні понад 10 млрд євро кредитів. Європейський інвестиційний банк за останні тижні виділив Україні 668 млн євро. ЄС також тісно співпрацює зі Світовим банком та Міжнародним валютним фондом, які з 2014 року є важливими партнерами у підтримці України.

Україна може розраховувати на подальшу фінансову допомогу ЄС у розмірі п'яти мільярдів євро найближчим часом. Держави ЄС офіційно прийняли мільярдну допомогу. Кредит покликаний забезпечити, щоб українська держава та важлива інфраструктура могли продовжувати функціонувати, незважаючи на російську війну проти країни. Кредит підтримується національними гарантіями країн ЄС, оскільки в поточному бюджеті ЄС більше немає достатніх ресурсів. Гроші є частиною оголошеного в травні пакету допомоги на загальну суму дев'ять мільярдів євро. Один мільярд євро вже був виплачений на початку серпня. Тепер потрібно забезпечити швидке затвердження решти трьох мільярдів євро.

УДК 336.774(477)

Павлишина В. І.

здобувачка освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр»,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Вовчак О.Д.

д.е.н., професор, професор кафедри фінансових технологій та консалтингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

РОЗВИТОК ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ

Повномасштабне російське вторгнення вплинуло на всі сфери життя в Україні, призвело до знищення майна і нерухомості, що зумовлює потребу відновлення житла для багатьох громадян в умовах підвищеного ризику та невизначеності. Відновлення потребуватиме значних коштів, тому вже зараз постає необхідність пошуку відповідних ресурсів.

Державою, з метою оживити ринок житлової іпотеки та допомогти громадянам придбати житло, здійснено низку заходів, зокрема, урядом затверджено оновлену програму «Доступна іпотека», якою передбачено

надання іпотечного кредиту під 3% річних, терміном – до 20 років [1]. Такі умови поширюються на 4 категорії громадян:

- військовослужбовців за контрактом та працівники сектору безпеки та оборони;
- медичних працівників;
- учителів та педагогічних працівників;
- науковців.

Необхідність розроблення урядової програми пов'язано з тими викликами, які спричинила російська агресія: починаючи з 24 лютого і до кінця травня 2022 р. іпотечне кредитування в Україні було фактично призупинено – банки не видавали жодного кредиту, з червня 2022 р. це почали робити всього 2 банки.

Вагомим аргументом запровадження такого кредитування є високі відсоткові ставки, з врахуванням того, що сьогодні в Україні діє 25% облікова ставка НБУ [2], що є реакцією регулятора на високу інфляцію в Україні, яка спричинена агресією російської федерації. Тому за нинішніх умов можливість отримати житло в кредит під 3% є дуже важливою для громадян. До того ж однією з головних переваг такої програми є і те, що відсоткова ставка буде залишатися фіксованою впродовж усього кредитного періоду.

Сьогодні вже п'ять банків інтегровано у дану програму: «Ощадбанк», «Приватбанк», «Укргазбанк», «Скай банк» та банк «Глобус», які готові розпочати видавати кредити за умовами, передбаченими в урядовій програмі [1].

Проведене Національним банком України опитування банків свідчить про те, що з квітня 2021р. і до початку 2022 р. банки в середньому видавали понад 900 іпотечних кредитів, а ось з початком війни іпотечне кредитування призупинилося (табл.1).

Таблиця 1

Результати анкетування банків про кредити, надані фізичним особам на купівлю, будівництво та реконструкцію нерухомості під заставу нерухомості, од.

Період	Первинний ринок нерухомості	Вторинний ринок нерухомості	Всього
квітень 2021	130	888	1 018
травень 2021	96	770	866
червень 2021	109	872	981
липень 2021	114	891	1 005
серпень 2021	116	856	972
вересень 2021	117	952	1 069
жовтень 2021	106	858	964
листопад 2021	101	924	1 025
грудень 2021	105	1 008	1 113
червень 2022	1	1	2

Джерело: [2]

У табл. 1 подана інформація результатів проведеного Національним банком в липні 2022 р. анкетування 30 банків, що володіють іпотечними портфелями чи здійснювали іпотечне кредитування впродовж останніх кількох років та надіслали відповіді щодо наданих кредитів за квітень 2021 – грудень 2021 та червень 2022 р. [2].

Водночас, попри привабливі умови, користуватись такою програмою слід обережно через значні політичні ризики. Держбюджет ухвалюється всього на рік уперед, тому ніхто не може гарантувати, що держава впродовж 20 років виділятиме кошти на компенсацію відсотків за кредитами. Тож, незважаючи на жорстке законодавче регулювання зобов'язань уряду, цілком можливе зупинення дії норм законів, які потребують додаткового фінансування з бюджету у законі «Про державний бюджет». Тому імовірно найменш ризиковим варіантом може бути термін такого кредиту не більше 10 років. На наш погляд, найбільш оптимальний діапазон для такого кредиту - від трьох до семи років.

До того ж наразі недостатньо врегульоване питання забезпеченого іпотекою зруйнованого житла, адже за нинішніх умов існують великі ризики руйнування житла внаслідок війни, що однозначно сприятиме збільшенню кількості непрацюючих кредитів. Існує також проблема недоступності страхування майна, ушкодженого внаслідок військових дій. Водночас, слід враховувати, що страховий ринок є доволі гнучким та здатним до чутливості, що стимулює страхові компанії до адаптації з навколишніми реаліями [3]. На практиці вже спостерігались поодинокі випадки, де страховики все ж включали покриття воєнних ризиків до переліку страхових випадків.

Отож, перспективи відновлення ринку іпотечного кредитування однозначно мають місце, зокрема за умов вирішення таких проблем як страхування та компенсації за зруйноване житло. Також наріжним каменем такої іпотечної програми, як високоризикового виду страхування, є врахування того, наскільки держава загалом буде готова надалі виконувати свої зобов'язання. Сьогодні практика державного управління свідчить, що не в усіх випадках держава дотримується виконання гарантій щодо довгострокового забезпечення фінансування своїх зобов'язань.

Список літератури:

1. Урядовий портал. Програма доступної іпотеки «єОселя» запрацювала в тестовому режимі. URL. <https://www.kmu.gov.ua/news/prohrama-dostupnoi-ipoteku-ieoselia-zapratsiuvala-v-testovomu-rezhymi>
2. Офіційний сайт Національного банку України. URL. <https://bank.gov.ua/>
3. Дем'янчук М. А., Дроздина А. А. Інформаційні технології як фактор підвищення конкурентоспроможності страхових компаній. Модернізація економіки: теоретичні засади та практика реалізації: матеріали міжнар. наук. практич. конф., Запоріжжя, 2021. С. 145-149.

Сірко Є.-О. Т.
здобувачка ступеня магістра
Лобозинська С. М.

д.е.н., професор, професор кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ НБУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Початок війни росії проти України, запровадження воєнного стану, знищення інфраструктури по всій території України, вимушена масова міграція українців через війну, окупація певних територій України - всі ці фактори ускладнюють реалізацію ефективної монетарної політики, а в деяких аспектах навіть унеможливають її певні завдання.

Монетарна політика є складовою частиною державної економічної політики і реалізується Національним банком України (НБУ). Головним завданням монетарної політики НБУ є забезпечення цінової стабільності в Україні [1, с. 26].

До війни НБУ дотримувалось здійснення монетарної політики в форматі інфляційного таргетування з плаваючим валютним курсом, який ґрунтується на таких інструментах, як: облікова ставка, обмінний курс, обов'язкові банківські резерви, операції репо, купівля-продаж державних цінних паперів, операції своп.

15 квітня 2022 року Рада НБУ схвалила Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану, які діятимуть тимчасово в період дії правового режиму воєнного стану. Основними цілями монетарної політики на період воєнного стану Рада виділила:

- забезпечення надійного та стабільного функціонування банківської і фінансової системи країни;
- максимальне забезпечення потреб оборони України;
- безперебійного функціонування системи державних фінансів та об'єктів критичної інфраструктури [2].

Основним ключовий інструмент НБУ завжди була облікова ставка, але на період дії воєнного стану НБУ тимчасово не може покладатися на її застосування. Тому на засіданні 8 вересня 2022 року НБУ одноголосно проголосував за збереження облікової ставки на рівні 25% після найбільшого підвищення ставки за 24 роки на червневому засіданні. Значення облікової ставки НБУ та її зміни у період з 2021 по 2022 рік ми можемо побачити у таблиці 1.

Значна зміна облікової ставки також повпливала на ставку для кредитів рефінансування та ставку для депозитних сертифікатів. З 3 червня ставка для кредитів рефінансування дорівнює обліковій ставці плюс 2 в. п., а для депозитних сертифікатів – обліковій ставці мінус 2 в. п. Отже, ставка для

кредитів рефінансування складає 27%, а ставка для депозитних сертифікатів - 23%. Так НБУ вирішив розширити коридор процентних ставок за монетарними операціями з банками для того, щоб створити додатковий простір для поживлення міжбанківського ринку. Наразі зміна цих інструментів є непривабливою для комерційних банків.

Таблиця 1

**Значення облікової ставки НБУ та її зміни
у період з 2021 року по 2022 рік**

Період	Облікова ставка (%)	
з 03.06.2022 по 21.07.2022	25,00	15.00
з 21.01.2022 по 03.03.2022	10,00	1.00
з 10.12.2021 по 20.01.2022	9,00	0.50
з 10.09.2021 по 21.10.2021	8,50	0.50
з 23.07.2021 по 09.09.2021	8,00	0.50
з 16.04.2021 по 17.06.2021	7,50	1.00
з 05.03.2021 по 15.04.2021	6,50	0.50

Джерело: Складено автором на основі джерела [3]

В Основних засадах грошово-кредитної політики на період воєнного стану НБУ виділив основний монетарний інструмент – це адміністративні обмеження і на валютному ринку, і на роботу банків.

Ще одним інструментом монетарної політики НБУ, який прямо впливає на комерційні банки, є обов'язкові банківські резерви. Банк зобов'язаний зарезервувати на своєму кореспондентському рахунку кошти в обсязі, який визначається як певний норматив резервування. Це дозволяє згладжувати можливі непередбачувані коливання ліквідності, в той же час забезпечуючи ефективне застосування самого інструменту за прямим призначенням – обмеження надлишкової ліквідності банківської системи [4, с. 102]. Зараз в Україні діють такі нормативи формування банками обов'язкових резервів:

- норматив формування банками обов'язкових резервів у національній валюті за коштами на вимогу та за строковими коштами залишається на рівні 0%;
- норматив формування банками обов'язкових резервів в іноземній валюті – дорівнює 10% [6].

10 лютого 2022 року НБУ прийняв рішення про збільшення нормативу формування банками обов'язкових резервів у національній валюті за коштами на вимогу до 2% та нормативу формування банками обов'язкових резервів в іноземній валюті з 10% до 12%. Але це рішення було скасовано для того, щоб дати змогу банкам використовувати додаткові ліквідні кошти в період дії воєнного стану та відповідно й надалі підтримувати належний рівень

ліквідності банківської системи.

Також змін зазнав інструмент монетарної політики НБУ - обмінний курс. НБУ зафіксував офіційний курс гривні до долара США на новому рівні та вжив низку додаткових заходів для збалансування валютного ринку та підтримання стійкості економіки в умовах війни. До повномасштабного вторгнення росії на територію України обмінний курс залишався плаваючим, але після 24 лютого НБУ перейшов до фіксованого валютного курсу і зафіксував курс на рівні 36,5686 грн/дол.

Продовження політики фіксованого курсу дасть змогу Національному банку зберегти контроль за динамікою інфляції, а також підтримувати безперебійну роботу фінансової системи. Це ключова передумова стабільного функціонування економіки, що є життєво необхідним в умовах війни.

Отже, ефективне і правильне використання інструментів монетарної політики підтримує економіку країни в цілому. Після повномасштабного вторгнення потрібно було діяти рішуче, тому НБУ розробив Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану, а саме: вирішив підвищити облікову ставку до 25%, скасував лютневе рішення щодо збільшення нормативів обов'язкового резервування та залишив норматив формування банками обов'язкових резервів в іноземній валюті на рівні 10%, а також перейшов до фіксованого валютного курсу і зафіксував курс на рівні 36,5686 грн/дол.

Звичайно, здійснення ефективної монетарної політики в умовах війни є важким завданням, однак монетарна політика України залишається стабільною навіть у такі важкі часи.

Список літератури:

1. Авраменко О. О. Грошово-кредитна політика України в системі забезпечення економічної безпеки держави. Київ: Нац. ін-т страт. дослід., 2019. – 282 с.
2. Офіційний сайт НБУ. Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MPG-m1_2022.pdf?v=4 (дата звернення 10.10.2022).
3. Офіційний сайт Мінфін. Облікова ставка НБУ. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/nbu/refinance/> (дата звернення 10.10.2022).
4. Петик Л.О., Пилат М.В. Особливості та основні напрямки грошово-кредитної політики в Україні//Молодий вчений. 2022. № 4 (104). С. 98-104.
5. Косова Т. Д., Папаїка О. О. Центральний банк і грошово-кредитна політика: Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 328 с.
6. Офіційний сайт НБУ. Монетарна політика. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary> (дата звернення 10.10.2022).

ГРАНИЧНІ СТРОКИ РОЗРАХУНКІВ ЗА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

Законом України «Про валюту та валютні операції» передбачено, що НБУ має право встановлювати різноманітні обмеження, спрямовані на забезпечення нормального функціонування валютного ринку. Одним з них є введення граничних строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів. Дотримання клієнтами встановлених граничних строків міжнародних розрахунків поряд з вивченням правомірності надходження експортної виручки та здійснення оплати імпорتنих контрактів є головними аспектами здійснення банками валютного нагляду.

Відповідно до ухваленого на виконання зазначеного закону Положення про заходи захисту та визначення порядку здійснення окремих операцій в іноземній валюті, затвердженого постановою Правління НБУ № 5 від 2 січня 2019 р., граничні строки розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів становлять 365 календарних днів. При експорті товарів це означає, що виторг за проданий за кордон товар повинен надійти на рахунок українського експортера не пізніше 365 календарних днів з дня митного оформлення товару. У випадку імпорту товар повинен надійти в Україну протягом 365 календарних днів з дня здійснення авансового платежу українським імпортером.

Порушення резидентами встановлених строків розрахунків тягне за собою нарахування пені за кожний день прострочення в розмірі 0,3 відсотка суми неоплачених грошових коштів за договором чи вартості недопоставленого товару у національній валюті або в іноземній валюті, перерахованій у національну валюту за курсом Національного банку України, встановленим на день виникнення заборгованості. Загальний розмір нарахованої пені не може перевищувати суми неоплачених грошових коштів за договором (вартості недопоставленого товару). Передбачену пеню з резидентів за результатами перевірки стягує Державна податкова служба.

Встановлені граничні строки не застосовуються в разі: 1) операцій з експорту та імпорту на незначну суму; 2) виникнення форс-мажорних обставин; 3) якщо справа про невиконання нерезидентом своїх зобов'язань перед резидентом перебуває в суді; 4) якщо здійснюються купівля-продаж товарів, що використовуються в космічній та літакобудівній промисловості, купівля-продаж товарів, потрібних для реалізації угоди про розподіл продукції, імпорту товарів для державного оборонного замовлення, імпорту товарів і послуг відповідно до угод про закупівлю Міністерством охорони здоров'я, експорту робіт і послуг (крім транспортних і страхових), прав інтелектуальної власності,

інших немайнових прав, медичних послуг, що імпортуються для забезпечення лікування громадян України за кордоном, закупівля товарів і послуг для участі українських спортсменів у змаганнях під егідою олімпійських комітетів, імпорт туристичних продуктів нерезидентів.

У деяких випадках Міністерство економіки може продовжити граничні строки розрахунків. Такими випадками є зовнішньоекономічні договори, що стосуються виробничої кооперації, консигнації, будівництва, тендерних поставок, гарантійного обслуговування, постачання складних технічних виробів, постачання товарів спеціального призначення (природний газ, товари військового призначення). У цьому випадку українська сторона договору має звернутися до Мінекономіки для отримання відповідного висновку. Отримання такого висновку є підставою для можливості перевищення граничних строків міжнародних розрахунків.

З початком повномасштабної війни НБУ намагався не допустити паніки, яка б призвела до значної девальвації гривні, та унеможливити виведення коштів за кордон. У НБУ є вагомий досвід керування банківською системою України в кризові періоди (2004, 2008, 2014 р.). Тому відразу у перший день російської агресії НБУ ухвалив постанову № 18 «Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану». Серед головних обмежень цієї постанови виділимо заборону на переказ іноземної валюти за кордон. Спершу суб'єктам господарювання було дозволено здійснювати лише платежі для забезпечення національної безпеки та оборони та оплати товарів критичного імпорту. Проте оскільки упродовж кількох місяців Кабінет Міністрів України значно розширив цей перелік, було ухвалено рішення залишити у ньому роботи та послуги, а оплату імпортованих товарів проводити без додаткових обмежень. Крім того, з 5 квітня 2022 р. НБУ зменшив граничні строки граничні строки розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів до 90 календарних днів. Пізніше він переглядав ці строки і станом на початок жовтня вони становлять 180 календарних днів.

Восени 2022 р. НБУ розпочав перевірки виконання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності вимог валютного законодавства і, зокрема, виявилось, що станом на 1 вересня Україна недоотримала за експортними контрактами вітчизняних підприємств \$ 5,3 млрд [1]. Це означає, що приблизно така сума не надійшла на валютний ринок і НБУ мусів її компенсувати зі своїх золотовалютних резервів, виступаючи продавцем іноземної валюти. І це в той час, коли обсяг міжнародних резервів станом на кінець серпня 2022 р. становив \$ 25,4 млрд. Сподіваємося, що виявлені порушення будуть адекватно оцінені ДПС і стануть джерелом поповнення Державного бюджету України.

Список літератури:

1. Лисенко О. НБУ та силовики перевіряють валютні контракти: як шукають схеми виведення капіталу URL: <https://minfin.com.ua/ua/currency/articles/nbu-i-siloviki-proveryayut-valyutnye-kontrakty-kak-ischut-shemy-vyvoda-kapitala/>

СЕКЦІЯ 2: ІНТЕГРАЦІЯ ВІТЧИЗНЯНОГО ФІНАНСОВОГО БІЗНЕСУ У СВІТОВИЙ ФІНАНСОВИЙ ПРОСТІР

УДК 336.71:339.138

Реверчук С.К

д.е.н., професор, завідувач кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ФІНАНСОВИЙ БІЗНЕС: СТРУКТУРА ТА ДЕЯКІ МАРКЕТИНГОВІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

1. Фінансовий бізнес – це регульована діяльність фінансових установ, зокрема фінансових посередників, з метою отримання прибутку шляхом купівлі-продажу фінансових активів. До фінансових посередників належать: банки, страхові компанії, лізингові компанії, факторингові компанії, фінансові компанії, інвестиційні компанії, іпотечні компанії, недержавні пенсійні фонди, кредитні спілки, ломбарди, трастові фонди, венчурні товариства, інвестиційні фонди, торгівці цінними паперами, компанії з управління активами тощо (за різними оцінками 15-25 видових структур). Істотною ознакою фінансових посередників є їхнє становище чи розміщення між тими, хто має гроші (активи) і тими, хто їх потребує. Звідси і принцип бізнесу: купити активи дешевше, а продати їх дорожче. Це – істотний наріжний принцип діяльності та існування фінансового посередництва.

2. Фінансовий бізнес розвивається і зростає тоді, коли загальна дельта між покупною ціною активів і їх продажною ціною зростає (за всіх інших рівних умов). Водночас на розвиток фінансового бізнесу можуть істотно впливати економічні, політичні, соціальні, воєнні, природні та інші чинники, які сприяють або збільшенню вищезазначеної дельти або зростанню кількості покупців грошових активів. Власне тому саме в цьому сегменті він і розгортає або звужує свою діяльність. Попит і пропозиція – два крила розвитку фінансового бізнесу. При цьому вагоме або істотне значення має різниця між покупною ціною активів і продажною їх ціною. Окремим чинником, що впливає на розвиток фінансового бізнесу, є власне кількість продавців та покупців саме фінансових активів. Окремим чинником тут використовується лобізм і корупція. Лобізм, як цілеспрямований легальний або нелегальний вплив на органи державної влади та місцевої влади (місцеве самоврядування), який скеровує на них інша особа, або група осіб, або організація. Отже, фінансовий бізнес – це діяльність, яка часто орієнтується на доходи держави і органів самоврядування.

3. Окремої уваги заслуговує аналіз можливостей розвитку або падіння суб'єктів фінансового бізнесу в умовах війни. Варто наголосити, що нині є більше інформації про стан нефінансового бізнесу, аніж про діяльність фінансових посередників чи фінансових установ. Однак 23.06.22 р. Уряд

України ухвалив рішення про запуск безпроцентного кредитування бізнесу під час війни. Уряд працює над послабленням вимог до програми «5-7-9» та розширенням самої програми. Планується розширення кредитування на відновлення самого зруйнованого підприємства і його пошкодженого майна.

4. Фінансовий бізнес в умовах деолігархізації заслуговує окремого спеціального аналізу. Тут тезово зазначимо, що манія деолігархізації економіки і полягає в тому, щоб обмежити можливості для корупції та різних зловживань багатими особами-громадянами, які намагаються самостійно формувати або формулювати «правило гри» як у політиці, так і в економіці. Юридичною базою для цього є Закон України «Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаних із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну або політичну вагу в суспільному житті (олігархів)». Великий бізнес потрібний, але він не має бути олігархатом і впливати на медіа (пресу, радіо, телебачення) і на політиків, і на політику. Між лобізмом і корупцією існує тонка грань. До речі, в Європарламенті акредитовано біля 7500 лобістів, а бюджет становить 3,5 млрд. дол. США. Суспільство виграє від прозорого лобізму, адже це сприяє ухваленню виважених рішень і законів.

5. Уряд України під час війни пропонує банкам запускати різні програми підтримки бізнесу, особливо малого і середнього. Однак держава все-таки в цілому відносно менше уваги приділяє підтримці позичальників, а більше – кредиторів, тобто фінансових посередників: банків, страхових компаній, недержавних пенсійних фондів, кредитних спілок тощо. Якщо і йдеться про таку підтримку, то вона здебільшого інституційна, а не фінансова, чи економічна. Водночас банківська і страхова система та відповідний фінансовий бізнес залишаються стійкими та ліквідними, навіть в умовах воєнного стану. Регулятор стримує відтік депозитів і цьому сприяє сам факт доступності безготівкових операцій та обмежена робота банків у деяких регіонах. Додатковою подушкою безпеки є належний запас високоліквідних активів для забезпечення безготівкових розрахунків.

6. НБУ здійснює і в умовах війни класичне рефінансування на строк до 1 року. НБУ підтримує банки готівкою (за потреби) без обмежень. Водночас НБУ закликає громадян надавати перевагу безготівковим розрахункам. НБУ не проводить під час воєнного стану інспекційні перевірки учасників ринку фінансових послуг, рекомендує використовувати електронні документи. Доброю новиною є те, що у ВРУ зареєстровано законопроекти №8069 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законів України щодо особливостей виведення з ринку системно важливого банку в умовах воєнного стану». До переліку системно важливих банків входить 14 банківських установ: Альфа-банк, А-банк, Кредобанк, ОТП Банк, Ощадбанк, Південний, Приватбанк, ПУМБ, Райфайзен Банк, Таскомбанк, Укргазбанк, Укрексімбанк, Укрсиббанк, Універсалбанк. До речі, нині ринок фінансування послуг можна поділити на 2 сегменти – ринок банківських послуг і ринок небанківських фінансових послуг. 23 вересня 2022 року в НБУ за результатами відкритого конкурентного відбору на посаду директора Департаменту нагляду

за ринками небанківських фінансових послуг призначено Ірину Сіренко. У неї великий досвід роботи: вона була головою правління провідних страхових компаній України, очолювала Агенцію зі страхового захисту та управління ризиками. На страховому ринку працює 26 років.

7. До особливих чи умовно фінансових посередників до певної міри варто зачислити благодійні фонди. Досвід показує, що благодійні фонди можуть у важкі часи організуватися та мобілізуватися з метою реальної допомоги, передусім фізичним особам різних соціальних груп. Нині благодійні фонди можуть підтримувати медичну галузь, освіту, культуру, науку. Передусім благодійні фонди можуть пришвидшити надання необхідної допомоги чи підтримки. Однак тоді зменшуються вимоги щодо дотримання законодавства навіть у часи війни чи турбулентності. Кафедра банківського і страхового бізнесу напружує досвід щодо стипендійної підтримки студентів магістерської освітньої програми «Банківський бізнес і фінансові технології», яка тісно співпрацює з низкою банків (Приватбанк, Банк Львів, Кредобанк). І в цьому році вступникам на цю ОП було запропоновано Порядок стипендійної підтримки їхнього навчання. Усі благодійні фонди працюють згідно Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації». В Україні бум благодійних організацій (БО) у 2022 р. припав на квітень місяць, коли було зареєстровано 1199 благодійних організацій, із них 93 – міжнародні благодійні організації. В цілому це більше у 12 разів, аніж у 2021 р. Головними чинниками такого стрибка були: 1) готовність українців інвестувати у майбутнє, а не тільки надавати комусь допомогу; 2) обмеження фінмоніторингу згідно постанови НБУ №18 від 24.02.2022 р. про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану. Ця постанова обмежує фізичних осіб у закупівлі товарів та наданні послуг критичного імпорту. Головні причини зростання благодійних організацій в Україні: довіра до благодійника, доступного залучитись до добрих справ, популярність благодійництва. Популярним є БФ «Повернись живим». Основні регіони БФ: Київ, Одеса, Дніпро.

8. Фінансовий бізнес в освіті або на ринку знань, або в ЛНУ має бути представлений на рівні бакалаврських освітніх програм. До речі, ОП «Фінансовий бізнес» є на бакалавраті КНУ імені Т.Г. Шевченка, яка поєднує основи фінансів, банківської справи та страхування зі спеціалізованими модулями з ризик-менеджменту, фінансової аналітики та фінтеху. Тут є як класичні, так і інноваційні дисципліни. До викладання залучаються практики та фінансові експерти, зокрема з: ринку цінних паперів, фінансового ризик-менеджменту. Використовуються термінали для професіоналів фінансового ринку, а саме: ThomsonReuters, Bloomberg. Студенти обов'язково проходять практику у фінансових регуляторах та нефінансових корпораціях. Проводиться міжнародний конкурс «Кредитно-банківська система: історія, сучасність та перспективи розвитку». Все це заслуговує уваги і творчого застосування. Серед навчальних дисциплін цієї ОП заслуговують уваги такі: основи фінансового бізнесу, ринок фінансових послуг (до речі він пропонується і читається на бакалавраті, а не на магістратурі); фінансові посередники і ринки, основи

фінтеху, консалтинг у фінансовому бізнесі. Серед вибірових дисциплін заслуговують уваги: креативні стратегії реклами; психологія. Весь цей досвід вартий уваги і творчого застосування на нашій кафедрі банківського і страхового бізнесу. Освітню програму можна розглядати з позиції маркетингу, адже вона є інструментом, що формує маркетингові переваги, які приваблюють вступників на спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа і страхування».

Список використаної літератури:

1. Домінчук С. Темне мистецтво: чим лобізм відрізняється від корупції / телеграм канал Minol.ua, 2022.
2. Бредіхіна Г. В. Україні змінять умови кредитування бізнесу під час війни. Уніан, новини дня //www.unian.ua
3. Пшеничний П. Кредитний спецназ: хто і на яких умовах дає бізнесу гроші під час воєнного стану //dalo.ua
4. Фінансовий бізнес в Україні та світі: стан, проблеми і перспективи розвитку: I Міжнародної науково-практичної конференції (26 жовтня 2018 року, Львів, Україна). Львів: Растр 7, 2018. – 328 с.

UDC: 001.4:657:004.735

Vagner Iryna

Ph.D., Assistant Professor of Accounting Technologies and Taxation Department, Ivan Franko National University of Lviv

Demko Iryna

Ph.D., Assistant Professor of Accounting Technologies and Taxation Department, Ivan Franko National University of Lviv

Kundrya-Vysotska Oksana

Ph.D., Professor of Accounting Technologies and Taxation Department, Ivan Franko National University of Lviv

DEVELOPMENT OF DIGITAL ACCOUNTING IN UKRAINE

Technology has transformed the financial industry. In the past, business owners had to hire accountants that would record and process financial data manually, costing them more time, money, and effort, as well as human errors.

Today, automation in digital accounting has allowed business owners and their accountants to complete functional tasks more quickly and accurately, as well as interpret and report data more efficiently. This way, business owners can focus on their strategic roles and handle complex issues, such as ensuring better cash management.

Digital accounting refers to the creation, representation, and transfer of financial information in an electronic format. Instead of using papers, all accounting transactions are conducted in an electronic environment. The concept actually originated from the need to establish a more efficient taxation system.

Digital accounting surfaced in 2003 as a project of the Federal Government to modernize the Tax and Customs Administration (PMATA). Then came the Electronic invoice (NF-e) and the Digital Bookkeeping System (Sped) in 2009. In 2015, the Digital Bookkeeping System Tax, Social Security, and Labor Obligations was introduced. Accounting has typically been a field characterized by a low level of digital innovation. However, many accounting processes are repetitive and time-consuming, which makes them ideal candidates for automation.

Below are some examples of some processes that can be digitalized (Table 1).

Table 1

Examples of some processes that can be digitalized

Accounts payable/receivable	instead of having paper invoices lying around waiting for approval, accountants can automate invoice processing with an invoice management system
Procurement	from quote requests, purchase orders, contracts, to shipment receipts, procurement involves a lot of paperwork. All these documents can be digitized, saving both time and costs
Audit documentation	a digital audit process is much more secure and accurate. Accountants can rely on digital files and audit trails to document and prove compliance
Expense management	submitting, reviewing, and approving expenses manually is time-consuming and inefficient. An expense management tool automates the process and improves the experience for all parties involved
Monthly/quarterly close process	retrieving the data needed for the monthly/quarterly close is much faster and more accurate when relying on digital accounting tools
Client contracts/agreements	besides internal processes, accounting firms can also digitize the signing and managing of client agreements. It's more convenient for everyone involved

Benefits of Digital Accounting are:

1. Accurate and Scalable. The most sought-after feature of software and machines is that they aren't prone to committing mistakes. Providing accurate results and staying free from errors, automated software and services are much more reliable than traditional accounting practices. In contrast, human error is inevitable when we compile data. Accuracy is extremely important because businesses rely on data to make critical decisions. Imagine taking a poor business decision based on inaccurate accounting data that causes the business to fail. Digital accounting solutions help avoid that. Apart from accuracy, a digital accounting system has also proved popular among entrepreneurs due to its scalability. For a startup, managing accounts manually should be okay in the beginning but as the business grows, the accounting system will require massive upgrades to support the increase in the scale of operations.

2. Remote Access. Another major benefit of a digital accounting system is that it provides you with remote access to your company's financial data. This means that professionals need not be at the office or carry their laptops everywhere to access critical information. As cloud-based solutions, digital accounting software packages allow you and other employees to log in to the system from anywhere and at any time to track results and data. This is particularly helpful for cash flow management. If your cash flow position is unstable, you might be going towards bankruptcy.

3. Convenience and Improved Pace of Productivity. A digital format, on the other hand, provides you with the comfort of running different automated financial

tests on easily accessible data, allowing the accountant to set up the financial statements within minutes. Professionals can save a lot of time compiling and presenting the same reports and numbers, thereby accelerating the processing of online transactions. This, coupled with better decision-making, translates into high efficiency and increased productivity. By automating many of the accounting functions through digital accounting, you can dedicate more staff to other essential functions such as business development or sales. This means you should be able to generate more revenue with the same amount of resources.

4. Security and Agility. Cloud-based accounting solutions are a tremendous solution. These solutions come with cloud storage backed by multiple data centers for data backup. Many rely on SSL technology for data encryption like those used to secure financial information in banks. With a digital accounting solution, you should be able to retrieve or backup your data even if things go wrong.

5. Easy Invoicing and Payment Tracking. Without keeping up with invoicing and payment tracking, there's no way to minimize delayed payments from your customers. There might be too many distractions keeping you from following up with debtors. This can adversely impact your cash flow position. A digital accounting system happens to be the best solution to the problem as it automates the process of sending invoices and payment requests.

6. Better Integration and Syncing. One of the biggest challenges associated with manual accounting systems is poor compatibility with other tools used in your business. The best digital accounting solutions offer amazing flexibility in terms of integrations with other business tools such as the point of sale system, payroll, website order fulfillment, and more. The cost of these integrations is often zero or negligible. The automatic data syncing with digital accounting solutions means that you only need to update an address or email in one place and the change will be automatically implemented to other programs.

7. Facilitates Tax Preparation. While you can't avoid the tax burden, a digital accounting system can simplify the preparation and filing process for you. With a solid financial tracking system, digital accounting not only helps you arrange and separate funds for tax payments proactively but also simplifies the calculations for tax. This should exempt you from agonizing stress associated with taxation. Poor financial tracking specific to manual accounting procedures also means you can miss out on possible tax write-offs and available deductions available for your company. To avoid overlooking payments that be used for tax deductions, consider switching to a digital bookkeeping and accounting system.

8. Bank Reconciliation Made Easy. You might be doing remarkably well in manually recording the day to day transactions, but figures must also remain consistent with those in the bank statement. Digital accounting solutions come with good reconciliation tools that make it easy to track errors in transactions and processing as well as to detect theft and frauds. The ever-advancing tech industry seems dedicated to creating an app for every business function. Hundreds of niche applications have been developed to cater to different industries, from farming to retail to architecture. Depending on the complexities involved in your business, you

might be able to find a digital accounting solution that works better for your business than others.

Online retails, for example, involves hectic inventory management. You may want to choose an accounting platform that comes with an efficient inventory management system. In other cases, your accounting program can connect to other specialized apps. More and more accounting experts are breaking open from tax services and seizing the opportunities to provide real-time advice to entrepreneurs.

With a digital accounting system, your data remains up to date. This puts you in a great position to seek financial advice. Using readily available data, a financial expert can analyze the numbers and offer real-time advice on the easiest and fastest way to improve them.

While some accountants can charge by the minute, some require a fixed fee for quarterly or monthly consultations and phone calls to counsel you in growing your business.

References

1. What Is Digital Accounting. Retrieved from: <https://fullyaccountable.com/what-is-it>
2. What is Digital Accounting? Retrieved from: [https:// www.igi-global.com/dictionary](https://www.igi-global.com/dictionary)

СЕКЦІЯ 3: МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ ФІНАНСОВОГО БІЗНЕСУ

УДК 316.422.338.46:368(477)

Войтович Л. М.

к.е.н., доцент, доцент кафедри аналітичної економіки та міжнародної економіки, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

СУЧАСНІ ТRENДИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СТРАХОВІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

В епоху глобалізації страхова система змінюється, залучає новітні технології та адаптується до сучасних викликів. На стику технологій і традиційного страхування науковці та практики створюють абсолютно нові технології в страхуванні. Фінансові стартапи та сервіси – один із найбільш динамічних сегментів інноваційної економіки. Традиційно вважається, що лідерство у fintech-сфері належить Кремнієвій Долині. Проте й у інших країнах є стартапи, які докорінно змінюють підхід до надання фінансових послуг.

Найбільш вагомими інноваційними технологіями у вітчизняній страховій системі є наступні продукти:

1. Асистанс-програми, відповідно до яких у процесі врегулювання страхових випадків послуги надають асистуючі компанії, спеціалізовані центри, з якими страховик уклав договір. Асистанс може бути: медичним, технічним, транспортним, сервісним, квартирним, інформаційним, юридичним, туристичним. Наступні суб'єкти вітчизняної страхової системи пропонують асистанс-програми у своєму асортименті продуктів: СК “Євроінс Україна” [1], СК “Княжа Вієнна Іншуранс Груп” [2], СК “ARX” [3], СК “Провідна” [4], СК “Альфа Страхування” [5]. Основними асистанс-компаніями, які працюють із страховиками є: “АльфаАсистанс”, Смайл Асистанс, ТЗОВ “Гарант-Асистанс”, ТЗОВ Екліс, “Дедал-Сервіс”, ПрАТ Коріс Україна, ТЗОВ “SOS Сервіс Україна”, ТОВ Савітар Груп, ТЗОВ “Всеукраїнська сервісна компанія “УКРАССИСТ”, ТЗОВ Balt Assistance Ltd., NOVA ASSISTANCE, Айболит, Ваш асистанс, ТЗОВ “Юніверсал АСІСТАНС”.

2. Сервіс “Доктор онлайн” – програма, що забезпечує постійний доступ до віддалених телемедичних консультацій, пропонує цілодобовий медичний консьерж-сервіс для організації великого спектра лікувальних та профілактичних послуг. Пакет послуг “Антистрес” покриває оздоровчі послуги та медичні консультації для профілактики емоційного вигорання і зміцнення ментального здоров'я. Такого роду продукти зустрічаємо у СК “Євроінс Україна” [1], СК “Провідна” [4], СК “Країна”

3. Електронний поліс – документ в електронній формі, створений за допомогою сучасних технологій у Telegram, Viber, Messenger і є найбільш популярним у майновому, особистому страхуванні та страхуванні відповідальності.

Електронний поліс пропонують в Україні НАСК “Оранта” [6], СК “АСКА” [7], СК “ARX” [3], СК “ІНГО” [8], СК “PZU Україна” [9], СГ “ТАС” [10], СК “VUSO” [11], ПрАТ “Княжа Вієнна іншуранс груп” [2], ПрАТ “Уніка” та ін.

4. Діджитал-технологія – це технологія, яка використовує Інтернет, мобільні пристрої та інші електронні канали збуту для поширення контенту, інформації та реалізації страхових послуг і продуктів (СК “Арсенал Страхування” [12]).

5. КАСКО Smart – страховий продукт, який за допомогою використання телематичного пристрою здійснює аналіз і оцінювання водіння, що дозволяє знизити кількість аварійних ситуацій на автошляхах. До таких технологій в Україні вдаються СК “ARX” [3], Міжнародна страхова компанія [13].

6. Додатки “Мобільна безпека”, “Домашня безпека” та “Екстрем безпека”. Ці додатки є програмами захисту різного роду техніки від ризиків її несправності в процесі експлуатації. До прикладу, їх активно використовує СК “Альфа Страхування” [5] спільно із мережею магазинів “Мою”, “Comfy” та “Ringoo”.

7. Проєкт “Одним пальцем” – онлайн-продукт, створений страховиками для страхових агентів (за наявності у них смартфона та Інтернету), який містить електронну форму, онлайн-калькулятори, передбачає високу комісію. Даний проєкт використовують вітчизняні СК “АСКА” [7] спільно із СК “АСКА-ЖИТТЯ” [14].

8. TAS-ботік – програма, представлена Viber ботом, який у застосунку дозволяє зареєструвати страховий випадок, змінити фінансові умови договору, замовити дублікат договору страхування чи додаткової угоди, довідки для Державної податкової адміністрації або довідки про розмір викупної суми, ознайомитися з кредитом під викупну суму та поспілкуватися із Контакт-центром (СК “TAS life” [10]).

На основі проведеного дослідження розвитку інновацій у сфері страхування рекомендуємо до основних пріоритетних напрямів розвитку інноваційних технологій у вітчизняній страховій системі зачислити: використання інноваційних каналів збуту страхових продуктів, які побудовані на телематиці, штучному інтелекті та застосування блокчейн-технології як каталізатора розвитку страхування, що засновані на підвищенні доступу до даних та аналітичних інструментів.

Таким чином, страхова система функціонує у середовищі постійних інноваційно-технологічних глобалізаційних змін. Основним завданням на сьогодні є формування інноваційного середовища за допомогою впровадження низки світових тенденцій розвитку сучасної страхової системи. В епоху зростання ролі інформаційних технологій, комп’ютеризації суспільства та перманентного оновлення програмного забезпечення бізнес-процесів суб’єкти страхової системи змушені шукати нові можливості задоволення потреб споживачів задля збереження конкурентних переваг.

Список літератури:

1. Асистанс-програми у СК “Євроінс Україна”. URL: <https://euroins.com.ua/pro-nas>

2. Асортимент страхових продуктів у СК “Княжа Вієнна Іншуранс Груп”. URL: <https://kniazha.ua/about/companyu>
3. Дані про види страхових продуктів СК “ARX”. URL: <https://arx.com.ua/pro-kompaniyu>
4. Сервіс “Доктор онлайн” у СК “Провідна”. URL: <https://www.providna.ua/>
5. Додатки “Мобільна безпека”, “Домашня безпека” та “Екстрім безпека”. *Офіційний сайт СК “Альфа страхування”*. URL: <https://alfaic.ua/o-kompanii>
6. Електронний поліс. *Офіційний сайт НАСК “Оранта”*. URL: <https://oranta.ua/products/>
7. Проєкт “Одним пальцем”. URL: <https://aska.ua/>
8. Страхові продукти СК “ІНГО”. URL: <https://ingo.ua/>
9. Асортиментний ряд СК “PZU Україна”. URL: <https://www.pzu.com.ua/about.html>
10. Програма TAS-ботік. *Офіційний сайт Страхової групи ТАС*. <https://sgtas.ua/>
11. Страхові продукти та послуги СК “VUSO”. URL: <https://vuso.ua/>
12. Діджитал-технології у СК “Арсенал Страхування”. URL: <https://arsenal-ic.ua/>
13. КАСКО Smart. *Міжнародна страхова компанія*. URL: <https://odomsk.com.ua/>
14. Онлайн-продукти у СК “Аска-Життя”. URL: <https://aska-life.com.ua/>

УДК 336.71:339.138

Гасцька Р. І.

студентка 2-го курсу економічного факультету,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів
Науковий керівник – д.е.н., проф. Реверчук С.К.

МАРКЕТИНГ У ФІНАНСОВОМУ БІЗНЕСІ: ЗАГАЛЬНЕ ТА ГОЛОВНЕ

1. Фінансовий маркетинг – це діяльність інвесторів-продавців, яка спрямована на реалізацію фінансових активів та діяльність інвесторів-покупців, з метою накопичення фінансових активів. Це діяльність інвестора, яка спрямована на пристосування до мінливих умов на фінансовому ринку. Це галузь маркетингу, що має такі структурні елементи: банківських маркетинг, інвестиційний маркетинг, маркетинг на ринку цінних паперів, страховий маркетинг. Банківський маркетинг націлений на створення таких банківських послуг, які б задовольняли якомога більшу кількість потреб клієнтів та давали змогу отримувати прибуток банкам, а також створення нових фінансових активів і фінансових ринків на розширення або утримання своєї частки на ринку. Від цього залежить обсяг діяльності інвестора-продавця, обсяг виручки

від реалізації фінансових активів, рівень рентабельності, норма прибутку на вкладений капітал. Для цього варто використовувати такі інструменти фінансового маркетингу, як просування (маркетингові комунікації). До них відносяться реклама, прямий маркетинг, PR та персональні продажі. Завдяки комунікаційності можна до споживача доносити інформацію про банк та інші фінансові посередники, а також їхні послуги, які він надає.

2. Найефективнішими способами просування є: інтернет, телебачення, зовнішня реклама. З їхньою допомогою можемо відслідковувати вподобання споживачів та пропонувати їм саме ту банківську послугу, яку вони потребують, та встановити комунікаційний зв'язок між потенційним клієнтом і банком. Маркетинг цифрових інновацій на ринку фінансових послуг зосереджує увагу дослідників на процесах здійснення платежів, розрахунків і переказу грошей, кредитуванні, розвитку механізмів функціонування цифрових банків і небанківських фінансових установ. Загострення конкуренції на ринку банківських послуг в Україні змушують банки опановувати нові підходи до підвищення ефективності своєї діяльності, проводити пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг через впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів, новітніх продуктів та послуг. Саме тому банки України відчувають гостру потребу у впровадженні нових концепцій банківського маркетингу, зокрема маркетингу інновацій.

3. У сучасних умовах банки змушені орієнтуватися на використання цифрових фінансових технологій шляхом активного запровадження онлайн і мобільних сервісів та підвищення рівня їхньої технічної надійності. Оптимальним напрямом подальшого розвитку і забезпечення стабільного функціонування систем банківського маркетингу стає поєднання традиційних банківських технологій із перевагами та технологічними інноваціями fintech-компаній, що дозволить сформувати нову структуру індустрії надання фінансових послуг і забезпечити реалізацію клієнтоорієнтованої стратегії розвитку банківського бізнесу.

4. Гармонійне поєднання методів та інструментів комплексу банківського маркетингу й активне використання можливостей сучасних інформаційних технологій сприятимуть продуктивній роботі банків на зовнішньому цільовому ринку та забезпечуватимуть сталий розвиток банку. З огляду на це, вітчизняна банківська система не стоїть осторонь від світового інноваційного процесу; в банківській сфері нині є достатній інноваційний потенціал для активного впровадження фінансових інновацій, які позитивно зарекомендували себе у світі.

5. Основними завданнями фінансового маркетингу є визначення кон'юктурної позиції банку на ринку, проведення сегментації. Маркетингова діяльність у банківській системі спрямована на прискорення грошового обороту за рахунок вдосконалення та пришвидшення безготівкових розрахунків у господарстві. Маркетинг фокусується на аналізі і з'ясуванні потреб клієнта банку і в результаті на задоволення потреб у проведенні розрахунків. Банківський маркетинг максимально повністю враховує характер діяльності

клієнтів банку, особливості місця знаходження їхніх партнерів, їхній фінансовий стан та інші фактори, що впливають на швидкість грошового обігу.

6. У банках дедалі більше застосовується інтегрований маркетинг, метою якого є не лише залучення клієнтів, а й постійне покращення якості їх обслуговування. Специфіка інтегрованого маркетингу полягає в тому, що комерційні банки зацікавлені не лише у залученні коштів клієнтів, а й в активному їх використанні за допомогою ефективного кредитування підприємств, установ, держав, населення. Це обумовлює необхідність комплексного розвитку маркетингу як у сфері відносин банку з вкладниками, так і у сфері кредитних вкладень. Цілі банку в цих двох сферах різні: у першій – залучення клієнтів у якості вкладників грошових коштів, а в другій – спрямувати кредитні ресурси банку таким підприємствам, які використовували їх з найбільшою користю і були б в змозі повернути кредит у встановлені терміни.

7. Як уже зазначалося, мета маркетингу – задоволення потреб споживачів. А якщо банк збирається задовольняти потреби, він повинен мати про них вичерпну інформацію. Інформаційні ресурси набувають все більшого і більшого значення у діяльності банку. В кінцевому рахунку, маркетинг у банківській сфері має бути спрямований на збір інформації, її аналіз і проведення маркетингових досліджень і на їхній основі підготовку пропозицій комерційним службам банку по перспективам розвитку банківських послуг і цінової політики. Маркетинговий відділ банку постійно збирає інформацію про потенційних споживачів банківських послуг на ринку, про клієнтів банку, про задоволення їхніх інтересів банком і його співробітниками, які здійснюють безпосередній контакт з клієнтом, і про шляхи і засоби просування послуг та підвищенні іміджу і впізнаваності банку і його ефективності.

УДК 338.2::336.71:004](4)

Завалей І.В.

Dr. pol. rer. (UFU, München),

Керівник бюро нерухомості, м. Мюнхен, Німеччина

ВИКЛИК ЦИФРОВИХ ЗМІН У РЕГУЛЮВАННІ ТА НАГЛЯДІ ЗА ФІНАНСОВИМ РИНКОМ ЄС

Регулювання та нагляд за фінансовим ринком в часи бурхливого розвитку цифрових можливостей повинні відповідати актуальним викликам. Необхідно виявити та усунути регуляторні перешкоди, які виникли із-за щільності регулювання на фінансових ринках і є бар'єром для молодих, орієнтованих на технології компаній, але також вимагає розробки науково обґрунтованих стратегій регулювання криптоактивів.

Цифрові зміни приносять із собою багато можливостей, підвищують ефективність та створюють нові фінансові послуги та продукти. Водночас це

також робить фінансові ринки та їхніх постачальників більш уразливими: ІТ та кібербезпека в усіх її формах стають дедалі важливішим операційним ризиком [1]. Однак для відомих постачальників фінансових послуг цифрові зміни спочатку становлять серйозну проблему: їм доводиться оцінювати та переосмислювати життєздатність своїх бізнес-моделей і стратегій, робити значні інвестиції в нові технології і в той же час мати справу зі зростаючою конкуренцією з боку нових провайдерів, таких як Big Techs (Apple, Amazon, Facebook and Co.), FinTechs (малі гнучкі компанії-початківці без аналогічного тягаря витрат) та й дедалі більше InsurTechs [2], які активізують ринок фінансових послуг.

Інновації є важливим двигуном для підтримки та зміцнення майбутньої життєздатності фінансового центру та всієї економіки. Тому регулювання та нагляд за фінансовим ринком повинні бути нейтральними з точки зору технології та конкуренції. Ні відомим, ні новим постачальникам не слід віддавати перевагу чи ставити їх у невідгідне становище. Однак можна помітити, що щільність регулювання на фінансових ринках є бар'єром для молодих, орієнтованих на технології компаній, який важко подолати. Щоб протистояти ризику відставання фінансового ринку ЄС з точки зору технологій та інновацій, FMA успішно створив інноваційний центр, FinTech contact point, ще в 2016 році та наприкінці 2020 року регуляторну пісочницю, в якій фінансові технології можуть тестувати свою бізнес-модель у нормативному середовищі [3].

Незважаючи на те, що фінансові технології починаються без історичного тягаря витрат, значна частина ІТ-систем багатьох визнаних постачальників фінансових послуг більше не відповідає вимогам сучасного, глобально мережевого та оцифрованого світу. Інциденти кібербезпеки зростають, що спричиняє значні витрати та часто завдає шкоди репутації. Крім того, у глобальному мережевому цифровому просторі виник паралельний всесвіт, світ крипто активів, який все ще значною мірою не вловлюється регулюванням і наглядом.

Перші кроки вже зроблено:

1. У 2020 році постачальники послуг у зв'язку з віртуальними валютами, такі як обмінні та торгові платформи, а також постачальники електронних гаманців (так званих гаманців), були включені до вимог належної обачності для запобігання відмиванню грошей та фінансуванню тероризму. У зв'язку з цим - зобов'язання зареєструватися в Управлінні фінансового ринку.

2. Застосування режиму проспекту було розширено на цифрові активи, такі як токени та монети.

3. Організоване інвестування в певні цифрові активи вимагає реєстрації як альтернативного інвестиційного фонду (AIF) і, таким чином, запускає регулювання та нагляд. [4]

4. У 2020 році Європейська Комісія прийняла новий пакет для оцифрування фінансового сектора (Digital Finance Package), який також включає стратегії (Digital Finance Strategy) та (Retail Payments Strategy) як законодавчі пропозиції щодо регулювання криптоактивів (Markets in Crypto-

assets, MiCA) і щодо стабільності цифрових систем (Digital Operational Resilience Act, DORA) [5].

Висновки: Регулювання та нагляд мають бути безперешкодно поширені на світ криптоактивів, щоб забезпечити нейтральність технологій і конкуренції. Має діяти принцип: той же бізнес, той самий ризик, ті ж правила. Новий всеосяжний пакет для оцифрування фінансового сектора (Digital Finance Package) має на меті підвищити конкурентоспроможність Європи та інновації у фінансовому секторі, надаючи споживачам більше вибору та більше можливостей у фінансових послугах і сучасних методах оплати, одночасно забезпечуючи належний захист споживачів і забезпечуючи фінансову стабільність. Він також має на меті створити найширше регулювання та нагляд за світом криптоактивів на сьогоднішній день. Ця нормативно-правова пропозиція є дуже великою, і деталі все ще інтенсивно обговорюються. Тому потрібен деякий час, перш ніж його також ухвалять Європейська Рада та Парламент, і, ймовірно, він може набути чинності орієнтовно 2023 року. Однак він уже пропонує вказівки щодо того, як найкраще використовувати можливості цифрових змін відповідно до майбутнього регулювання, як вирішувати та управляти ризиками та який внесок можуть зробити національні регулятори та наглядові органи в це.

Список літератури:

1. Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl, Finanzdienstleistungen auf Netzmärkten – Wandel der Märkte und Virtualisierung der Geschäftstätigkeit // Diskussionspapier WI-45, Ст.14
2. <https://www.apis.de/>
3. <https://www.fma.gv.at/fma-aktuell/>, Kontaktstelle FinTech & Sandbox
4. <https://www.euramco-asset.de/glossar/alternative-investmentfonds-aif/>
5. https://finance.ec.europa.eu/publications/digital-finance-package_en

УДК 336.71

Іваницький О.О.

аспірант кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Владичин У.В.

д.е.н., професор, професор кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БАНКІВ: ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ФОРМУВАННЯ У КЛАСИЧНИХ БАНКІВ ТА НЕОБАНКІВ

Сучасні виклики та умови розвитку економіки створюють нові умови, з якими мають стикатися банки. Однією з цих умов є цифровізація бізнесу

шляхом зміни культури та організаційної структури на краще адаптовану до цифрових викликів та впровадження інноваційних технологій у підприємницьку діяльність. Розуміючи це, банківський бізнес намагається якнайшвидше пристосуватися до них (традиційні банки) або створюються на основі врахування цих умов (необанки). Пристосування банків до цільового ринку вимагає адаптації їхніх інноваційних технологій та продуктів. Ці пристосування у цифровій економіці спричиняють нарощення та ефективне використання інноваційних технологій, що, у свою чергу, утворює поняття «інноваційний потенціал банків».

У цифровій економіці завдяки розвитку технологій, скорочення життєвого циклу банківських продуктів та цифровізації взаємодії з клієнтами, одну з провідних ролей у діяльності банку відіграє інноваційний потенціал. Під ним, ми розуміємо, сукупність матеріально–технічного, організаційно–управлінського, науково–технічного, власного фінансового та інвестиційного потенціалів, що у поєднанні з професійними, інтелектуальними та творчими здібностями персоналу банку дозволяє удосконалювати зміст і методи виконання традиційних банківських операцій та впроваджувати нові банківські технології [1].

Інноваційний потенціал банків формується у декількох напрямках, серед яких розроблення та введення нових банківських продуктів задля залучення фінансових ресурсів клієнтів, що залежить від кваліфікації працівників, їхньої компетенції, а також від якості управління самим банком. Тому можна стверджувати, що складовими інноваційного потенціалу банку є ресурси (фінансові, матеріальні, інформаційні та людські), а також конкурентні переваги банківської установи.

Не менш важливим є і зовнішнє середовище банку. Відтак кожні зміни в економічній діяльності країни, правил гри на банківському ринку та умов, у яких перебувають банки, можуть вплинути на можливості банків у сфері інноваційних технологій, що дає як позитивні, так і негативні результати.

У найближчій перспективі очікується суцільне оцифрування відносин між самими банківськими установами, так і зі споживачами банківських послуг, що сприятиме перетворенню банків на відкриті «екосистеми». Саме тому виникають свої нюанси у формуванні інноваційного потенціалу у необанків та класичних представників банківського бізнесу. Розглянемо їх обох.

В умовах, які склалися через пандемію та відкрите вторгнення росії, позиція необанків зміцнилася. Переваги віддаленого здійснення послуг, які вони надають, дозволяє активно нарощувати інноваційний потенціал, що, в свою чергу, дає можливість значно швидше пристосовуватися до змін. Все ж, безпека клієнтів, особливо у часи війни, стає одним з пріоритетів необанків, а це стимулює їх швидше розвивати та використовувати інноваційні послуги, які убезпечать клієнта від умовної ситуації «вийти зі сховища до банкомату», що може зберегти йому життя. Варто зауважити, що відсутність у необанків відділень як таких зменшило і їхні збитки від вторгнення РФ, що дозволило також зберегти інноваційний потенціал або, принаймні, більшу його частину.

Проте у необанків є і свої слабкості. Так, кількість ресурсів, які вони можуть виділяти на інноваційну діяльність, у відношенні до їхніх загальних можливостей є більшою, проте і ресурсна база в них нижча, ніж у традиційних банків, що вносить свої ускладнення у розробку інноваційних продуктів і послуг та нарощення інноваційного потенціалу.

У випадку традиційних банків, більший обсяг капіталу та репутація на ринку дозволяють традиційним банкам наздоганяти інноваційні ідеї та продукти необанків, проте через високі витрати на обслуговування своїх відділень та неквапливу реакцію на вимоги клієнтів ускладнюють нарощення інноваційного потенціалу. Відтак, більшість найбільших банків пропонують свій власний мобільний додаток, який дозволяє клієнтам проводити деякі банківські операції через свої телефони. Але ці додатки часто виглядають і відчують себе застарілими, незграбно перенесеними на телефон споживача, які не в змозі надати весь обсяг пропонованих банком продуктів та послуг, зазвичай дають змогу лише поповнити мобільний телефон або зробити простий переказ коштів. Підтримка цих мобільних додатків також зазвичай не дуже добра. Клієнти можуть стикнутися з проблемою додатку, або бувають випадки коли він узагалі не працює [2]. Традиційні банки розуміють ці проблеми, тож часто взаємодіють з фінтех-компаніями задля нівелювання своїх недоліків у плані розроблення інноваційних продуктів, що дає змогу класичним банкам нарощувати свій інноваційний потенціал.

Як висновок, необанки та традиційні банки мають свої способи нарощення інноваційного потенціалу, які впливають від їхніх особливостей роботи. Ця «боротьба за домінування» на ринку призводить до позитивних зрушень, таких як обмін технологіями та посилення банківської системи України, її цифровізації та розвитку. Проте не тільки банки та економіка України отримують вигоди від цього протистояння, а й сам клієнт, що отримуватиме все якісніші і якісніші послуги від традиційних та необанків.

Список літератури:

1. Пелипай А. Ю. Підходи до формування інноваційного потенціалу банку в умовах цифрової економіки. Розвиток банківських систем світу в умовах глобалізації фінансових ринків: Матеріали міжнар. науково-практ. конф., м. Черкаси, 19 листоп. 2020 р. / ред. Нагайчук Н. Г. Черкаси, 2020. С. 92.

2. Ярема О. Р. Конкуренція традиційних банківських систем з необанками на сучасному етапі. Черкаський інститут банківської справи. URL: https://cibs.ubs.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/zbirnyk_19112020_v2.pdf (дата звернення: 09.10.2022).

МАРКЕТИНГ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ У БАНКІВСЬКОМУ БІЗНЕСІ

Розвиток банківського бізнесу в умовах підвищеної конкуренції потребує конкретних досліджень щодо закономірностей функціонування банківського ринку. Значне зростання та посилення конкуренції між банківськими установами, а також поява конкурентів в особі небанківських установ (страхових, фінансових компаній, інвестиційних фондів, трастових компаній, пенсійних фондів тощо) призвели до необхідності використання банками сучасного маркетингового інструментарію. У цьому контексті важливе місце відведено впливу цифровізації на банківський бізнес в Україні. Саме тому сьогодні необхідною умовою ефективної діяльності банківських установ є об'єднання цифрового та традиційного маркетингу.

Цифровий маркетинг банку – це засіб комунікації фінансово-кредитної установи, що передбачає просування банківської послуги за допомогою цифрових каналів для ефективної взаємодії з потенційними або реальними клієнтами у віртуальному середовищі. Сьогодні цифровий маркетинг налічує п'ять цифрових каналів:

- 1) загальну мережу Інтернет з допомогою комп'ютерів, ноутбуків, планшетів, смартфонів;
- 2) застосування мобільних пристроїв;
- 3) локальні мережі (Екстранет, Інтранет);
- 4) цифрове телебачення;
- 5) інтерактивні екрани, POS-термінали.

Важливе місце у проведенні маркетингових досліджень займає інтерактивний маркетинг, який є безпрецедентно оперативним і гнучким та дає змогу банку і його клієнтам швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища. Інтернет став не тільки каналом здійснення трансакцій, а й перспективним засобом інформаційної взаємодії між клієнтом і банком (сайт-візитка, промо-сайт, корпоративний сайт, блог, форум, соціальні мережі) [1, с. 26].

Сьогодні найбільш популярною цифровою банківською послугою є здійснення розрахунків і платежів з мобільних пристроїв. Зручність цієї послуги полягає в оплаті одним дотиком і це стає загальним глобальним трендом. Розрахунки за допомогою смартфонів або інших електронних пристроїв, які обладнані спеціальними чипами, що зберігають необхідні для здійснення трансакцій дані, стають дедалі популярнішими серед населення. Для кожного клієнта банку важливим є зручність та економія часу.

На ринку мобільних платежів функціонують як банки, так і небанківські установи. Зокрема, в цьому сегменті активно працюють Google, Apple, платіжні

платформи Samsung, LG, Microsoft, створюються національні платіжні системи. Сучасні системи грошових онлайн-переказів включають сервіси з переказу грошей, електронні гаманці, канали виведення грошей, шлюзи приймання онлайн-платежів тощо. Перспективи для здійснення переказу грошей має використання технології blockchain, яка може стати новим способом укладення угод без участі третіх сторін [2]. Однією із головних банківських операцій є кредитування, на яке припадає близько 60% прибутку банків. Однак і ця доволі традиційна банківська послуга в умовах цифрової економіки набуває суттєвих змін. Починаючи 2008 року, у світовій практиці активно розвивається так зване «P2P-кредитування», яке використовують, переважно, небанківські установи, хоча останнім часом його активно починають застосовувати й банки [2]. Суть P2P-кредитування полягає в тому, що банки або небанківські фінансові установи надають інформаційну платформу для зв'язку між розрізненими кредиторами та інвесторами, завдяки чому фізичні особи можуть безпосередньо надавати кошти в позику іншим фізичним особам або бізнесу.

В умовах цифровізації економіки для банківського бізнесу характерними ознаками є:

- використання новітніх інноваційних технологій у процесі розвитку банківських установ в умовах цифровізації економіки;
- організаційні зміни в менеджменті банку;
- виникнення спеціалізованих відділів з обслуговування інформаційних потоків у банках;
- зміна структури і вартості банківських продуктів;
- зміна структури персоналу банківських установ;
- збільшення нематеріального капіталу, наприклад людського потенціалу, знань, інформації, здібностей персоналу;
- здатність банку до трансформації бізнес-процесів;
- прискорення процесів обробки і передачі інформації та поява змін у просторовій структурі банку тощо.

У сучасних умовах перспективним напрямом використання цифрових технологій є поява необанків – цифрових банків нового покоління. Необанки характеризуються рядом переваг пов'язаних із відсутністю структурних підрозділів та банківських відділень, що дозволяє економити час клієнтам та фінансові витрати на утримання таких закладів керівництву необанків; мають цілодобовий режим роботи з надання банківських послуг без прив'язки географічного розташування клієнта, що сприяє залученню клієнтів, які постійно їздять за кордон; їх діяльність здійснюється за рахунок Інтернету, тому є необхідність у постійному доступі до мережі Інтернет; швидка трансформація банківських послуг, орієнтованих на потреби клієнтів; мають спрощену процедуру відкриття таких банків у порівнянні з традиційними тощо.

Першим українським необанком, який і наразі демонструє чудові показники діяльності, став Монобанк. Цей банк, отримавши ліцензію від АТ «Універсал Банк», не маючи філій та банківських відділень, всі послуги

здійснює за допомогою мобільних додатків. Спілкування з клієнтами здійснює за допомогою програм обміну миттєвих повідомлень Viber, Facebook, Telegram.

Сучасна концепція маркетингу банківських комунікацій асоціюється зі створенням бренду, що забезпечує та сприяє зростанню прибутків і продажів. Важливо впроваджувати інноваційні рішення у створення реклами банківських установ, при цьому враховуючи фізичні та психологічні потреби клієнтів і споживачів. На основі функціональних властивостей бренду вітчизняні банки забезпечують успішне просування власних послуг. Україна має високий потенціал до ефективного та швидкого розвитку фінтех-індустрії. Саме тому потрібно постійно розвивати та вдосконалювати напрямки просування банківських продуктів, що передбачає впровадження міжнародних стандартів у вітчизняну практику для максимального наближення українського фінансового ринку до світового.

Список літератури:

1. Луців Б. Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1293>.

2. Міщенко В. І., Міщенко С. В. Маркетинг цифрових інновацій на ринку банківських послуг // Фінансовий простір. 2018. № 1 (29). URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/570/568>.

УДК 004.8:336.71

Лобозинська С. М.

д.е.н., професор, професор кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У МАРКЕТИНГУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Технології штучного інтелекту надають нові можливості у виявленні потреб споживачів фінансових послуг, що дозволяє підвищити ефективність маркетингової діяльності банку. Під штучним інтелектом (ШІ) і машинним навчанням розуміють спектр алгоритмів, які вирішують завдання, характерні для взаємодії людини із зовнішнім середовищем (наприклад, розпізнавання та генерація мови, текстів, зображень і шаблонів поведінки, прогнозування поведінки на основі попередніх даних).

Поєднання штучного інтелекту з аналізом великих баз даних дозволяє розробити персоналізовані профілі клієнтів [1], здійснювати прогнозування споживчого попиту та розробку цільової реклами. За допомогою застосування штучного інтелекту фінансові посередники вдосконалюють свої бізнес-процеси [2]. Застосування штучного інтелекту у фінансових послугах включає: створення чат-ботів і віртуальних помічників, прийняття рішення про андеррайтинг і кредитування, розширення зв'язків з менеджерами, виявлення

шахрайства, персоналізоване банківське обслуговування, автоматизацію процесів, кредитний скоринг і аналітику [3].

Застосування ШІ дає можливість обслуговувати більшу кількість клієнтів, збільшити частку ринку і підвищувати дохідність бізнесу за умови зниження сукупних витрат. За умови масштабного використання цієї технології банки можуть отримувати визначальну конкурентну перевагу у тому числі і на глобальному ринку.

Банки, використовуючи ШІ, можуть суттєво покращити 4 напрями своєї роботи: більш якісно залучати нових клієнтів, покращити життєву цінність клієнта (life-time value), зменшити витрати та кредитний ризик. Це особливо важливо в умовах конкуренції за клієнтів, а також при входженні на великі ринки, де банки змушені конкурувати з технологічними компаніями та екосистемами.

ШІ може суттєво підвищити результативність маркетингу у залученні нових клієнтів шляхом використання розширеної аналітики щодо поведінки клієнта. Обробляючи наявну інформацію, банки можуть пропонувати персоналізовані фінансові послуги на цільовій сторінці.

Застосування технологій ШІ дозволяє відмовитися від масових розсилок. Розуміючи потреби клієнтів із різних сегментів, аналізуючи реакцію на попередні сповіщення і готовність заплатити за послугу, банк може визначити оптимальний канал для надсилання інформації в найбільш сприятливий час для клієнта. Підвищення якості обслуговування відображається на конверсії.

Ще однією перевагою застосування ШІ банками є зниження тривалості розгляду кредитних заявок клієнтів. ШІ дозволяє реалізовувати схеми кредитування на основі аналізу даних клієнтів в режимі реального часу. Окрім цього, провідні банки використовують розширену аналітику і машинне навчання для автоматизації процесу встановлення кредитного ліміту позичальнику. Технологія OCR (оптичного розпізнавання символів) в таких банках використовується для обробки даних із звичайних джерел таких, як виписки із особового рахунку, податкові декларації, рахунки за комунальні послуги [4]. За таких умов банки можуть швидко оцінити дохід клієнта і його здатність погашати платежі за кредитом.

За допомогою ШІ, базуючись на високоточних моделях машинного навчання для оцінки ризиків, банки можуть досягти справедливого ціноутворення, пропонувати конкурентоспроможні процентні ставки та зберігати низькі затрати на контроль за ризиками.

Обслуговування клієнтів в цифрових каналах відкриває нові можливості не лише для банків, але й для шахраїв. Найбільш розповсюдженими є крадіжка особистих даних, шахрайство із сторони працівників, партнерів, клієнтів, а також відмивання коштів та порушення санкцій. Банки повинні постійно модернізувати свої моделі виявлення і попередження шахрайства. Більш точна ідентифікація підозрілих клієнтів дозволить підвищити відсоток погодження видачі кредитів без збільшення кредитного ризику.

Ще одним напрямом застосування ШІ у банківському маркетингу є

виявлення клієнтів, які є неактивними користувачами фінансових послуг банку. Активна взаємодія з клієнтом – це основний спосіб підвищити цінність для клієнта. Банки - лідери ринку використовують розширену аналітику для виявлення найменш задіяних клієнтів, які можуть припинити взаємодію з банком, а також для того, щоб зберегти їх. Кожна персоналізована пропозиція повинна надходити найбільш зручним каналом та в найсприятливіший час для клієнта. Наприклад, аналізуючи структуру видатків та пошукові запити клієнта, банк може виявити потребу клієнта у кредиті на придбання побутової техніки. Аналіз даних щодо використання продуктів банку також може виявити сфери, у яких можна зробити клієнту більш вигідну пропозицію, яка відповідає його поточним потребам.

Отже, підвищення конкурентоспроможності та прибутковості банку у сучасних умовах можна досягнути шляхом активного впровадження штучного інтелекту та машинного навчання у концепцію маркетингової стратегії банку. Ця технологія сприяє створенню ефективного банківського продукту, який дозволяє зменшувати витрати та збільшувати прибутковість за належного рівня контролю за ризиками. Разом з тим, розробляючи персоніфіковані продукти для своїх клієнтів, виникає занепокоєння щодо етичного використання даних, запобігання застосування в алгоритмах упереджень та дискримінації (наприклад, за статтю та расою). Це повинно лягти в основу подальших наукових досліджень.

Список літератури:

1. Payne, E.H.M., Peltier, J. and Barger, V.A. (2021), “Enhancing the value co-creation process: artificial intelligence and mobile banking service platforms”, *Journal of Research in Interactive Marketing.*, Vol. 40 No. 6, pp. 1102-1132, doi: 10.1108/IJBM-09-2021-0438.
2. Arli, D., van Esch, P., Bakpayev, M. and Laurence, A. (2020), “Do consumers really trust cryptocurrencies?”, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 39 No. 1, pp. 74-90.
3. Riikkinen, M., Saarijarvi, H., Sarlin, P. and Lehteenmaki, I. (2018), “Using artificial intelligence to create value in insurance”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 40 No. 6, pp. 1248-1271.
4. AI-powered decision making for the bank of the future. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MPG-ml_2022.pdf?v=4 (дата звернення 09.10.2022).

Матківська Г. Р.
аспірантка кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ У БАНКІВСЬКОМУ БІЗНЕСІ ТА ПЕРЕДУМОВИ ЇХ РОЗВИТКУ

Швидкий розвиток сфери інформаційних технологій безпосередньо вплинув на економічні процеси в національній та світовій економіках, у тому числі включаючи зміни у функціонуванні банківського ринку. Сьогодні на часі є розвиток новітніх фінансових продуктів та послуг у фінансовому бізнесі. Таким прикладом є розвиток банківських установ, що функціонують та працюють у режимі реального часу без банківських відділень (необанків, або як ще їх звично називають «віртуальні банки», «цифрові банки» чи «мобільні банки»). Такі банки успішно реалізують широке коло традиційних банківських операцій пов'язаних із обслуговуванням клієнтів, розрахункове обслуговування, відкриття рахунків у національній та зарубіжній валюті, надання послуг кредитування та відкриття депозитних рахунків, забезпечення отримання грошових переказів, страхування та здійснення біржових операцій тощо.

Основні передумови розвитку фінансових технологій у банківському бізнесі:

- прагнення до інновацій, підвищені вимоги до зручності користування послугами, задоволення вимог клієнтів;
- збільшення популярності користування соціальними мережами та інтернет-банкінгу;
- втрата довіри клієнтів до традиційного банкінгу;
- збільшення кількості користувачів мобільним інтернетом тощо.

Досліджуючи нові тенденції цифрової трансформації банківського бізнесу за останні роки, бачимо, що значно збільшилось в обсягах функціонування мобільного банкінгу в Україні та тенденції до подальшого розширення спектру банківських послуг засобами мобільних додатків.

Світова тенденція впровадження сучасних інноваційних технологій у реалізації фінансових послуг, шалений попит до соціальних мереж, доступність мережі Інтернету, онлайн магазинів та універсальних пошукових систем, формування покоління мобільних додатків та смартфонів – все це разом сприяє змінам у функціонуванні банківських систем світу та появі віртуальних банків, так званих необанків. Наразі в Україні діють декілька цифрових банків: Monobank, Sportbank, Todobank, O.Bank, Neobank, Izibank, Банк Власний Рахунок, однак всі вони є цифровими додатками до звичайного банку [1]. Новітні банківські установи виходять за рамки фінансової сфери та надають широкий спектр послуг, враховуючи час та зручність клієнтів. Враховуючи всі ці обставини у сучасному світі з'явилася потреба у нових інноваційних типах банків.

Рівень впровадження інтернет-банкінгу в Україні представлено на рис. 1.

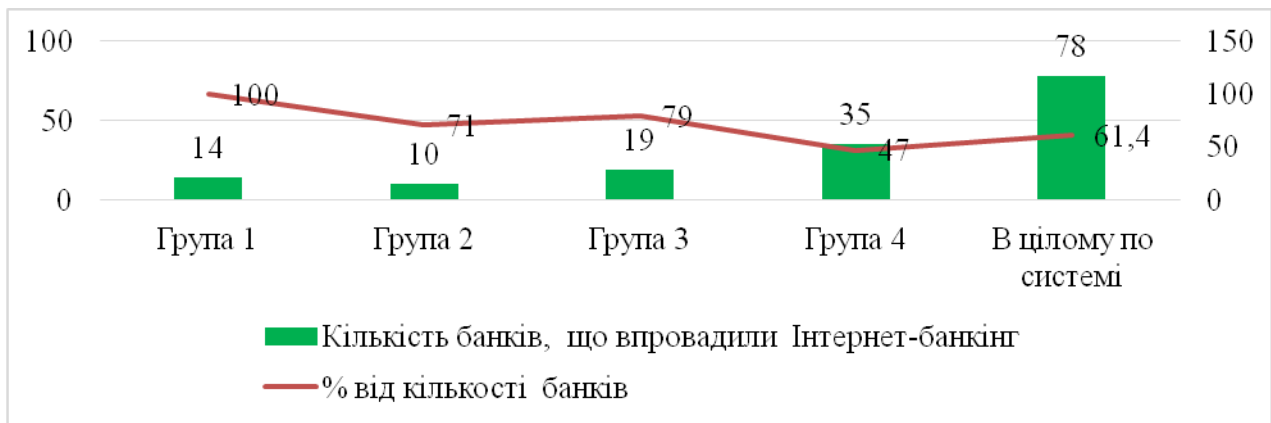


Рис. 1. Рівень впровадження інтернет-банкінгу в Україні

Джерело: складено автором за даними [2]

Як бачимо з рисунку 1, кількість банків, що впроваджують Інтернет-банкінг постійно зростає, і це відкриває для фінансової установи нові можливості на ринку та збільшення клієнтської бази. Новітні технології дозволяють не тільки надавати безпосередньо банківські послуги за допомогою систем дистанційного обслуговування, а й надавати додаткові послуги, наприклад з купівлі квитків на транспорт і бронювання готелів тощо. Кожного дня більше півмільйона клієнтів здійснюють банківські операції через POS-термінали, використовуючи технологію NFC: замовляють таксі, оплачують товари та послуги, керують кредитами та депозитами, замовляють доставку піци або води, поповнюють мобільні телефони.

Серед найбільш поширених інноваційних моделей банківського бізнесу прийнято вважати три такі: «Розумний багатоканальний банк», «Соціально зорієнтований банк» і банк у вигляді «Фінансової/нефінансової цифрової екосистеми» [1]. Більшість банків дотримуються моделі «Розумний багатоканальний банк», що базується на мультиканальній інтеграції, що фокусується на цифрових каналах і інтегрованій архітектурі. Лідером за впровадженням Інтернет-технологій в Україні, безперечно, є «ПриватБанк», база якого давно перевищує мільйон осіб.

Таким чином, основними перевагами інтеграції цифрових інновацій є швидкість операцій, зникла необхідність розширення мережі відділень банків, поступовий перехід від офлайн до онлайн і мобільного банкінгу; зручність отримання банківської послуги та її унікальність; збільшення обсягів продаж; зростання доходів банківських установ; підвищення економічної ефективності.

Список літератури:

1. Іршак О. С., Творидло О. І. Розвиток необанків в Україні // Економіка та суспільство. 2022. № 36. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1135/1093>.
2. Огляд банківського сектору. НБУ. 02/2019. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=88238661>.

ВІРУСНИЙ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Для забезпечення ефективного розвитку ринку банківських послуг у сучасному активному інформаційному просторі, необхідне застосування таких технологій, які дають змогу формувати з клієнтами тривалі, побудовані на довірі відносини. Одна з таких технологій – вірусний маркетинг, який активно розвивається і спрямовується на потенційних клієнтів, які при виборі певного банківського продукту, орієнтуються не на пропозиції банку чи реклами, а на думку певних референтних груп.

Маркетинг взаємовідносин з клієнтами банку – це діяльність, спрямована на побудову та підтримку довгострокових відносин з метою одержання спільної вигоди та забезпечення ефективного розвитку ринку банківських послуг. Сучасною складовою маркетингу взаємовідносин є вірусний маркетинг. На нашу думку, це діяльність, що базується на заохоченні споживачів до ефективної передачі маркетингового повідомлення іншим особам з метою підвищення впізнаваності як банківських продуктів, так і банку загалом.

Для успішної реалізації маркетингової вірусної діяльності в банках потрібно дотримуватись таких принципів:

- чіткості у реалізації запланованих дій, із обґрунтуванням та визначенням конкретних інструментів, дат та змін, коли буде посилюватися до банку інтерес;
- масовості аудиторії, яка буде поширювати повідомлення. Ці клієнти мають бути активними користувачами мережі Інтернет, якщо вірус запущений у мережі інтернет;
- легкості розповсюдження, що передбачає відсутність жодних складнощів при просуванні вірусу. Для цього – заздалегідь забезпечити для цього вірус усіма необхідними технічними можливостями;
- унікальності – вірус має бути новим, унікальним, що буде сприяти його розповсюдженню серед реальних та потенційних клієнтів банку;
- моніторингу застосовуваних вірусів, що передбачає систематичне відстежування усіх подій в мережі, зокрема думок блогерів, повідомлень на форумах тощо;
- готовності до негативу – заздалегідь продумати дії щодо негативного сприйняття запланованих заходів. Важливо, щоб це не мала негативний вплив на ділову репутація банку. Саме тому надзвичайно важливим для банківських установ є налагодження певних контактів з лідерами цільових референтних груп та сприяння поширенню позитивної інформації про банк всередині них.

У своїй маркетинговій діяльності, банки використовують або можуть використовувати кілька видів вірусного маркетингу залежно від фінансових ресурсів, мети та очікуваного результату від застосовуваних заходів:

1. pass-along – використання медійних засобів (відеороликів, презентацій, аудіо модулів, картинок, фотографій, тематичних ігор тощо);

2. incentivized viral – визначення винагороди за поширення інформації про банк чи банківські послуги, які надають самі клієнти серед цільової аудиторії;

3. undercover – створення попередньої інформації серед потенційної цільової аудиторії з метою формування зацікавленості в пропозиціях банківської установи;

4. buzz – зосередження уваги цільової аудиторії на проведенні якогось масового заходу.

Вірусний маркетинг банки можуть використовувати у різних ситуаціях:

1. при виведенні нового бренду (банку, банківської послуги) на ринок, при зміні бренду;

2 з метою підвищення впізнаваності банку, особливо у кризових ситуаціях;

3. з метою активізації використання корпоративного сайту банк.

Оскільки банк постійно працює із клієнтами, у «вірусному» маркетингу клієнти виконують роль носіїв інформації про банк та послуги, які він пропонує. З огляду на це, виділимо такі категорії клієнтів, виходячи із їх прихильності до банку:

- надійні клієнти є цільовою аудиторією банку, вже давно успішно користуються послугами даного банку, постійно беруть участь в різноманітних програмах лояльності банку і імовірність того, що вони перенесуть свою увагу на інший банк в найближчій перспективі часу мінімальна;

- клієнти із середнім рівнем надійності – клієнти, які користуються послугами даного банку протягом тривалого періоду, однак менше ніж надійні клієнти. Такі клієнти не часто перейдуть на обслуговування у інший банк, тому імовірність переходу їх до іншого банку низька, проте для залучення їх до «вірусного» маркетингу необхідно ще часу;

- ненадійні клієнти – клієнти, які користуються послугами банку не тривалий період часу, вони могли скористатися послугами цього банку випадково або вперше, імовірність того, що вони покинуть його дуже висока, тому працювати із такими клієнтами у напрямку вірусного маркетингу недоцільно у даний момент часу.

Таким чином, вірусний маркетинг – спосіб просування банківських послуг, що вимагає чіткого планування, тривалого вибудовування дружніх відносин зі споживачем. У реальних умовах на процес просування маркетингових комунікацій впливає низка додаткових чинників різноманітного характеру, які мають велике значення при плануванні та виборі маркетингових технологій. Особливо важливими є чинники взаємовідносин, які визначають особливості побудови системи комунікації – клієнти, безпосередньо банківські установи, об'єднання банків.

УДК 336.77:339.138](477)

Владичин У.В.

д.е.н., професор, професор кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМ КРЕДИТУВАННЯМ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

На різних етапах розвитку український ринок переживає як зростання, так і спад обсягів кредитування, особливо активно коливаються обсяги споживчих кредитів для населення. Разом з цим зростає і ризик неповернення боргів. Значні корективи у кредитну діяльність вітчизняних банків внесли військова агресія росії та бойові дії на сході України з 2014 року, а також повномасштабна війна, яка розпочалась наприкінці лютого 2022 року. Це призвело до втрати понад 20 % кредитного портфеля банків та більшої частини забезпечення під усі кредити, а особливо іпотечні.

Непрацюючі кредити (NPL) почали стрімко зростати ще з середини 2014 р. У 2017 році стався номінальний стрибок через перехід на міжнародні стандарти визначення непрацюючих активів. Банки визнавали реальну якість кредитів із запізненням. На це вказує зростання прострочень за кредитами, що згодом стали NPL. Намагаючись віддалити збитки акціонерів, фінансові установи проводили короткострокові реструктуризації та капіталізували проценти [2]. У таких умовах НБУ активно робив систему прозорішою: посилював контроль за розрахунком кредитного ризику, запроваджував міжнародні норми його оцінювання, проводив стрес-тестування найбільших боржників. Це позитивно вплинуло на зменшення обсягів непрацюючих кредитів, наданих банками.

Скорочення кількості банків та збройна агресія росії на сході України у 2014 році значно погіршили якість кредитних портфелів банків та вплинули на скорочення банківського кредитування загалом. А повномасштабне вторгнення росії та війна в Україні з 24 лютого 2022 року і надалі вплинули на зростання непрацюючих кредитів банків (рис. 1).

І хоча із початком війни банки продовжували обслуговувати видані кредити, однак надання нових кредитів було призупинено багатьма банківськими інституціями. Пригальмувати падіння обсягів кредитування допомогло запровадження пільгових умов кредитування для підтримки малого і середнього бізнесу та введення кредитних канікул для позичальників.

З даних рисунку 1 бачимо порівняння обсягів кредитного портфеля та частки NPL в кредитному портфелі банків в Україні протягом першого півріччя 2020, 2021 та 2022 рр. Так, якщо станом на початок березня 2022 р. частка NPL складала 26,6 %, то вже на 01.07.2022 р. вона зросла до 29,7 %. Протягом

попередніх періодів бачимо хоч і не значне, але стабільне її зниження. А в абсолютному значенні обсяг непрацюючих кредитів у 2021 році зменшився на 85,2 млрд. грн.

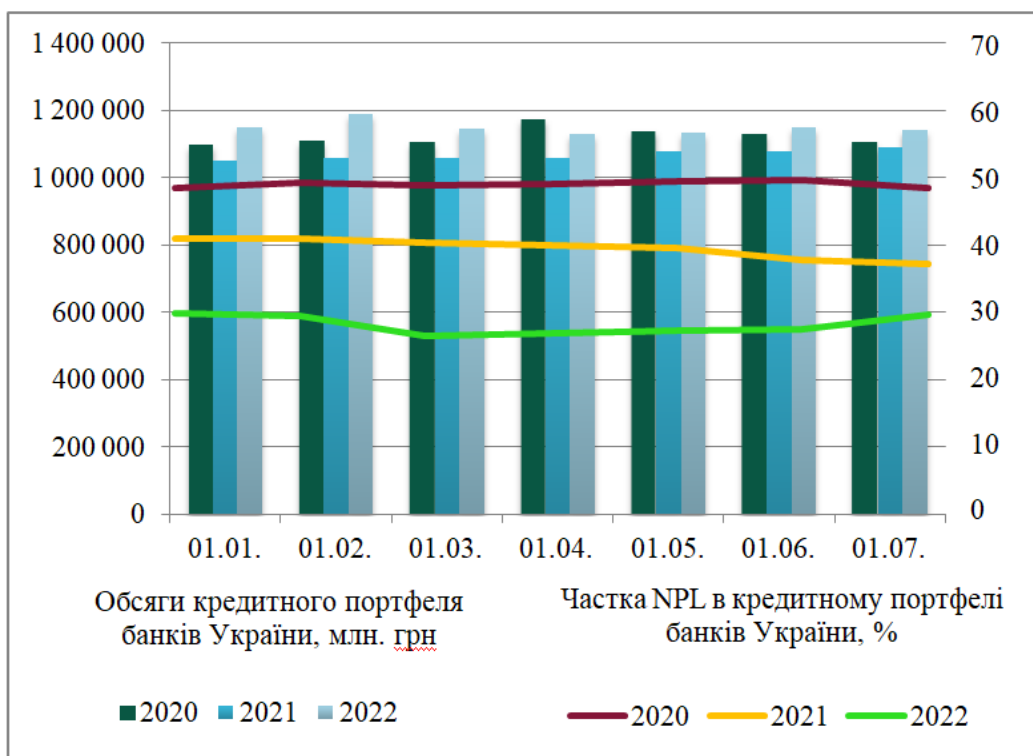


Рис. 1. Обсяги кредитного портфеля банків України та частка NPL, перше півріччя 2020, 2021, 2022 рр.

Джерело: Побудовано за даними НБУ [1]

За даними НБУ, найбільші обсяги NPL станом на 01.07.2022 р. мали такі банківські установи: АТ КБ «Приватбанк» (175 083 млн грн), АТ «Ощадбанк» (50 221 млн грн), АТ «Укрексімбанк» (39 131 млн грн), АТ «Альфа-Банк» (13 980 млн грн), АБ «Укргазбанк» (10 870 млн грн), ПУМБ (6 666 млн грн), АТ «ОТП Банк» (4 586 млн грн), АТ «Райффайзен Банк» (4 239 млн грн), АТ «Банк Кредит Дніпро» (3 195 млн грн), АТ «Ідея Банк» (3 169 млн грн). Також можемо побачити, що до ТОП-10 банків за найбільшими обсягами NPL входять усі банки з державною часткою і більшість банків іноземних банківських груп.

Маркетингове управління у сфері банківського кредитування можна розглядати як комплекс дій з аналізу, планування та контролю за проведенням заходів, які спрямовані на залучення клієнта, мінімізацію втрат, підвищення прибутковості та конкурентоспроможності банківських кредитних послуг на ринку. Маркетинг є одним із тих напрямів діяльності, який дозволяє компанії виживати на ринку за рахунок пошуку нових ніш, перебудови продуктової політики та спрямування на надання нових видів послуг, пошуку нових резервів підвищення ефективності діяльності установи.

Маркетинговий підхід до управління у сфері банківського кредитування передбачає застосування індивідуальної орієнтації на споживача (клієнта) у

частині розроблення заходів щодо повернення кредитної заборгованості та зменшення обсягів недіючих кредитів у кредитному портфелі банку загалом. Саме в умовах війни в Україні для підтримки розвитку фінансового бізнесу банківські та небанківські фінансові установи повинні застосовувати різні маркетингові інструменти. Вагоме значення у цьому процесі має пошук різноманітних напрямів забезпечення належного рівня прибутковості банку, зокрема через його взаємодію із державою через державні програми пільгового кредитування.

Державну підтримку банківського кредитування в період війни в Україні можна прослідкувати через застосування державних програм, а зокрема програми «Доступні кредити 5-7-9%» (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка кредитування за Державною програмою «Доступні кредити 5-7-9%», 01.01.2022-01.07.2022 рр. [4]

Період	Кількість банків у програмі, шт	Кількість укладених кредитних договорів, шт	Сума укладених кредитних договорів, млрд грн
01.01.2022	40	28597	81,4
01.02.2022	40	32091	85,2
01.03.2022	40	34370	89,6
01.04.2022	40	36213	93,6
01.05.2022	42	37724	102,6
01.06.2022	42	39362	117,9
01.07.2022	42	45177	128,3

З даних таблиці 1 простежуємо зростання обсягів державної підтримки за програмою «Доступні кредити 5-7-9%». Таке зростання спостерігається протягом усього аналізованого періоду. У травні зросла також і кількість банків, які приєдналися до програми, з 40 до 42. Усього станом на 01 липня 2022 року було укладено кредитних договорів на суму 128,3 млрд грн., що майже в 1,6 разів більше порівняно з початком року. Найбільші обсяги фінансування отримали Київська, Львівська, Хмельницька та Кіровоградська області. Кредити надавалися як діючим позичальникам, так і таким, які вперше зверталися до банків. Достатньо великий кредитний портфель було сформовано у Харківській, Донецькій, Запорізькій, Сумській та Чернігівській областях.

Отже, у результаті проведеного аналізу стану проблемної заборгованості клієнтів банків показали, що найвище значення показника частки проблемних кредитів банків зафіксоване на початок 2018 року, що є безпосередньою загрозою економічній безпеці банків. І хоча протягом наступних періодів якість кредитних портфелів банків покращувалась, то політична ситуація в країні, введення воєнного стану та повномасштабна війна в Україні негативно позначилась на кредитній діяльності та якості кредитних портфелів банків. До позитивних результатів реалізації підтримки державою належного обсягу кредитування економіки можна віднести: створення умов із відтермінуванням виконання боргового зобов'язання із метою забезпечення позичальників

достатнім рівнем платоспроможності для виконання зобов'язань перед державою та за прямими партнерськими контрактами; розширення дії державних програм пільгового кредитування та розроблення нових, зокрема із підтримки експортного потенціалу підприємців та бізнесів; залучення до процесу кредитування ресурсів спеціалізованих державних інституцій тощо.

Список літератури:

1. Дані про обсяги кредитів та частку непрацюючих кредитів у розрізі банків України з 2006 року / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/stability/npl>.

2. Звіт про фінансову стабільність. Червень 2019 року https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2019-R1.pdf?#page=17.

3. Про деякі питання діяльності банків України та банківських груп : постанова Правління НБУ № 23 від 25 лютого 2022 р. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0023500-22#Text>.

4. Інформація про результати Державної програми Доступні кредити 5-7-9. URL: <https://bdf.gov.ua/uk/informaciya-pro-rezultati-derzhavnoji-programi-dostupni-krediti-5-7-9>.

УДК 658.012.4:336

Ковалюк О. М.

д.е.н., професор, професор кафедри обліку і аудиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ДІЯ КЛАСИЧНИХ ПРИНЦИПІВ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ВІЙСЬКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Розкривається дія класичних принципів фінансового менеджменту, запропонованих англійським ученим Робертом Геллером. Ці принципи автор назвав як заповіді для фінансових менеджерів. Оскільки їх десять, ми назвали їх принципами аби не виникали паралельні думки з десятима Заповідями Божими. Вказані принципи наведені в книзі Р. Геллера “Заповітна мрія менеджера” і ввійшли у підручник з фінансового менеджменту [1, с.21].

Нами уже була зроблена спроба адаптації названих принципів фінансового менеджменту до тодішніх умов господарювання в Україні, то було дванадцять років тому [2, с.300-305], ще до першого нападу росії на Україну в ХХІ столітті: ще не було анексії Криму і захоплення частини Донецької і Луганської областей.

Розглянемо як сьогодні, під час широкомасштабної агресії росії проти України, функціонують задекларовані англійським вченим принципи фінансового менеджменту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідно зазначити, що українськими вченими також розроблені принципи фінансового менеджменту [3]. Наступні принципи англійського вченого Р. Геллера не заперечують, а доповнюють принципи фінансового менеджменту, розроблені українськими вченими.

Принципи фінансового менеджменту Р. Геллера виглядають так:

- 1) необхідно думати, перш ніж діяти, бо гроші люблять рахунок;
- 2) добре управління є наслідком доброї ідеї;
- 3) менеджер не доводить власної неправоти;
- 4) доходи мають перевищувати видатки;
- 5) вимоги до фінансового менеджменту більші, ніж його можливості;
- 6) менеджер або може зробити свою роботу, або не може;
- 7) якщо дії передбачають складні розрахунки, потрібно відмовитися від таких дій;
- 8) хибну ціль досягають хибними способами;
- 9) якщо пробувати неможливе, все буде втрачено;
- 10) найліпший спосіб робити гроші – перестати їх губити.

Розглянемо як діють ці принципи в Україні під час війни.

1. Згідно першого принципу: зрозуміло, що гроші люблять рахунок. Р. Геллер не подає жодних коментарів до своїх принципів. Це спробуємо зробити ми: фінансовий менеджер, подібно до юриста, є найманою особою, і тоді, як юрист повністю відповідає за правові відносини в фірмі, менеджер, так само, повністю відповідає за фінансові відносини фірми, в якій він працює, з усіма фізичними і юридичними особами цієї фірми. Тут ще слід додати, що менеджер (як і юрист) не є власником грошей, якими він розпоряджається. Знаючи, що він має пройти два етапи аби фірма дозволила йому придбати привілейовані акції: перший – повністю ввійти в довіру фірми, і на цьому етапі менеджер зможе тільки придбати прості акції, а вже на другому етапі менеджер стає на вищий рівень, він уже є представником “верхівки” фірми. Менеджер не зменшує свою активність, а навпаки старається якнайкраще використовувати вільний капітал фірми. Під час війни менеджер, не залежно від рівня, де він працює, має основне завдання: забезпечити найвищу ефективність роботи фірми, підприємства, корпорації, зрештою, і держави, якщо це не є заборонена діяльність.

2. По другому принципу: фінансовий менеджер – це творча інтелігентна особа, яка завжди гостро відчуває реальний стан речей в державі і на підприємстві, Особливо це проявляється під час війни, коли треба негайно приймати нестандартні рішення. І ми бачимо, що такі рішення приймаються. Це відчувається на результатах і успіхах ЗСУ.

3. Третій принцип свідчить про можливі недорозуміння між високопрофесійним фінансовим менеджером і “верхівкою” компанії, які часом не розуміють до кінця пропозиції менеджера, і ці недорозуміння не завжди завершуються перемогою менеджера, це при тім, що професіоналізм менеджера беззаперечний. Менеджер, маючи високу репутацію, покидає компанію, яка дуже швидко, пересвідчившись на практиці в реальності пропозицій менеджера, готова його повернути на своє робоче місце і навіть зі значно вищою

оплатою. Це свідчить про високий рівень демократії і зрілість суспільства, що спостерігаємо в Україні під час війни і, остаточно, наступить після її завершення.

4. При четвертому принципі доходи мають перевищувати видатки. Суть в тому, що під час війни цей показник може мати інший вимір, і найважливішим тут є потреба суспільства в певній кількості продукції, яку випускає дане підприємство, зважаючи на те, що іде жорстока війна, а вже після війни цей принцип зможе діяти в повній мірі.

5. П'ятий принцип цілковито зорієнтований на індивідуальну спроможність фінансового менеджера, бо від нього вимагають більшого результату за його можливості. Це особливо спостерігається під час війни. Суспільство простить менеджеру недостатній рівень професіоналізму і з вдячністю одобрить його оригінальні дії і поступки, які несуть користь державі.

6. Під час війни шостий принцип, який свідчить про те, що менеджер або може або не може зробити свою роботу, повинен бути “замороженим” до завершення війни.

7. Із сьомого принципу витікає, що якщо дії менеджера передбачають складні розрахунки, то треба відмовитися від таких дій. Зрозуміло, що тут йдеться не про складні розрахунки, яких менеджер ніколи не боїться, а про ту несподівану ситуацію, в яку попадає менеджер, Проте він, як завжди, і з цієї ситуації знаходить вихід. Під час війни (і не тільки) таких ситуацій є значно більше і часом за успішний вихід з такої ситуації треба платити більшу ціну.

8. При восьмому принципі хибну ціль досягають хибними шляхами. На нашу думку, цей принцип разом із шостим принципом треба “заморозити” до кінця війни – суспільству не потрібні хибні цілі.

9. У дев'ятому принципі при спробі зробити неможливе, можна втратити більше, а часом - все. Пам'ятаючи теорію граничної корисності або обов'язкову процедуру перевірки фінансового стану майбутнього клієнта факторингової компанії і потреби суспільства в продукції, яку факторингова компанія збирається прокредитувати, тобто фактор-компанія вивчає маркетинг, потреби ринку в цій продукції. Якщо цього не буде зроблено, факторингова компанія може прогоріти (тобто збанкрутувати). Цей принцип має особливу дію під час війни, він потребує особливої уваги при прийнятті екстремальних рішень.

10. Десятий принцип, коли автор вважає, що найкращим способом робити гроші – це перестати їх губити, треба, очевидно, розуміти так, що гроші краще не витратити без потреби. Треба просто довіритись досвідченому менеджеру. Війна в Україні підтвердила достовірність цих думок.

Висновки

1. В загальному класичні принципи фінансового менеджменту розроблені Р. Геллером для мирних умов господарювання. Вони мають право на застосування і в умовах війни, але в такому випадку їхня дія є специфічна (дещо обмежена), а в деяких випадках цілком не коректна.

2. Це стосується шостого принципу “Менеджер або може зробити роботу, або не може”, а також восьмого принципу “Хибну ціль досягають

хибними способами”.

3. Щодо шостого принципу, справа в тому, що менеджер завжди “мусить вміти” виконати будь-яке завдання. В ідеальному суспільстві та ще може у мирних умовах господарювання це можливо, але коли іде війна, тобто є екстремальні умови, немає часу на експерименти. Треба ставити на такого менеджера, який таки зможе виконати поставлене завдання.

4. Стосовно восьмого принципу, під час війни не коректно ставити і розглядати питання як менеджер буде досягати хибні цілі, тобто заздалегідь планувати для менеджера спеціальну пастку.

5. З цього приводу пропонуємо шостий і восьмий принципи фінансового менеджменту “заморозити” допоки ведеться війна.

Список літератури:

1. Фінансовий менеджмент: підручник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М.І. Крупки; [М.І. Крупка, О.М. Ковалюк, В. М. Коваленко та ін.]. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 440 с.

2. Ковалюк О. М. Адаптація класичних принципів фінансового менеджменту до сучасних умов господарювання в Україні // Формування ринкової економіки. 2012. Вип.26, ч. 1. С.300–305.

3. Фінансовий менеджмент / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрогін. – К.:КНЕУ, 2005. – 536 с.

УДК 330:[005.21:005.521]:005.6

Майовець Є.Й.

д.е.н, професор, завідувач кафедри маркетингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Хіч Р.Я.

аспірант кафедри маркетингу,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Головчак Ю.В.

аспірант кафедри обліку та аудиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Скорочення доходів населення України, зростання цін на продукцію промислового виробництва обумовили зростання попиту на молоко та молокопродукти, які пропонують домашні та фермерські господарства на ринку. Це негативно позначається на величині попиту на продукцію молокопереробних підприємств, які повинні активізувати свою комунікаційну діяльність з акцентом на якість пропонованих на ринку товарів та їхню

відповідність наявним стандартам, дотримання належних санітарно-гігієнічних умов при їх виробництві, постійно проводити дослідження потреб клієнтів, пропонуючи їм нові товари та шукати нові ринки збуту.

Щодо виробництва молока і продуктів з нього в Україні загалом, то тут простежується спадна динаміка за усіма видами молочної продукції. За даними рис. 1 можна зробити висновок про те, що виробництво молока та вершків незгущених жирністю > 1% в Україні досягло максимального значення за досліджуваний період у 2013 р. і складало 542,72 тис. т, а найнижчого – у 2020 р. (433,66 тис. т). Хоча у 2015-2019 рр. відбулося незначне збільшення виробництва молока та вершків незгущених до 474,42 тис. т. Аналогічно є ситуація у виробництві масла вершкового жирністю < 85 %, сиру свіжого, сиру твердого та молока, йогуртів, кефіру, сметани та інших ферментованих продуктів. Так, зокрема, у 2020 р. порівняно із 2013 р. виробництво молока та вершків незгущених жирністю > 1% зменшилося на 20,1 %; масла вершкового жирністю < 85 % – на 6,85 %; сиру свіжого, неферментованого – на 11,93 %; сиру твердого – на 39,68 % та молока, йогуртів, кефіру, сметани та інших ферментованих продуктів – на 18,99 %.

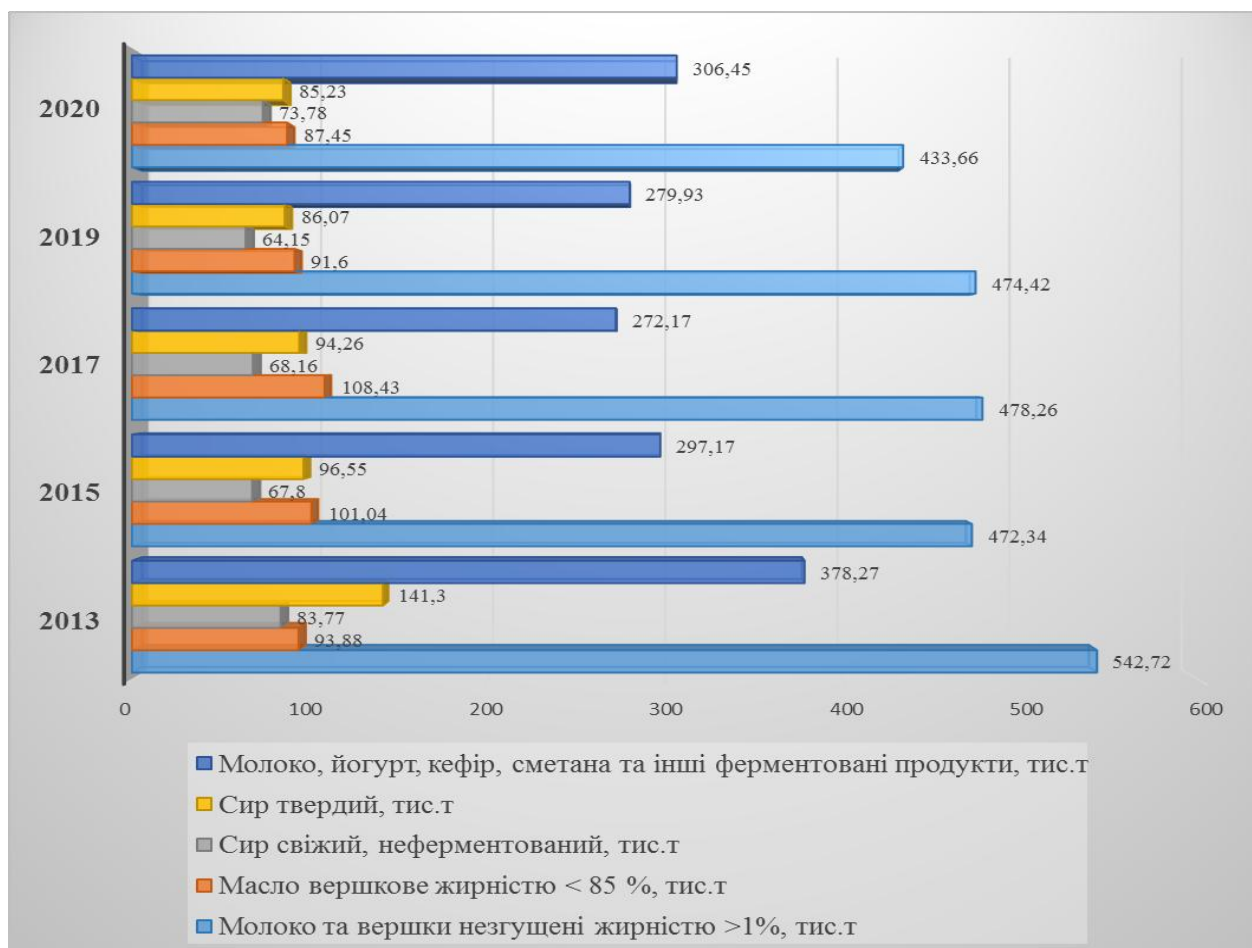


Рис. 1. Виробництво молока та інших видів молочної продукції підприємствами в Україні у 2013-2020 рр., тис. т [1]

Таке прордемонстроване скорочення обсягів виробництва молока та різних видів молочної продукції в Україні у період 2013-2020 рр. зумовлено, насамперед, такими причинами: зменшенням обсягів виробництва молока за рахунок скорочення поголів'я корів зокрема; поступове підвищення закупівельних цін на основну сировину – молоко; невисокий рівень завантаження потужностей в результаті недостатньої кількості сировини; зниження попиту на молочну продукцію в зв'язку із недостатньо високою купівельною спроможністю населення та тенденцією до зменшення його чисельності; високий рівень конкуренції з боку потужних підприємств, оснащених сучасним обладнанням і технологіями тощо.

Дії більшості молокопереробних підприємств України за усі роки реформ спрямовувались на максимізацію поточного прибутку. Володіючи монополією у зоні заготівель сировини, підприємства максимум зусиль докладали для спрямовувались на забезпечення прибутку шляхом формування низьких закупівельних цін. Закупівельні ціни формувались на рівні, нижчому від собівартості молока, виробленого у сільськогосподарських підприємствах. В останніх намітилась тенденція зменшення поголів'я корів і обсягів виробництва молока. Виникли проблеми із закупівлями сировини. Аналізуючи динаміку кількості молокопереробних підприємств в Україні можемо говорити про її позитивні тенденції. Так, порівняно із 2013 р. кількість підприємств, що виробляють молочні продукти зросло на 93 одиниці (14,5 %) у 2020 р.; підприємств, що займаються переробкою молока та виробництвом масла та сиру – на 92 одиниці (17,03 %); що займаються виробництвом морозива – на 1 одиницю (1,0 %) [2].

Враховуючи особливості українського ринку з його браком інформації і невизначеністю, яку вносить війна між Російською Федерацією та Україною, при формуванні маркетингових цілей на сьогодні дуже мало змінних є відомими. Рішення приймаються в умовах відсутності та високої вартості необхідної інформації. Тому, очевидним буде зробити припущення про схильність до короткострокової стратегії стосовно закупівлі сировини з інших областей, а не стратегічного маркетингового планування та тенденцію до мінімізації ризику.

Отже, за 2021 р. в Україні загалом було вироблено 8,72 млн. т молока проти 9,25 млн. т у 2020 р. При цьому сільськогосподарські підприємства виробили 2,75 млн. т молока (на 0,4 % менше), господарства населення – 5,97 млн. т (на 8,2 % менше). У 2021 р., за даними Держстату, на переробні підприємства надійшло майже 3,2 млн. т сирого молока, із яких виробляли вершкове масло, молоко та вершки (сухі та згущені), сири, молочну сироватку тощо [3]. Знову-таки після повномасштабного вторгнення росії в Україну в зоні бойових дій та окупації опинилися області, де виробляли 42,3 % валу молока. Дані маркетингових досліджень свідчать про те, що виробництво промислового молока у 2022 р. і може скоротитися на 19,5 % – із 2,75 до 2,21 млн. т [3]. Зниження обсягів виробництва молоко-сировини та молокопродуктів

в Україні не перевищить 17-18 %. Відповідно зменшиться надходження сирого молока на переробні підприємства.

Отже, удосконалення системи закупівель має базуватися на обґрунтуванні цінової політики, процесу стратегічного маркетингового планування та побудові ефективних схем закупівлі сировини з урахуванням місцезнаходження молокопереробних підприємств та їхньої віддаленості від постачальників молока. Ефективне забезпечення молокопереробних підприємств сировиною та раціональне використання потужностей з переробки сприятиме нарощуванню обсягів кінцевої продукції, на одиницю якої припадає більша частка прибутку, ніж на одиницю сировини.

Список літератури:

1. Промисловість. Виробництво окремих видів промислової продукції у 2013-2020 рр. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Діяльність підприємств. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010-2020 рр. Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Як війна–2022 змінює ринок молока в Україні. Режим доступу: <https://zemliak.com/biznes/2590-yak-viyna-2022-zminyuye-rinok-moloka-v-ukrajini>.

УДК 336.71:339.138(477)

Фалюта А. В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГ-ОРІЄНТОВАНОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ БАНКУ

Головною причиною, яка змушує банки звертатися до процесу формування системи управління розвитком на принципах маркетингу є посилення конкуренції. В таких умовах необхідно шукати нові шляхи зростання бізнесу і комплексно вирішити це завдання допоможе наявність маркетинг-орієнтованої організаційної структури. Вона повинна створити організаційно-управлінські умови для підвищення ефективності банківської діяльності шляхом цільової орієнтації банку на ринкові тенденції, підвищення його гнучкості й адаптованості до змін і, на цій основі формування сильних конкурентних позицій банку у довгостроковій перспективі.

На основі аналізу організаційних структур українських банків автором сформовано модель маркетинг-орієнтованої організаційної структури, яка повинна бути ефективною для забезпечення розвитку банку в умовах високої конкуренції. Ця організаційна структура спроектована для універсального банку середніх розмірів, яких більшість в Україні. Проте великі та малі інші

універсальні банки також можуть брати її за основу для удосконалення своїх організаційних структур. Такий підхід дає змогу забезпечити максимальну корисність отриманих результатів для економіки України.

Запропонована на рис. 1 організаційна структура банку сформована таким чином, щоб забезпечити розподіл відповідальності між головою правління та його заступниками в межах, наскільки це можливо, окремих наскрізних сфер функціонування банку. Зокрема, весь обсяг робіт пов'язаних з керівництвом поточною діяльністю банку, поділено на чотири головні блоки:

- 1) безпековий блок;
- 2) фінансовий блок;
- 3) маркетинговий блок;
- 4) операційний блок.

З цих чотирьох блоків голова правління окрім загального керівництва банком контролює безпековий блок. До нього належать підрозділи, які відповідають за ризики банку, його правовий захист та безпосередньо безпеку. Але крім них, підрозділ операційного контролю забезпечує голову правління повнотою інформації про фінансово-господарський стан банку, а підпорядкованість голові правління підрозділу ІТ виконує дві інші важливі функції. По-перше, цей підрозділ відповідає за кібербезпеку банку, а по-друге, така підпорядкованість визначає пріоритетність інформаційно-технологічного напрямку в розвитку банку.

Далі між трьома заступниками голови правління поділено інші три блоки. Один з заступників голови правління відповідає за управління фінансами банку. Тому йому підпорядковані бухгалтерські підрозділи, фінансовий моніторинг та контроль, а також підрозділ, який здійснює управління майном банку. Окрім іншого, що зрозуміло з назв підрозділів, у межах цих підрозділів здійснюється проведення розрахунків з контрагентами, підготовка зовнішньої та внутрішньої фінансової звітності, здійснюється розрахунок собівартості операцій, продуктів і послуг, а також проводиться аналіз та планування фінансових показників діяльності банку.

Ще один заступник голови правління відповідальний за маркетинговий блок банку. Його утворюють підрозділи маркетингу, з управління персоналом та з розвитку бізнесу. Окрім цих безпосередньо маркетингових функцій даний заступник голови правління банку відповідальний за такі важливі напрямки діяльності банку, що потенційно приносять банкам значну частину прибутку, як обслуговування корпоративних клієнтів та інвестиційний банкінг. Останній володіє особливо великим потенціалом розвитку. Загалом, маркетинговий блок найбільш задіяний в реалізації функцій забезпечення розвитку банку, оскільки його підрозділи здійснюють оцінювання потреб та визначають тенденції ринку, аналізують конкурентів, займаються актуалізацією продуктів та розробляють стратегію продажу і загальну стратегію діяльності банку. З урахуванням цього формується відповідний персонал і здійснюється його навчання.

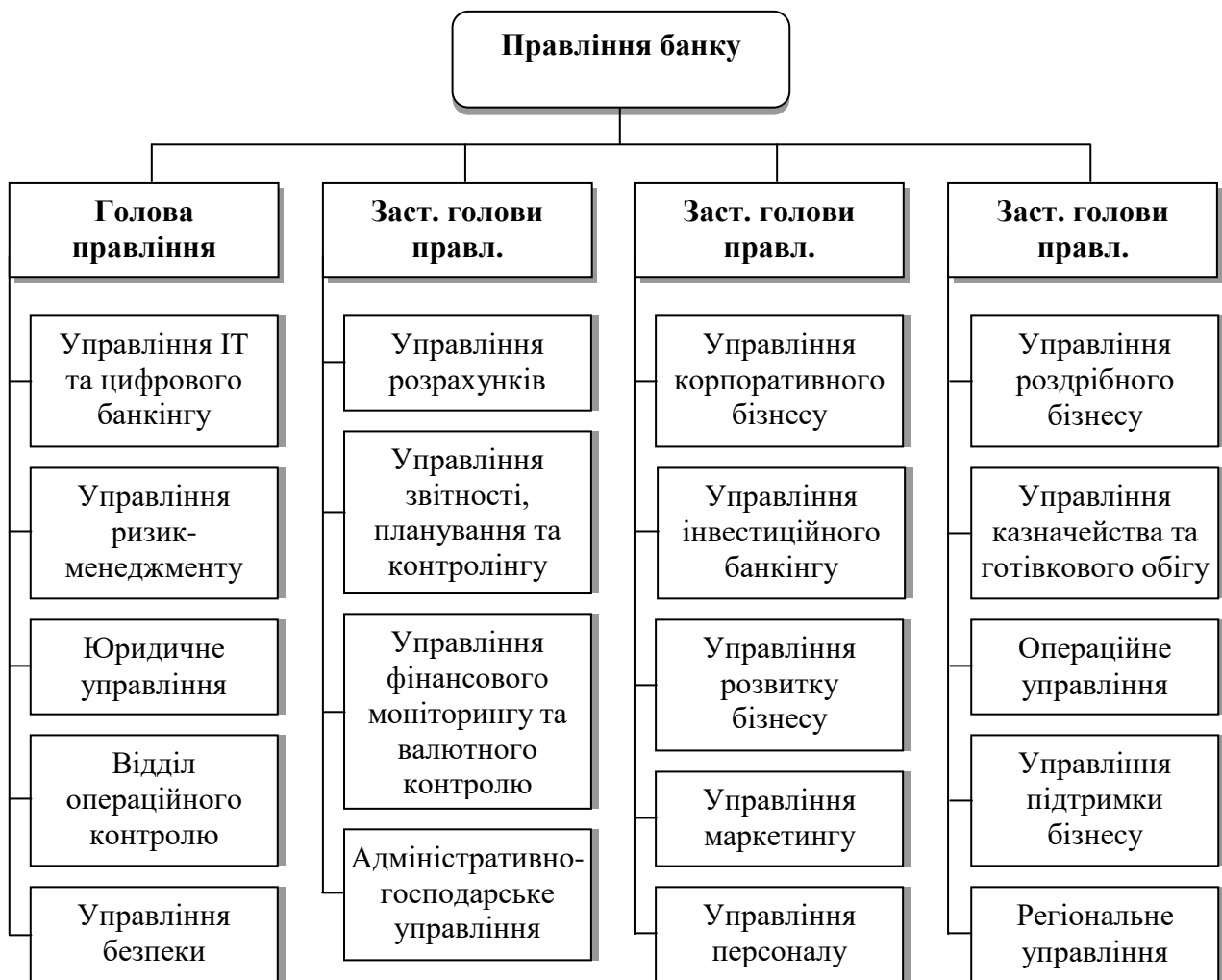


Рис. 1. Модель організаційної структури банку

Третьому з заступників голови правління підпорядковано операційний блок. Тому він відповідальний за організацію операційної роботи банку, без якої неможливе обслуговування клієнтів, здійснення розрахунків, перекази коштів та інше. Оскільки кожна банківська операція має бути не тільки вірно і вчасно проведена, а й мудро розроблена та процедурно прописана, цьому заступнику також підпорядкований підрозділ підтримки бізнесу. У сферу відповідальності цього заступника голови правління також віднесено діяльність казначейства та організацію готівкового обігу, обслуговування індивідуальних клієнтів, а також управління банківською мережею в регіонах.

Загалом, у запропонованій моделі організаційної структури банку не тільки збалансовано і належно розподілено усі головні сфери функціонування банку, а й окремо визначено підрозділи, які безпосередньо задіяні у виконанні завдань з управління розвитком банку, чого немає в багатьох українських банках. До них першочергово належать управління маркетингу та управління розвитку бізнесу, які підпорядковані одному заступнику голови правління, що сприятиме злагодженості їхньої роботи, а отже й результативності. Введення

самостійних, підпорядкованих вищому менеджменту управлінь, а не лише надання окремих обмежених функцій з маркетингу та розвитку бізнесу, як це спостерігається в багатьох українських банках, забезпечить ґрунтовність та цілеспрямованість політики управління розвитком сучасного банку.

Список літератури:

1. Консолідований звіт про управління АТ “Ощадбанк” (до консолідованої фінансової звітності АТ “Ощадбанк” за рік, що закінчився 31.12.2018 р.) : Затверджено постановою правління АТ “Ощадбанк” від 25.04.2019 року. № 281. Київ, квітень 2019. 69 с.

2. Опис бізнесу АТ “АКБ “КОНКОРД” // Річна звітність емітента АТ “АКБ “КОНКОРД” станом на 31 грудня 2018 року.

3. Опис бізнесу АТ “УКРСИББАНК” // Річна звітність емітента АТ “УКРСИББАНК” станом на 31 грудня 2018 року.

4. Організаційна структура Центрального офісу АТ “Райффайзен Банк Аваль” // Звіт керівництва (Звіт про управління) АТ “Райффайзен Банк Аваль” за 2018 рік. 76 с.

5. Фінансова звітність разом з звітом незалежного аудитора та звіт керівництва (звіт про управління) за рік, що закінчився 31 грудня 2018 року АТ АКБ “Львів”.

6. Фінансова стабільність банків в Україні: організаційно-управлінські аспекти : монографія / С. К. Реверчук, А. В. Фалюта. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. 208 с.

УДК: 336.71

Ярова А.М.

здобувач ступеня магістра

Реверчук С.К.

д. е. н., професор, завідувач кафедри банківського і страхового бізнесу,
Львівський національний університет імені Івана Франка, м.Львів

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Формування та розвиток соціально-орієнтованої банківської системи в Україні є найбільш необхідним кроком сьогодні на шляху трансформації економіки – еволюції від тоталітарного ладу з центрально-керованою економікою в демократичний лад на основі вільного ринкового господарства з подальшою його орієнтацією на вирішення соціальних завдань – розвиток «соціального ринкового господарства» [5, с. 47].

Соціально-орієнтована банківська система – це сукупність взаємопов’язаних банківських установ, які функціонують в межах єдиного

фінансового механізму певної країни і забезпечують сталий соціально-економічний розвиток та ефективно соціально обґрунтоване функціонування банківського ринку. Соціально-орієнтована банківська система об'єднує центральні банки, банки соціально-орієнтованого типу та традиційні банки, які компенсують відсутність соціальної складової у своїй діяльності за рахунок сплати єдиного глобального податку на фінансові трансакції.

Основними умовами формування соціально-орієнтованої банківської системи є:

- загострення глобальних соціальних, економічних та екологічних проблем людства (у т.ч. посилення економічної нерівності) та активізація громадськості і бізнес спільноти на боротьбу із ними;

- зростання обсягів і впливу банків, розширення видів діяльності та інструментарію фінансових ринків;

- посилення кризових явищ в економіці, зокрема у банківському секторі та негативних екстерналій діяльності банків;

- низький рівень відповідальності менеджерів банків та ефективності управління ризиками;

- посилення ролі банків у громадському житті, посилення соціальних очікувань і вимог щодо відповідальності банків перед суспільством;

- глобалізація економіки, підвищення динаміки інноваційного розвитку банківської системи та конкуренції банків за персонал та клієнтів.

Сучасні дослідники виділяють такі головні принципи соціально-орієнтованого банківського менеджменту: гуманістична орієнтація, корпоративне співтовариство, толерантність, висока відкритість, свобода, динамізм, відповідальність [3, с. 127]. На нашу думку, можна виділити ще такі основні принципи формування соціально-орієнтованого фінансового бізнесу в Україні є: соціальне партнерство, прозорість взаємин держави і суб'єктів фінансового бізнесу, добровільність та ініціативність суб'єкта фінансового бізнесу, системність державної політики, єдність політичних, економічних і соціальних функцій, ефективність інституціонального забезпечення фінансового бізнесу [2, с. 186].

Також, можемо виділити наступні етапи управління соціально-економічною відповідальністю банку (рис. 1).

В Україні соціально-орієнтований фінансовий бізнес набуває все більшого розповсюдження та виступає одним із результативних механізмів вирішення локальних та економічних проблем. На нашу думку, розвиток соціально-орієнтованого фінансового бізнесу в Україні повинен характеризуватись наступними складовими: збільшення кількості соціально-орієнтованих фінансових установ, спрямування їх діяльності на підтримку соціально значимих державних програм розвитку; запозичення зарубіжного досвіду в цій сфері тощо.



Рис.1. Етапи управління соціально-економічною відповідальністю банку
Джерело: Складено автором на основі [1, с. 148].

Отже, соціально-орієнтована банківська система має вагомий потенціал для підтримки соціального розвитку через забезпечення котрциклічного регулювання банківської системи, податкового стимулювання її соціальної орієнтації та удосконалення корпоративного управління соціально-економічними ризиками банків.

Список літератури:

1. Божкова В. В. Соціально-відповідальний бізнес як один із напрямків поліпшення іміджу вітчизняних суб'єктів господарювання. Механізм регулювання економіки: міжнародний науковий журнал. Суми: СумДУ. 2010. № 1 (45). С. 145–153.

2. Галушка З.І. Роль соціального підприємництва у забезпеченні розвитку громад. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Соціальне підприємництво: теорія, практика та міжнародний

досвід». Київ: КНЕУ. 18.05.2018 року, ст.182-185. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/news/20180613/18-5454.pdf

3. Захарчин Г.М. Соціально-орієнтований менеджмент: об'єктивна необхідність і суть. Львів: Вісник НУ “Львівська політехніка” “Проблеми економіки та управління”. 2008. № 611. С. 125–130.

4. Ковалевська А.В., Нечипоренко Я.Є. Підприємництво на базі громади як особливий вид соціального підприємництва. Молодий вчений. 2019. № 7 (71) С. 134-141.

5. Шульга Ж. О. Проблеми соціально орієнтованої ринкової економіки: теоретико-методологічний аспект. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. Економіка та управління національним господарством. 2009. № 2(6). С. 47–51.

Наукове видання

**ФІНАНСОВИЙ БІЗНЕС
В УКРАЇНІ ТА СВІТІ:
МАРКЕТИНГОВІ ОСОБЛИВОСТІ
ТА ЗАКОНОМІРНОСТІ**

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції

13 жовтня 2022 року, Львів, Україна

Друкується в авторській редакції

Художнє оформлення обкладинки та
комп'ютерна верстка Уляна Владичин

Підписано до друку
Формат 21×29,7. Гарнітура Times New Roman
Друк. арк. 3,3