

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ІСТОРІЇ ТА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВА

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

_____ (І. І. Тюрменко)

«___» _____ 2024 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)**

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ
ОС «БАКАЛАВР»

Тема: «Специфіка інформаційної діяльності Приватбанку»

Виконавець: здобувачка вищої освіти ДК-422 Гопанчук Анастасія Ігорівна

Керівник: кандидат історичних наук, доцент Бем Наталія Вікторівна

Нормоконтролер: кандидат історичних наук, доцент Халецька Леся Пилипівна

(підпис)

Київ 2024

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій

Кафедра історії та документознавства

Галузь знань – 02 «Культура і мистецтво»

Спеціальність – 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Освітньо-професійна програма – «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ І. І. Тюрменко

«___» _____ 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Гопанчук Анастасії Ігорівни

1. Тема кваліфікаційної роботи «Специфіка інформаційної діяльності Приватбанку» затверджена наказом ректора від «19» квітня 2024 р. №597/ст.
2. Термін виконання роботи: з 13.05.2024 р. до 16.06.2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків, загальним обсягом 51 сторінка, з них обсяг основного тексту – 36 сторінок, список використаних джерел нараховує 38 позицій.
4. Зміст пояснювальної записки: Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи застосування інформаційних технологій у банківській сфері. Розділ 2. Особливості інформаційної діяльності Приватбанку на сучасному етапі. Висновки. Список використаних джерел. Додатки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: скріншот додатку «Приват24» для користувачів IOS; скріншот приклад регулярних постів у соціальній мережі «Фейсбук» Приватбанк.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Визначення та обґрунтування теми кваліфікаційної роботи	11.03.2024	
2.	Оформлення завдання на виконання кваліфікаційної роботи. Складання плану роботи. Узгодження з керівником	15.03.2024	
3.	Визначення об'єкта, предмета, мети, завдань дослідження. Підбір, опрацювання, вивчення літератури та джерел з теми дослідження	19.03.2024	
4.	Виконання індивідуальних завдань з теми роботи	01.04.2024	
5.	Написання основної частини, вступу та висновків	08.05.2024	
6.	Оформлення роботи та подання її на перше читання керівникові	10.05.2024	
7.	Опрацювання зауважень та виправлення недоліків	13.05.2024	
8.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	14.05.2024	
9.	Проходження нормоконтролю	23.05.2024	
10.	Подання роботи на перевірку на плагіат	27.05.2024	
11.	Подання роботи на рецензування	30.05.2024	
12.	Подання остаточного варіанта на кафедрі	07.06.2024	
13.	Захист роботи	12.06.2024	

7. Консультанти з окремих розділів

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

8. Дата видачі завдання: «11» березня 2024 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Н. В. Бем

Завдання прийняв до виконання _____ А. І. Гопанчук

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи ОС «Бакалавр» на тему: «Специфіка інформаційної діяльності Приватбанку»: 51 сторінка, 38 використаних джерел, 2 додатки.

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ПРИВАТБАНК, ПРИВАТ24 ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ, БАНК.

Об'єкт дослідження – інформаційна діяльність фінансових установ.

Предмет дослідження – специфіка інформаційної діяльності Приватбанку.

Мета дослідження – полягає в аналізі напрямів інформаційної діяльності Приватбанку, виявлені найбільш сучасних видів цієї діяльності та перспектив розвитку у цій сфері.

Під час цієї роботи було виконано багато важливих завдань. По-перше, було розглянуто та визначено специфіку інформаційної діяльності Приватбанку та проаналізовано основні етапи розвитку інформаційних технологій у банківському секторі.

Також, вивчено основні нормативно-правові акти, що регулюють інформаційну діяльність банків та описано основні напрями інформаційної діяльності Приватбанку.

Було, визначено стратегію інформаційного позиціонування Приватбанку на ринку банківських послуг.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання розроблених рекомендацій для поліпшення інформаційної діяльності Приватбанку може сприяти підвищенню результативності спілкування з клієнтами та зміцненню позицій у банківській сфері.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

НБУ Національний банк України.

МСБ Малий та середній бізнес.

SWIFT Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (Міжнародна міжбанківська система передавання інформації та здійснення платежів).

SEPA Single Euro Payments Area (Єдина зона платежів у євро).

SWOT Strengths (Сили); Weaknesses (Слабкості); Opportunities (Можливості); Threats (Загрози).

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ	10
1.1. Розвиток інформаційних технологій у банківській сфері.....	10
1.2. Нормативно-правове забезпечення інформаційної діяльності банківських установ.....	16
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИВАТБАНКУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ	24
2.1. Напрями інформаційної діяльності Приватбанку.....	24
2.2. Інформаційне позиціонування Приватбанку.....	31
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТКИ	50

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Інформаційна робота Приватбанку надзвичайно важлива для функціонування банку та відповідності потребам клієнтів у сучасному світі, де швидкість, точність і безпека інформаційних процесів визначають конкурентну перевагу. Збір, зберігання, обробка, аналіз і використання інформації є основними складовими цієї роботи, що відбувається в безперервному режимі, щоб забезпечити ефективне управління та прийняття стратегічних рішень.

Приватбанк активно використовує передові інформаційні технології для автоматизації процесів та оптимізації своєї роботи. Це включає в себе впровадження інноваційних рішень у сфері мобільного та онлайн-банкінгу, що робить взаємодію з банком максимально зручною та ефективною для клієнтів. Також велика увага приділяється захисту конфіденційності та цілісності даних клієнтів, що є невід'ємною частиною стратегії банку щодо забезпечення фінансової безпеки операцій.

Однак інформаційна робота Приватбанку не обмежується лише технологіями. Вона також включає в себе розвиток аналітичних систем, які дозволяють прогнозувати тенденції ринку, оцінювати ризики та оптимізувати інвестиційні стратегії. Ці системи надають важливі дані для управління банком та відповідності його стратегії потребам клієнтів.

У зв'язку з постійною динамікою фінансового ринку та швидкими змінами у сфері технологій, дослідження специфіки інформаційної діяльності Приватбанку залишається надзвичайно актуальним завданням. Розуміння цієї специфіки допоможе виявити прогалини та можливості для подальшого розвитку, що є критичним у забезпеченні конкурентоспроможності банку та задоволення потреб його клієнтів.

У процесі підготовки кваліфікаційної роботи було ретельно вивчено широкий спектр джерел, пов'язаних з темою дослідження. Серед них були розглянуті такі законодавчі акти, як «Про інформацію» [1], «Про захист

інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» [2], «Про електронний документ та електронний документообіг» [6], «Про захист персональних даних» [3], а також «Про банки та банківську діяльність» [5] та «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» [7]. Це дозволило отримати глибоке розуміння та комплексний погляд на проблематику, яка досліджувалася.

Для проведення аналізу було використано інформацію з офіційного вебсайту Приватбанку, теоретичні та практичні дослідження відомих науковців, серед яких Безпалій Р.В. [14], Гребенюк Н.В. [15], Демчишак Н. Б. [16], Дзюблук О.В. [17], Колодій Г.С. [21]. За допомогою цих публікацій були узагальнені дані про новітні банківські інформаційні технології та їх можливості.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження – полягає в аналізі напрямів інформаційної діяльності Приватбанку, виявленні найбільш сучасних видів цієї діяльності та перспектив розвитку у цій сфері.

Завдання кваліфікаційної роботи передбачають:

- проаналізувати основні етапи розвитку інформаційних технологій у банківському секторі;
- описати основні нормативно-правові акти, що регулюють інформаційну діяльність банків;
- описати основні напрями інформаційної діяльності Приватбанку;
- визначити стратегію інформаційного позиціонування Приватбанку на ринку банківських послуг.

Об'єктом дослідження є інформаційна діяльність фінансових установ.

Предметом дослідження є специфіка інформаційної діяльності Приватбанку.

Методи дослідження. Під час дослідження застосовувалися загальні наукові методи, такі як узагальнення, порівняння, систематизація, системний аналіз, методи індукції та дедукції, а також методи аналізу та синтезу, включаючи статистичний підхід. Щодо спеціальних методів, аналіз фінансових звітів та документації банку використовувався як підхід для аналізу особливостей інформаційної діяльності Приватбанку. Крім того, аналіз наукових та практичних

публікацій був використаний для розуміння сучасних тенденцій та проблем в інформаційній діяльності банку.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел та додатків. Список використаних джерел налічує 38 найменувань, загальний обсяг роботи – 55 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

1.1. Розвиток інформаційних технологій у банківській сфері

Сьогодні банківські послуги постійно розширюються, з метою підвищення якості обслуговування клієнтів. Проте якість спілкування банку з клієнтами визначається не лише різноманітністю послуг та сервісів, а також використанням сучасних комп'ютерних та інтернет-технологій. Ці технології значно спрощують процес взаємодії, збільшують його швидкість і сприяють установленню довгострокових відносин між банком і клієнтом [15].

Банківський сектор вкрай чутливий, тому навіть незначні негативні події можуть мати серйозні наслідки. Обслуговування клієнтів на широкому географічному рівні, від регіонального до міжнародного, має величезне значення. Важливо забезпечити доступність, зручність та універсальність послуг, при цьому мінімізувати їх вартість. Розвиток інформаційних та інтернет-технологій створює значну конкуренцію в цій сфері, де інтернет відіграє ключову роль, розширюючи ринок доступних послуг для клієнтів, включаючи дистанційне обслуговування та інтернет-банкінг.

Тому, актуальним завданням є створення системи дистанційного банківського обслуговування клієнтів, яка б ураховувала всі переваги таких систем і одночасно дозволяла виправити недоліки. Сервіс через інтернет-банкінг повинен базуватися на певних принципах: конфіденційності, доступності, зручності використання, оперативності, комплексності, аутентифікації та цілісності інформації. Саме ці принципи дають переваги системам інтернет-банкінгу над іншими видами дистанційних банківських послуг. Ці переваги включають такі фактори: відсутність необхідності в спеціалізованому програмному забезпеченні, використання стандартного підключення до інтернету замість підключення до банківської системи.

Як і у випадку з більшістю банківських послуг, користувачі інтернет-банкінгу укладають договір, що визначає умови користування, вартість (якщо така є), і перелік доступних функцій (що може залежати від тарифного плану). Вся взаємодія між клієнтом і банком здійснюється через захищені канали, що гарантує конфіденційність та цілісність переданої інформації.

На сьогоднішній день інтернет-банкінг надає можливість клієнтам скористатися широким спектром послуг та операцій [31]:

- переказ коштів між власними рахунками/картками;
- переказ коштів на рахунки/картки інших осіб;
- конвертація валют;
- оплата комунальних та інших платежів;
- проведення операцій з обслуговування рахунків та карток;
- відкриття, закриття та обслуговування різноманітних рахунків;
- робота з депозитними рахунками;
- взаємодія з кредитами;
- побудова графіків, відомостей та звітів про фінансову діяльність та інше.

Не всі доступні послуги в інтернет-банкінгу вдалося перелічити в цьому переліку. Їх розмаїття постійно розширюється, а наявні сервіси постійно модифікуються. Згідно з різними дослідженнями, включаючи аналізи провідних компаній, таких як GFK Ukraine та Touchpool, кількість клієнтів, що використовують інтернет-банкінг, і загальна кількість інтернет-користувачів, які обирають цей вид послуг, становить приблизно 2%. Тим часом понад 30% користувачів інтернету в Україні вже користувалися інтернет-банкінгом. Дослідження свідчать, що розвиток інтернет-банкінгу в Україні відбувається досить швидко.

Незважаючи на це, існують чинники, які уповільнюють розвиток інтернет-банкінгу [18]:

- недоліки та недостатня гнучкість законодавства стосовно реалізації окремих видів послуг;
- консерватизм у підходах;
- необізнаність і страх з боку клієнтів;
- недостатня кількість користувачів інтернету в сільських районах та нерівномірне його покриття.

Ці проблеми постійно перебувають під контролем. Для їх вирішення банки активно залучають маркетологів і менеджерів, оскільки розширення дистанційних системних сервісів має значні переваги [20]:

- можливість автоматизації роботи банківських операторів;
- зниження вартості послуг;
- зменшення обсягу паперової роботи;
- покращення якості обслуговування.

Однак, при здійсненні операцій через інтернет-банкінг існують технологічні ризики, що пов'язані з програмним забезпеченням, технологічними збоями та загрозами втрати безпеки банківської інформації через користувачів зовнішніх мереж (атаки з інтернету, зловмисне використання каналів віддаленого банківського обслуговування, автоматичне підключення програм) [15].

Використання інтернет-технологій збільшує залежність комерційних банків від інформаційно-комп'ютерних технологій, що призводить до зростання проблем безпеки та технологічних ускладнень у здійсненні фінансових операцій. З метою забезпечення обслуговування інформаційних систем банківська установа ставить перед собою завдання тісного партнерства з небанківськими структурами, такими як телекомунікаційні компанії, інтернет-провайдери та інші технологічні фірми. Отже, інтернет-технології не лише змінюють характер традиційних банківських ризиків, але й розширюють їхню структуру, впливаючи на загальні параметри ризиків банку. Однак здійсненню банківських операцій через інтернет українським банкам також заважає відсутність або недосконалість відповідного законодавства, яке б регулювало цю сферу діяльності [33].

На сьогоднішній день кількість банківських послуг постійно розширюється, що спонукає банки до підвищення якості обслуговування клієнтів. Проте важливо зрозуміти, що якість взаємодії між банком і клієнтом визначається не лише різноманітністю послуг та сервісів, але й використанням сучасних комп'ютерних та інтернет-технологій. Ці технології значно спрощують процес комунікації та підвищують швидкість взаємодії, що в свою чергу сприяє розвитку довгострокових відносин між банком і клієнтом.

Переваги інтернет-банкінгу полягають у наступному [15]:

- операції проводяться в режимі онлайн;
- система доступна 24/7 без вихідних, можлива з будь-якого комп'ютера, що має доступ до інтернету, в будь-якій точці світу. Для користування не потрібне спеціальне програмне забезпечення, достатньо будь-якого веббраузера;
- процес підключення максимально спрощений, а допомога надається безкоштовно, особливо для дзвінків зі стаціонарних телефонів в Україні;
- існує механізм взаємної аутентифікації між банком та клієнтом, що гарантує захист операцій за допомогою зашифрованих паролів, збережених у системі;
- постійно здійснюється контроль цілісності та достовірності переданої інформації;
- використовується механізм електронного цифрового підпису для всіх фінансових документів клієнта, а також забезпечується можливість зворотного зв'язку для висловлення пропозицій щодо функціонування системи інтернет-банкінгу.

Українські банки, які впровадили систему інтернет-банкінгу, надають широкий спектр послуг через цей канал (дивись таблицю А.1 додатка А).

Разом із розвитком інтернет-технологій посилюються заходи безпеки, спрямовані на запобігання інтернет-шахрайству та збоям у мережі. Ці заходи гарантують цілісність зберігання коштів на рахунках та під час будь-яких

операцій через інтернет. Ця проблема стає причиною хвилювання для багатьох клієнтів щодо інтернет-банкінгу. Тому для України інтернет-банкінг є одним із найперспективніших ринків для розвитку банківської системи. Інтернет-банки надають практично той же пакет послуг, що й звичайні банки; всі розрахунки в системі інтернет-банкінгу відбуваються в реальному часі, не потрібно спеціальних знань для управління рахунком через інтернет, а клієнт має можливість здійснювати операції швидко, безпечно та цілодобово [20].

Використання системи інтернет-банкінгу спрощує роботу банків, оскільки автоматизує процеси касирів, зменшує витрати на банківські операції та скорочує потребу у паперовій роботі. Проте в Україні існують фактори, що гальмують розвиток інтернет-банкінгу, такі як [32]:

- обмежений доступ до інтернету, особливо у сільських районах;
- відсутність навичок користувачів серед населення;
- недостатній рівень захисту інформації в цій галузі;
- недостатня законодавча та нормативна база.

Згідно із Global FinTech Index 2020 [34], Україна займає 43 місце серед 65 країн, які створили сприятливу стартап-екосистему та інфраструктуру для фінансових технологій. У нашій країні ринок фінансових послуг починає формуватися, проте споживачі мають значний доступ до інновацій, що порівняно з іншими країнами. Рівень використання фінансових технологій у нас становить 63%, в той час як у Канаді, США, Франції та Японії цей показник не перевищує 50%.

Ринок фінансових технологій в Україні є молодим, і найбільш популярними напрямками є платежі та грошові перекази (34,5%). Ці фінансові послуги найбільш схильні до цифровізації, зокрема електронні гроші, P2P2, обмін валют, хмарні каси, смарт-термінали, краудфандинг і так далі. З кожним роком зростає також інтерес до криптовалют та технології блокчейн [14, 16].

В останні часи спостерігається еволюція у взаємодії фінтех-компаній і банків, що проявляється у різноманітних формах співпраці. У 2020 році в Україні банки, які активно використовують технології, такі як АТ «Ощадбанк», АТ

«Укргазбанк», АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «Альфа-банк», АТ «Укрсиббанк», АТ «ПУМБ», АТ «ОТП Банк», співпрацювали над спільними проектами з фінтех-компаніями [29].

Особливе місце в цьому контексті посідає Приватбанк, що є відомим лідером у впровадженні новітніх технологій у банківській сфері. Фінансові послуги цього банку продовжують покращуватися, відбудовуючи нову цифрову екосистему в Україні.

На сьогоднішній день існує значна кількість фінтех-рішень, які можна впровадити в банківській сфері України. Однак, на нашу думку, найбільш перспективними серед них є такі напрями: штучний інтелект, відкритий банкінг та блокчейн [22].

Одним із ключових кроків у просуванні фінтеху в банківській сфері є прийняття «Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року» [34]. У цій стратегії визначені основні напрями, включаючи розробку та впровадження заходів для швидкого тестування інноваційних проектів, підвищення фінансової грамотності населення та бізнесу, а також запуск академічної бази, спрямованої на розвиток відкритого банкінгу.

Успішна реалізація цієї стратегії в значній мірі буде залежати від виконання пов'язаних цифрових проектів, над якими працює Національний Банк України (далі НБУ) [10]. Ці проекти включають в себе впровадження віддаленої ідентифікації та верифікації за допомогою BankID, імплементацію європейської директиви PSD2, можливість здійснення миттєвих платежів у системі SEPA у форматі 24/7, а також посилення регуляції в сфері кібербезпеки.

Затвердження «Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року» [34] НБУ в січні 2020 року є важливим кроком у розвитку фінтеху в банківській сфері. Основні напрями цієї стратегії включають розроблення та впровадження заходів для швидкого тестування інноваційних проектів, підвищення фінансової обізнаності та залученості населення та бізнесу, а також запуск академічної бази, спрямованої на розвиток відкритого банкінгу.

Реалізація стратегії в значній мірі буде залежати від успішного впровадження пов'язаних цифрових проєктів, які розробляє НБУ [10]. Серед них варто відзначити впровадження віддаленої ідентифікації та верифікації через BankID, виконання європейської директиви PSD2, можливість здійснення миттєвих платежів у системі SEPA цілодобово, зміцнення регуляції в галузі кібербезпеки та інші заходи. Це відбувається на тлі постійного розвитку цифрових технологій та хвиль інновацій у фінансовій галузі, що прискорює зміни в традиційному банківському середовищі України. Одним з ключових завдань для сучасного банківського сектору є співпраця між банками та фінтех-компаніями, що позитивно впливає на розширення спектру послуг, поліпшення взаємин з клієнтами, зменшення витрат та підвищення рівня кібербезпеки.

Отже, банківський сектор стабільно розвивається, а використання цифрових технологій набуває все більшої важливості. Інтернет-банкінг стає ключовим напрямком цього розвитку, надаючи клієнтам широкий спектр послуг та забезпечуючи їм доступність сервісів у будь-який час із будь-якої точки світу. Проте існують виклики, пов'язані з безпекою та доступністю швидкого інтернет-з'єднання. Український банківський сектор активно розвиває власну екосистему фінтеху, співпрацюючи з урядом та фінтех-компаніями для створення нових фінансових послуг та покращення ефективності транзакцій. Загалом, розвиток фінтеху в Україні є ключовим для зміцнення фінансового сектору та очікується, що він принесе значні переваги для споживачів та підприємств.

1.2. Нормативно-правове забезпечення інформаційної діяльності банківських установ

Становлення України як держави, де право має переважну силу, потребує перетворень у всіх сферах суспільного життя, зокрема у правових відносинах у сфері економіки та фінансів, які в значній мірі ґрунтуються на ефективній діяльності банків.

Враховуючи, що банківська сфера будь-якої сучасної країни існує в контексті глобальних мереж та міжнародних організацій, проблема забезпечення надійності, безпеки та стабільності банківської справи виходить за рамки внутрішньодержавного регулювання [10].

Швидкий розвиток інформаційних технологій та глобальних мереж, крім автоматизації звичайних банківських процесів, також відкриває можливості для нових банківських продуктів і послуг (наприклад, «SMS-банкінг», «інтернет-банкінг», «WebMoney Banking» і т.д.).

У ситуації значної залежності банківської справи від надійності використовуваних інформаційних технологій, забезпечення інформаційної безпеки стає однією з фундаментальних принципів функціонування банківської системи загалом. Охорона банківської таємниці – один з головних аспектів забезпечення інформаційної безпеки будь-якої банківської установи.

У структурі безпеки інформаційної сфери банківської установи виокремлюються такі основні компоненти:

- забезпечення безпеки інформаційних ресурсів;
- охорона інформаційної інфраструктури;
- захист «інформаційного поля».

Інформаційні ресурси банківської установи – це сполучена, організована, структурована та зафіксована на матеріальних носіях інформація, що є власністю банківської установи. Відповідно, безпека інформаційних ресурсів полягає в збереженні цієї інформації від несанкціонованого розповсюдження, використання та порушення її конфіденційності.

Безпека інформаційної інфраструктури полягає у створенні такого стану захищеності електронно-обчислювальних пристроїв (комп'ютерів), систем та комп'ютерних мереж і мереж електрозв'язку банківської установи, що гарантує цілісність і доступність інформації, що в них обробляється (зберігається чи циркулює).

Безпека «інформаційного поля» банківської установи базується на контролі більшої частини несистематизованих потоків інформації, що публікуються

різними учасниками інформаційних відносин: телерадіоорганізаціями, друкованими засобами масової інформації, інтернет-виданнями, конкурентами, органами державної влади, місцевого самоврядування та іншими.

Інформаційна стійкість будь-якої установи базується на системі заходів безпеки, що реалізуються відповідно до вимог стійкості.

Основними джерелами вимог інформаційної стійкості установи є [10]:

- результат оцінки ризиків для установи, який враховує загальну бізнес-стратегію та мету (під час оцінки ризиків визначаються загрози ресурсам інформаційної системи та оцінюється вразливість та ймовірність подій, що стосуються та визначається масштаб потенційного впливу);
- правові норми, що встановлені законодавством, договорами та угодами установи з партнерами;
- внутрішні принципи, цілі та бізнес-вимоги щодо обробки інформації, які розроблені установою для підтримки своєї діяльності.

Рекомендації щодо впровадження системи управління інформаційною стійкістю та методики оцінки ризиків згідно з вимогами НБУ [10]:

- законодавство України;
- нормативні акти НБУ;
- вимоги платіжних систем і систем переказу коштів;
- внутрішні регулятивні документи банку;
- умови угод та контрактів з третіми сторонами тощо.

Важливим є те, що вимоги щодо інформаційної стійкості для платіжних систем і систем переказу коштів формуються самою платіжною організацією цих систем, тому вони можуть відрізнятися від вимог НБУ та Національної системи масових електронних платежів, що регулюються самим НБУ.

Серед нормативних документів, які регулюють інформаційну сферу в банківських установах, можна виділити наступні:

– Закон України «Про банки і банківську діяльність» [5], який встановлює загальні правила та вимоги до банків та банківської діяльності, включаючи питання інформаційної безпеки та конфіденційності.

– Закон України «Про захист персональних даних» [3], який регулює обробку персональних даних, що є особливо важливим для банківських установ, які збирають та обробляють персональну інформацію своїх клієнтів.

– Закон України «Про інформацію» [1], який визначає основні принципи та вимоги до обробки, зберігання та захисту інформації, включаючи банківську та комерційну таємницю.

– стандарти ISO/IEC 27001 та ISO/IEC 27002, які міжнародні стандарти з управління інформаційною безпекою, які часто застосовуються банківськими установами для забезпечення належного рівня захисту інформації.

– рекомендації НБУ щодо забезпечення кібербезпеки банківської системи України, а саме набір рекомендацій для підвищення рівня кібербезпеки в банківських установах [10].

Ці документи охоплюють широкий спектр питань, від загальних вимог до захисту інформації до конкретних процедур і стандартів, які повинні виконуватися банківськими установами для забезпечення належного рівня інформаційної безпеки.

Особлива увага має бути зосереджена на умовах угод та контрактів з третіми сторонами. Відповідно до пункту 6.2 стандарту СОУ Н НБУ 65.1 СУІБ 2.0:2010, безпека інформації та засобів її оброблення у банку не повинна погіршуватися внаслідок введення в експлуатацію продуктів або послуг зовнішніх постачальників. У випадку, якщо існує бізнес-потреба в співпраці з зовнішніми сторонами, що може передбачати доступ до інформації або засобів оброблення інформації банку, або в наданні їм продукту та послуги, банк зобов'язаний провести оцінку ризиків для визначення вимог до заходів безпеки та можливих наслідків порушень безпеки. Заходи безпеки мають бути узгоджені та визначені в угоді з зовнішньою стороною. Ці аспекти розглядаються не тільки для угод про надання послуг клієнтам банку (таких як системи типу «клієнт-банк», інтернет-

банкінг, мобільний банкінг тощо), але й при отриманні послуг від зовнішніх постачальників (розробка та підтримка програмного забезпечення, придбання та технічне обслуговування обладнання, надання послуг зв'язку тощо).

Аналіз вимог із зазначених вище джерел допомагає правильно сформулювати цілі системи управління інформаційною безпекою та заходи безпеки, що спрямовані на зменшення ризиків і вразливостей у діяльності банку з урахуванням його особливостей.

Вразливості, які можуть викликати негативні наслідки для інформаційної безпеки банку, можуть бути розглянуті на різних рівнях:

- банк в цілому;
- процеси та процедури;
- системи управління;
- персонал;
- фізичне оточення;
- конфігурація програмно-технічних комплексів та обладнання;
- залежність від зовнішніх постачальників.

У той же час, неефективно впроваджені або несправні заходи безпеки є однією з форм вразливості, що знижує рівень захищеності банку в цілому і кожного окремого бізнес-процесу чи банківського продукту.

Вплив ключових сервісів інформаційної безпеки розглядається у контексті кожного бізнес-процесу/банківського продукту та програмно-апаратного комплексу банку. Важливо відзначити, що для різних бізнес-процесів/банківських продуктів можуть існувати однакові ризики втрати основних сервісів безпеки. Це свідчить про певні недоліки в забезпеченні інформаційної безпеки банку в цілому. У такому випадку необхідно вжити відповідних заходів для зменшення виявлених ризиків інформаційної безпеки для всіх бізнес-процесів/банківських продуктів банку.

Нормативно-правові засади забезпечення інформаційної стійкості в Україні включають: Закон України «Про інформацію» [1]; Закон України «Про захист

інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» [2]; Закон України «Про електронний документ та електронний документообіг» [6]; Закон України «Про захист персональних даних» [3].

Основи забезпечення інформаційної стійкості у банківській діяльності визначаються: Законом України «Про банки та банківську діяльність» [5]; Законом України «Про платіжні послуги» [7], а також нормативно-правовими актами Національного банку України.

Закон України «Про банки і банківську діяльність» [5] є важливим законодавчим актом, що регулює банківський сектор в Україні. Ось короткий огляд та деякі ключові моменти:

Мета: Закон спрямований на забезпечення стабільності та безпеки банківської системи, захист прав вкладників та сприяння розвитку фінансового сектора в Україні.

Ключові положення [10]:

- визначення банку: банк – це фінансова установа, яка приймає депозити, надає кредити та здійснює інші фінансові послуги;
- ліцензування: банки повинні отримати ліцензію від НБУ для здійснення діяльності в Україні;
- вимоги до капіталу: банки повинні підтримувати мінімальний коефіцієнт адекватності капіталу на рівні 8% для забезпечення своєї фінансової стабільності;
- страхування вкладів: фонд гарантування вкладів фізичних осіб надає страхове покриття для вкладів до 200 000 грн;
- проведення банківської діяльності: банки повинні дотримуватися пруденційних норм, включаючи обмеження на кредитування пов'язаних осіб та обмеження на певні види операцій;
- звітність та аудит: банки повинні регулярно подавати звіти до НБУ та проходити щорічний аудит для забезпечення прозорості та підзвітності;

– захист прав споживачів: закон регулює відносини між банками та їхніми клієнтами, включаючи надання інформації, вирішення скарг та механізми врегулювання спорів;

– нагляд та регулювання: НБУ відповідає за нагляд і регулювання банківської системи, включаючи моніторинг дотримання законодавства та нормативних актів;

– санкції: закон передбачає санкції за недотримання банківських нормативів, включаючи штрафи та навіть відкликання ліцензії;

– зміни та оновлення: закон допускає внесення змін та оновлень для забезпечення стабільності та ефективності банківської системи у відповідь на змінні ринкові умови та регуляторні вимоги.

Закон України «Про банки і банківську діяльність» [5] забезпечує всеосяжну основу для регулювання банківського сектора в Україні. Забезпечуючи стабільність і безпеку банківської системи, закон спрямований на сприяння економічному зростанню, захист вкладників та підтримання довіри суспільства до фінансової системи.

Отже, нормативно-правове забезпечення інформаційної діяльності банківських установ відіграє важливу роль у забезпеченні стабільності, надійності та безпеки фінансової системи. Законодавчі акти, регулюючі цю сферу, визначають права та обов'язки банківських установ, а також встановлюють процедури та вимоги, спрямовані на запобігання шахрайству, відмиванню грошей та іншим фінансовим злочинам. Важливою є постійна актуалізація та вдосконалення нормативно-правової бази у відповідності до сучасних тенденцій та викликів фінансового ринку, що дозволяє забезпечити ефективний захист інтересів клієнтів та стабільність фінансової системи в цілому.

Таким чином, розвиток інформаційних технологій значно змінив банківський сектор, а використання цифрових технологій стало ключовим фактором у успіху банків. Розвиток інтернету та мобільних технологій дозволив банкам надавати широкий спектр послуг своїм клієнтам, включаючи онлайн-

банкінг, мобільний банкінг та мобільні платежі. Використання цифрових технологій також дозволило банкам покращити свою операційну ефективність, зменшити витрати та збільшити конкурентоспроможність. Проте використання цифрових технологій також створює нові ризики та виклики для банків, такі як ризик кібератак, порушення безпеки даних та пошкодження репутації. Для зменшення цих ризиків банки повинні впроваджувати надійні заходи безпеки для захисту особистої та фінансової інформації своїх клієнтів. Це включає впровадження надійних протоколів безпеки, проведення регулярних аудитів безпеки та навчання працівників кращим практикам безпеки. Україна також впливає на розвиток банківського сектору через свою регуляторну базу. НБУ відповідає за регулювання банківського сектору та забезпечення стабільності та безпеки фінансової системи. Загалом, розвиток банківського сектору в Україні впливає на регуляторну базу країни та використання цифрових технологій. Банки повинні впроваджувати надійні заходи безпеки для захисту особистої та фінансової інформації клієнтів та забезпечення стабільності та безпеки фінансової системи.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИВАТБАНКУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

2.1. Напрями інформаційної діяльності Приватбанку

Приватбанк, один з найбільших банків в Україні, здійснює свою інформаційну діяльність через кілька ключових напрямів, кожен з яких має важливе значення для забезпечення ефективної комунікації з клієнтами та партнерами, а також для підтримки іміджу банку [26, 38].

Інформаційні технології та цифрові платформи в сучасному банкінгу відіграють ключову роль у забезпеченні зручності, швидкості та безпеки фінансових операцій для клієнтів. Приватбанк активно використовує ці технології для покращення обслуговування своїх клієнтів та оптимізації власних процесів.

Інтернет-банкінг (Приват24) [12]:

- опис: Приват24 є вебплатформою для онлайн-банкінгу, яка дозволяє клієнтам здійснювати широкий спектр фінансових операцій через інтернет;
- функції: за допомогою Приват24 клієнти можуть перевіряти баланс, проводити платежі, перекази, оплачувати рахунки, контролювати стан своїх кредитів та депозитів, налаштовувати автоплатежі та багато іншого;
- зручність і безпека: платформа забезпечує зручний та безпечний доступ до банківських послуг з будь-якого пристрою з інтернет-підключенням.

Мобільний банкінг (Приват24 Мобільний додаток) [11]:

- опис: мобільний додаток «Приват24» є мобільною версією інтернет-банкінгу, розробленою для смартфонів та планшетів;
- функції: клієнти можуть виконувати ті ж операції, що й на вебплатформі, зручно використовуючи свої мобільні пристрої;
- додаткові можливості: мобільний додаток може використовувати додаткові функції, такі як сканування QR-кодів для оплати товарів та послуг, використання Touch ID або Face ID для аутентифікації та інші.

Приват24 – мобільний додаток від Приватбанку, що відкриває безліч можливостей для управління фінансами в будь-який час і в будь-якому місці. Додаток працює з усіма пластиковими картами, що діють в Україні, і дозволяє здійснювати повний контроль над рахунками [11].

За допомогою Приват24 можна легко здійснювати платежі, перекази коштів, оплачувати рахунки та стежити за статистикою вашої фінансової діяльності в реальному часі. Додаток дозволяє оперувати не лише з основними рахунками, але і з кредитами, депозитами, а також відстежувати курси іноземних валют.

Зручна функція переказу коштів через системи Western Union або PrivatMoney дозволяє здійснювати глобальні перекази в будь-яку точку світу. А якщо потрібна допомога або консультація співробітників банку, до них можна звернутися у режимі онлайн чату [17].

Додаток «Приват24» доступний як для iOS, так і для Android, що робить його доступним для широкого кола користувачів незалежно від типу їхнього мобільного пристрою.

Загалом, додаток «Приват24» часто оновлюється та стає все зручнішим у використанні.

Інтернет-послуга для бізнесу «Приват24 для бізнесу» [11] :

- опис: «Приват24 для бізнесу» – це спеціалізована інтернет-платформа для управління фінансами підприємств;
- функції: підприємства можуть керувати своїми рахунками, проводити платежі, контролювати оборотні кошти, отримувати звіти та аналітику і багато іншого;
- інтеграція з іншими системами: «Приват24 для бізнесу» може інтегруватися з різними програмними системами підприємств для автоматизації фінансових процесів.

Ці цифрові платформи дозволяють клієнтам Приватбанку здійснювати широкий спектр банківських операцій зручно та безпечно, а також сприяють

підвищенню ефективності самого банку шляхом автоматизації та оптимізації процесів [34].

Комунікація з клієнтами є одним з найважливіших аспектів інформаційної діяльності будь-якого банку, включаючи Приватбанк. Ефективна комунікація дозволяє забезпечити задоволеність клієнтів, вирішити їхні проблеми та потреби, підтримати довіру до банку та позитивний імідж.

Приватбанк використовує такі види комунікації з клієнтами:

Клієнтська підтримка:

- контакт-центри: Приватбанк має розгалужену мережу контакт-центрів, які працюють цілодобово та забезпечують консультації та допомогу клієнтам за телефоном, електронною поштою та онлайн-чатами;
- відділення: банк має широку мережу відділень та банкоматів, де клієнти можуть отримати особисту консультацію та допомогу в різних фінансових питаннях.

Соціальні мережі [12, 13]:

- присутність у соціальних мережах: Приватбанк активно веде комунікацію з клієнтами через популярні соціальні мережі, такі як «Фейсбук», «Інстаграм» тощо.

Соціальна мережа «Фейсбук» [13]:

- регулярні пости з інформацією про нові послуги та акції банку;
- відповіді на питання клієнтів у коментарях під постами;
- вебінари або онлайн-консультації через Facebook Live.

Соціальна мережа «Інстаграм»[13]:

- креативні фото або відеоогляди нових послуг;
- історії з корисними порадами щодо фінансів;
- групові чати для вирішення конкретних питань клієнтів;
- відповіді на запитання: клієнти можуть звертатися до банку через соціальні мережі для отримання відповідей на свої питання, вирішення проблем та звернень.

Електронна пошта та SMS-повідомлення:

– інформаційні розсилки: Приватбанк надсилає своїм клієнтам інформаційні розсилки по електронній пошті та SMS-повідомлення для повідомлення про нові послуги, акції, важливі зміни в роботі банку тощо.

Онлайн-платформи та вебпортали [11]:

– форми зворотного зв'язку: на вебсайті та в інших онлайн-платформах Приватбанку можуть бути розміщені форми зворотного зв'язку, де клієнти можуть залишити свої питання або пропозиції.

Особистий кабінет:

– Приват24 Особистий кабінет: кожен клієнт має доступ до особистого кабінету на платформі «Приват24», де він може знайти детальну інформацію про свої рахунки, операції, кредити, депозити та інші фінансові дані.

Ці механізми комунікації дозволяють Приватбанку підтримувати прямий зв'язок зі своїми клієнтами, швидко відповідати на їхні потреби та запитання, а також активно співпрацювати у вирішенні будь-яких проблем.

Маркетингова діяльність є важливою складовою стратегії Приватбанку для просування своїх продуктів і послуг на ринку та залучення нових клієнтів. Приватбанк активно використовує різноманітні маркетингові інструменти та канали комунікації для підтримки свого бренду і привертання уваги клієнтів. Ось деякі аспекти маркетингової діяльності Приватбанку [12, 19]:

Рекламні кампанії:

– телебачення та радіо: Приватбанк запускає рекламні кампанії на телебаченні та радіо для просування своїх ключових продуктів і послуг. Прикладом слугує реклама «Приватбанк. Беремо і робимо». На екрані з'являється відчуття енергії та можливостей, коли вибираєте Приватбанк. Реклама започатковується з відображенням різноманітних людей у різних сферах життя – від студентів до підприємців, від спортсменів до митців. Кожен з них має свої унікальні мрії та цілі. Відеоряд починається з показом реальних сцен з життя, де люди відчувають себе потужними та самостійними, завдяки підтримці Приватбанку. Під час мотивуючої музики та динамічної анімації, глядачі бачать,

як Приватбанк не лише надає фінансову підтримку, а й допомагає втілювати мрії у реальність. Під час рекламного ролика, ви бачите інноваційні послуги та зручні функції Приватбанку, які спрощують життя та дозволяють досягати нових вершин. Реклама завершується з приємним голосом, що закликає глядачів приєднатися до Приватбанку і відчувати потужну підтримку в реалізації їхніх мрій [11];

- онлайн реклама: банк використовує цифрові канали, такі як інтернетові банери, контекстна реклама та спонсорвані статті, для залучення уваги інтернет-аудиторії.

Промо-акції та програми лояльності:

- акційні пропозиції: Приватбанк регулярно запускає різноманітні акції та спеціальні пропозиції для привертання нових клієнтів та стимулювання користування своїми послугами. Прикладом є акція «Квітучий кешбек за міжнародні перекази з Visa» відбувається з 15 травня 2024 до 15 вересня 2024 і має такі умови:

- зареєструйтеся в акції;
- отримайте або надішліть міжнародний переказ із картою Visa від Приватбанку на суму від 500 грн (в еквіваленті);
- здійсніть із будь-якою картою Visa від Приватбанку щонайменше дві транзакції на загальну суму від 100 грн;
- винагорода за участь в акції: кешбек 250 грн отримають 1 000 клієнтів (щомісяця 250 переможців). Кешбек 500 грн отримають 100 клієнтів (щомісяця 25 переможців). Кешбек 2 500 грн отримають 20 клієнтів (щомісяця 5 переможців). Кешбек 25 000 грн отримає головний переможець за підсумками акції.

Прямий маркетинг [11, 35]:

- електронна пошта: Приватбанк використовує електронну пошту для надсилання розсилок з пропозиціями та акціями своїм клієнтам;
- прямі листи та листівки: банк може також використовувати пряму пошту для надсилання інформації про свої продукти і послуги.

Ці маркетингові стратегії допомагають Приватбанку підтримувати свою конкурентоспроможність на ринку та забезпечувати зростання клієнтської бази.

Прозорість та публічна звітність є важливими принципами корпоративної відповідальності для Приватбанку, як для банку з великою клієнтською базою та значним впливом на фінансовий ринок. Ці принципи сприяють підвищенню довіри клієнтів, інвесторів та громадськості, а також сприяють забезпеченню ефективного контролю і управління діяльністю банку. Ось деякі аспекти прозорості та публічної звітності Приватбанку:

Фінансова звітність [11, 26]:

- річні звіти: Приватбанк публікує річні фінансові звіти, які містять детальну інформацію про фінансовий стан банку, його прибутки, активи, зобов'язання та інші фінансові показники;

- квартальні та річні звіти про прибутки: банк регулярно оприлюднює звіти про свої фінансові результати за кожний квартал та за рік.

Банк готує фінансову звітність відповідно до вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності та національного законодавства, установленого НБУ. Головна мета цього процесу – надати об'єктивну та достовірну інформацію про активи, зобов'язання, власний капітал, а також про доходи та витрати, включаючи прибутки та збитки. Ця інформація дозволяє широкому колу зацікавлених сторін приймати обґрунтовані економічні рішення, орієнтуючись на рух грошових потоків та фінансовий стан банку [10, 19].

Інформація для інвесторів:

- інвестиційна інформація: Приватбанк надає інвесторам доступ до інформації про свою діяльність, стратегію розвитку, плани та проекти.

Публічні заяви та прес-релізит [10]:

- офіційний сайт: Приватбанк публікує офіційні заяви та прес-релізи на своєму вебсайті, що стосуються важливих подій, новин та рішень, прийнятих банком.

Корпоративне управління:

– інформація про корпоративне управління: Приватбанк розкриває інформацію про свою корпоративну структуру, склад ради директорів, виконавчого керівництва та комітетів, відповідальних за управління банком.

Взаємодія з громадськістю:

– відкриті діалоги: Приватбанк співпрацює з громадськістю, відкрито відповідаючи на запитання, звернення та пропозиції від клієнтів, інвесторів та громадських організацій.

Дотримання нормативів та стандартів:

– відповідність законодавству: Приватбанк забезпечує дотримання всіх відповідних нормативів та стандартів у своїй діяльності, що сприяє стабільності та довірі до банку.

Ці аспекти прозорості та публічної звітності демонструють зобов'язання Приватбанку перед своїми клієнтами, інвесторами та громадськістю забезпечувати чесну, відкриту та прозору діяльність.

Отже, Приватбанк, один з найбільших українських банків, активно використовує різноманітні інформаційні технології та цифрові платформи для поліпшення обслуговування клієнтів і оптимізації своїх процесів. Важливим аспектом діяльності банку є його комунікація з клієнтами, яка забезпечується через різні канали та сприяє збереженню довіри клієнтів та партнерів. Крім того, маркетингові заходи відіграють важливу роль у просуванні продуктів і послуг банку на ринку та привертанні нових клієнтів. Прозорість та публічна звітність є ключовими принципами корпоративної відповідальності для банку, що сприяє підвищенню довіри клієнтів, інвесторів та громадськості. Забезпечуючи чесну, відкриту та прозору діяльність, Приватбанк прагне зберігати своє впливове становище на фінансовому ринку та продовжувати залучати нових клієнтів та інвесторів.

2.2. Інформаційне позиціонування Приватбанку

Інформаційне позиціонування Приватбанку відіграє ключову роль у формуванні його репутації та залученні клієнтів у динамічному банківському середовищі України. Як найбільший банк країни, Приватбанк активно використовує інноваційні технології, забезпечуючи зручність і доступність своїх послуг для мільйонів клієнтів. Завдяки наголосу на надійність, соціальну відповідальність, підтримку малого та середнього бізнесу, а також прозорій комунікації, банк зміцнює свої лідерські позиції на ринку, формуючи позитивний імідж та довіру серед споживачів [10].

Комерційний банк «Приватбанк» в останні роки своєї діяльності докладає особливих зусиль для свого інформаційного представлення. На офіційній сторінці, в соціальних мережах, на різноманітних медіа-платформах оприлюднюються прес-релізи та новини, пов'язані з усіма напрямками діяльності банківської установи. Так, у січні 2024 р. було опубліковано 16 новин та прес-релізів, у лютому – 20, у березні – 14, у квітні – 17, у травні – 20 матеріалів (підраховано автором).

З розвитком інформаційного позиціонування пов'язана співпраця Приватбанку з потужними медіа-агентствами та фірмами. Так, 17 квітня 2023 року Приватбанк уклав угоду з фірмою «Авардс Медіа» про рекламні та маркетингові послуги на 2,90 млн грн. Проводилися спеціальні електронні торги на майданчику банку.

Онлайн-медійне агентство «Авардс Медіа» упродовж року працювало над розвитком YouTube-каналу банку. Було запропоновано три ідеї формату каналу, проведений кастинг, створено відеоролики, які націлені на просування Приватбанку. Виконувалися й інші важливі завдання: контент-менеджмент та інтеграціями з блогерами. Фірма «Авардс Медіа» створює сервіси для розвитку, збільшення доходу та підвищення впізнаваності креаторів, відеоконтенту і брендів на діджитал-платформах. Компанія є сертифікованим партнером

«YouTube». У рамках цієї співпраці було створено 10 відеосюжетів (знімальних роликів) і 10 відеосюжетів (анімаційних роликів).

ПриватБанк доєднався до Всеукраїнської інформаційної кампанії з платіжної безпеки #КібербезпекаФінансів, яку із 30 травня 2024 року розпочав Національний банк України разом з Державною службою спеціального зв'язку та захисту інформації України. Мета кампанії націлена на поліпшенні обізнаності громадян про платіжну безпеку та формування навичок із захисту фінансових даних у віртуальному просторі.

ПриватБанк у 2022-2024 рр. проводить для медіа спеціальні презентації, у тому числі нефінансових звітів. Серед останніх подій – презентація на YouTube-каналі звіту під слоганом «Об'єднані результатами: досягнення, лідерство та інновації». За підтримки акціонера банку – Міністерства фінансів України – був презентований нефінансовий звіт банку за 2023 рік. Цей звіт став джерелом потужної інформації про всі аспекти діяльності банку – фінансові, бізнес, соціальні.

ПриватБанк визнаний кращим корпоративним та роздрібним банком 2024 року в Україні [10].

В свою чергу він отримав престижне визнання в рамках традиційного рейтингу українських банків «Банки року – 2024». Банк був відзначений як найкращий у двох ключових номінаціях:

- найкращий корпоративний банк – за абсолютний приріст кредитного портфеля юридичних осіб.
- найкращий роздрібний банк – за абсолютний приріст гривневих кредитів фізичних осіб.

Описаний рейтинг щорічно проводиться «Фінансовим клубом» та видавництвом «Юридична практика». При розрахунках лідерів рейтингу враховувалися дані звітності банків, опубліковані Національним банком України за 2023 рік. Основними критеріями оцінки стали динаміка депозитного та кредитного портфелів фізичних та юридичних осіб.

Визнання Приватбанку у цих номінаціях підтверджує його провідні позиції на ринку банківських послуг та значний внесок у розвиток фінансової системи України [10].

Підтвердженням визначених позицій виступає активна участь Приватбанку в зборах з подвоєнням донатів від Mastercard, в результаті яких за місяць було зібрано понад три мільйони гривень для дітей без батьківського піклування.

Протягом цього місяця, з 24 листопада до 25 грудня, Приватбанк разом із компанією Mastercard та ГО «Мрія дітей України» провели благодійний збір «Свої діти». Кожен донат, зроблений карткою Mastercard від Приватбанку в цей період, автоматично подвоювався Mastercard. Завдяки цьому клієнти банку перерахували 2,1 млн грн, а Mastercard додав ще 1 мільйон, що в сумі склало понад 3 мільйони гривень. Загалом, з початку запуску програми, було зібрано понад 7,2 млн грн.

Мета збору: благодійний збір, що розпочався у вересні 2023 року, має на меті зібрати 20 мільйонів гривень на позашкільну освіту для дітей, які через війну залишилися без батьківського піклування. Зібрані кошти спрямовуються на оплату гуртків, курсів та занять для дітей, чії батьки опинилися в полоні, зникли безвісти або загинули на війні.

Результатом проведення зборів виступає розіграш трьох цінних призів серед тих, хто здійснивав донати на суму понад 500 гривень протягом минулого місяця і зареєструвався в акції. Переможці мали змогу отримати такі призи як:

- сертифікат номіналом 40 тисяч гривень на поїздку в зимові Карпати;
- універсальний сертифікат GiftMall на таку ж суму;
- ноутбук Xiaomi Redmi G R5.

Ще одним із підтверджень високої провідної позиції на ринку банківських послуг виступає запуск єдиного меню комунікацій задля безпечного та надійного зв'язку клієнтів з банком через додаток «Приват24».[10].

Найпопулярніший в Україні мобільний банк Приват24 у своїй оновленій версії представив нове єдине меню «Комунікації». Це меню надає клієнтам

можливість зв'язатися з банком через різні канали, такі як «Допомога онлайн», улюблені месенджери або напряму подзвонити до банку.

Можливості нового меню:

- допомога онлайн: швидкий доступ до консультацій та підтримки;
- улюблені месенджери: зручність зв'язку через популярні месенджери;
- прямий дзвінок до банку: можливість миттєвої телефонної консультації.

Додаткові функції меню «Комунікації»:

- інформація про подані заявки: клієнти можуть переглянути статус раніше поданих заявок;
- повідомлення про підозру на шахрайство: спеціальний розділ для інформування банку про підозрілі активності;
- додаткові номери телефонів банку: завжди актуальні контактні номери для зручного зв'язку;
- мапа відділень, банкоматів та терміналів: актуальна інформація про розташування та графік роботи;
- офіційні сторінки у соціальних мережах: посилання на офіційні акаунти Приватбанку для отримання новин та оновлень.

Запуск нового єдиного меню «Комунікації» забезпечує клієнтам Приват24 безпечний та надійний зв'язок з банком, спрощуючи процес отримання підтримки та доступу до важливої інформації.

Також Приватбанк прийняв активну участь в допомозі та передав бібліотекам країни більше тисячі примірників художньої та бізнес-літератури українською мовою [10].

Банк приєднався до святкування Всесвітнього дня книг, який щороку відзначається 23 квітня, і взяв участь у Всеукраїнській акції «Подаруй українську книгу бібліотеці». В рамках цієї ініціативи банк передав більше тисячі екземплярів україномовних книжок до бібліотек по всій країні.

Внеском Приватбанку виступили такі книжкові позиції:

– бізнес-література: книги з власної корпоративної бібліотеки були передані обласним універсальним науковим бібліотекам.

– інші жанри: співробітники відділень Приватбанку поділилися художньою та іншою україномовною літературою з місцевими та шкільними бібліотеками.

Мета даної ініціативи: ця ініціатива є продовженням лагідної українізації, яку банк розпочав з 2016 року після націоналізації. Завдяки акції україномовні книжки стануть доступні ширшому колу читачів, що забезпечить легкий доступ до високоякісної літератури, збільшить кількість україномовних книжок у бібліотеках та сприятиме популяризації української мови.

Приватбанк завжди підтримує ініціативи, спрямовані на покращення якості життя громадян України та розвиток освіти в Україні. Акція «Подаруй українську книгу бібліотеці» є черговим кроком у цьому напрямку, забезпечуючи бібліотеки країни цінними україномовними виданнями.

Приватбанк не відступає від активного прояву лідерської позиції в банківському секторі та разом з Renault запустили партнерську програму кредитування автомобілів в Україні [10].

Приватбанк та Renault розпочали спільну кредитну програму для придбання автомобілів провідної французької марки в Україні. Член правління Приватбанку з питань роздрібного бізнесу Дмитро Мусієнко повідомив, що ця нова партнерська програма дозволяє українцям отримати автомобіль в кредит на вигідних умовах, з мінімальною бюрократією, а також сприяє розвитку ринку автокредитування на основі сучасних технологічних рішень.

Перевагами висвітленої програми виступають:

– мінімальний набір документів: для оформлення кредиту клієнтам потрібен лише мінімальний набір документів;

– швидке ухвалення рішення: рішення про видачу кредиту приймається за лічені хвилини;

– зручне керування: керувати кредитною програмою можна онлайн через Приват24.

Умови кредитування:

- аванс від 20%: можливість придбати автомобіль з авансовим внеском від 20%;
- швидке оформлення: купівля автомобіля можлива через Приват24, на сайті або у відділеннях Приватбанку;
- приклад кредитування: при купівлі Renault Duster вартістю 713 200 грн на 5 років, щомісячний кредитний платіж становить від 7 472 грн.

Додаткові переваги:

- знижена процентна ставка: протягом перших 24 місяців діє знижена процентна ставка;
- відсутність нотаріального завірення: немає необхідності нотаріально завіряти договір застави;
- дострокове погашення: можливість дострокового погашення кредиту в будь-який момент;
- зручні способи оплати: платежі можна вносити через Приват24, термінали самообслуговування або відділення банку.

Приватбанк та Renault впевнені, що ця ініціатива зробить процес придбання автомобілів простішим та доступнішим для українських клієнтів, сприяючи розвитку ринку автокредитування в Україні.

Також, Приватбанк запустив інтелектуальну програму персональних знижок та кешбеків «Привіт» в Приват24 [10].

Банк презентував нову програму лояльності «Привіт», яка доступна понад 18,5 мільйонам клієнтів через Приват24. Програма пропонує вигідні покупки, персональні знижки та кешбеки від провідних українських брендів та компаній.

Особливостями програми «Привіт» є:

1) Інтелектуальна персоналізація:

- аналіз споживчої поведінки: програма враховує платіжні звички, географію проживання, пору року та навіть сезонні потреби клієнтів;
- пропозиції на основі штучного інтелекту: використання алгоритмів штучного інтелекту для підбору індивідуальних пропозицій.

2) Переваги для клієнтів:

- персональні знижки та кешбеки: програма підбирає найрелевантніші пропозиції для кожного клієнта;
- широкий вибір пропозицій: від різних партнерів, включаючи торговельні мережі та сервісні компанії;
- зручність та простота: пропозиції можна активувати в один клік через Приват24.

Процес дій інтелектуальної програми складається з:

- меню «Привіт»: пропозиції відображаються у спеціальному меню в мобільному додатку чи вебверсії Приват24;
- щоденні оновлення: перелік знижок та кешбеків постійно оновлюється, щоб відповідати актуальним потребам клієнтів;
- простота використання: достатньо активувати пропозицію у програмі, щоб автоматично отримувати кешбеки чи знижки при оплаті картою Приватбанку.

Також додано такі пропозиції для партнерів, як: можливість партнерів з торговельних мереж та сервісних компаній запропонувати українцям вигідні умови придбання товарів та послуг. Це сприяє розвитку співпраці між банком та бізнесом, забезпечуючи кращі умови для клієнтів.

Отже, програма «Привіт» від Приватбанку – це сучасне рішення для вигідних покупок з індивідуальними пропозиціями. Вона дозволяє економити кошти, активуючи знижки та кешбеки без зайвих зусиль, що робить щоденні покупки зручнішими та вигіднішими.

Приватбанк продовжив безкоштовну доставку карток Новою Поштою по Україні та Європі до кінця 2024 року тим самим піднімає свій рейтинг та притримується позиції найкращого банку 2024 року [10].

Приватбанк оголосив про продовження безкоштовної доставки банківських карток Новою Поштою по всій Україні та у 13 країнах Європи до кінця 2024 року. Як зазначив член правління Приватбанку з питань роздрібного бізнесу Дмитро

Мусієнко, ця послуга доступна всім клієнтам, які перевипустили діючу платіжну картку або відкрили нову цифрову картку через Приват24.

Програма наділена такими діями як:

- безкоштовна доставка: всі клієнти Приватбанку можуть скористатися безкоштовною доставкою карток;
- легке замовлення: оформити заявку на нову картку або перевипуск діючої можна за кілька кліків у Приват24;
- широка географія доставки: картки доставляються Новою Поштою по Україні, а також через кур'єра Nova Post на будь-яку адресу в Польщі, Молдові, Литві, Німеччині, Чехії, Румунії, Естонії, Латвії, Італії, Словаччині, Угорщині, Великобританії та Іспанії.

Для того щоб отримати дану карту потрібно пройти визначені процедури, тобто:

- оформлення заявки: подати заявку на нову або перевипущену картку через Приват24;
- доставка картки: отримати картку у відділенні або поштоматі Нової Пошти в Україні, або через кур'єра Nova Post у вказаних країнах Європи.

Ще з початку війни Приватбанк подовжив строк дії всіх платіжних карток, що дозволяє клієнтам вільно користуватися ними для оплати товарів та послуг, а також для зняття готівки. При необхідності перевипуску картки для активного шопінгу в інтернет-магазинах, клієнти можуть миттєво оформити цифрову картку у Приват24 та отримати її фізичну версію через Нову Пошту як в Україні, так і за кордоном.

Приватбанк прагне надавати високоякісні послуги та підтримувати своїх клієнтів як в Україні, так і за її межами, забезпечуючи їм доступ до фінансових послуг у будь-який час та в будь-якому місці.

У сучасних умовах діяльність будь-якої організації, у тому числі й банку, відбувається в умовах постійних змін, що характеризують його навколишнє середовище. Для оцінки цих змін використовується аналіз макросередовища. Основною метою аналізу ринку є отримання інформації про нові можливості на

ринку, а також про потенційні проблеми і загрози, з якими може стикнутися банк. Саме тому необхідно провести аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища Приватбанку за допомогою методу SWOT-аналізу. (дивись таблицю Б.2 додатка Б).

Цей аналіз надає огляд сильних та слабких сторін, можливостей та загроз Приватбанку. Основними пунктами є його лідерство на ринку, широка клієнтська база та технологічні інновації. Однак банк також стикається з ризиками, такими як високий рівень конкуренції та залежність від регулятивних змін.

Отже, Приватбанк активно формує свою репутацію та залучає клієнтів через використання інноваційних технологій, акцент на надійності, соціальній відповідальності та підтримці бізнесу. Завдяки активній інформаційній кампанії та співпраці з медіа-агентствами банк покращує свою впізнаваність та довіру серед споживачів. Визнання як найкращого корпоративного та роздрібного банку України у 2024 році підтверджує його лідерство. Приватбанк продовжує впроваджувати нові комунікаційні сервіси, підтримувати українську літературу, пропонувати вигідні кредитні програми та лояльність, забезпечуючи своїм клієнтам доступ до якісних фінансових послуг у будь-який час та місці.

Таким чином, Приватбанк активно розвиває свою інформаційну діяльність через різноманітні напрями. Це включає використання передових технологій для поліпшення обслуговування клієнтів, звернення до різних комунікаційних каналів для забезпечення ефективної взаємодії та співпраці з громадськістю, і надання прозорості та доступної інформації про свою діяльність. Ці напрями дозволяють банку підтримувати свій лідерський статус у фінансовому секторі та забезпечувати високий рівень довіри серед клієнтів та партнерів. Приватбанк ретельно вивчає своє інформаційне позиціонування, щоб відрізнитися від конкурентів та вирізнитися на ринку. Зосереджуючись на своїх сильних сторонах, таких як передові технології, клієнтське обслуговування та соціальна відповідальність, банк створює образ надійного та інноваційного фінансового партнера. Інформаційне позиціонування Приватбанку сприяє підвищенню

впізнаваності бренду та залученню нових клієнтів, забезпечуючи стійкість та стабільність бізнесу у конкурентному середовищі.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження щодо особливостей інформаційної діяльності Приватбанку можна такі практичні висновки.

По-перше, досліджено, що з розвитком сучасних комп'ютерних і інтернет-технологій банківський сектор України переживає значні зміни. Онлайн-банкінг стає все більш популярним завдяки своїм перевагам, таким як зручність, швидкість та безпека. Однак існують виклики, такі як обмежений доступ до інтернету та недостатні навички користувачів. Незважаючи на це, Україна активно розвиває свій фінтех-сектор, сприяючи інноваціям та конкуренції в банківській сфері. Зусилля уряду спрямовані на створення сприятливої середовища для розвитку фінтеху, що сприяє покращенню доступу до фінансових послуг та підвищенню фінансової грамотності. В цілому, розвиток онлайн-банкінгу в Україні є важливим кроком у напрямку забезпечення якісного обслуговування клієнтів та підвищення фінансової доступності, але вимагає подальших зусиль для подолання викликів та обмежень. сучасна цифрова економіка ставить перед банківським сектором ряд викликів і вимог, які потребують постійного вдосконалення та адаптації. Вплив негативних факторів, таких як пандемія COVID-19 та російська агресія, акцентує увагу на необхідності швидкої і ефективної імплементації передових фінансових технологій в Україні. Незважаючи на те, що у 2020 році Україна посідає 43-є місце за створенням сприятливої екосистеми для фінансових технологій, український ринок фінансових послуг все ще розвивається, а споживачі мають обмежений доступ до інновацій порівняно з іншими країнами. Проте напрямки фінтеху в Україні вже демонструють потенціал для подальшого росту, зокрема, платежі та грошові перекази є найбільш популярними. Співпраця між компаніями фінтех та банками стає все більш активною, що вказує на розвиток сектору та його готовність до впровадження нових технологій. Ключовим етапом у цьому процесі є прийняття «Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року», яка визначає основні напрямки для подальшого розвитку, включаючи тестування інноваційних

проектів та підвищення фінансової грамотності населення. Успішна реалізація цієї стратегії буде залежати від ефективної імплементації цифрових проектів, зокрема, віддаленої ідентифікації, виконання європейської директиви PSD2 та зміцнення кібербезпеки. Такий підхід сприятиме розвитку фінансового сектору України та забезпечить його конкурентоспроможність у міжнародному контексті.

По-друге, виявлено, що створення України як держави вимагає трансформацій у всіх сферах громадського життя, включаючи правові відносини у сфері економіки та фінансів, які в значній мірі ґрунтуються на ефективному функціонуванні банків. Банківський сектор будь-якої сучасної країни існує в контексті глобальних мереж та міжнародних організацій, що робить необхідним забезпечення стабільності, безпеки та надійності банківських операцій. Швидкий розвиток інформаційних технологій та глобальних мереж відкрив нові можливості для банківських продуктів та послуг, таких як SMS-банкінг, інтернет-банкінг, та WebMoney Banking тощо. У контексті значної залежності банківських операцій від надійності інформаційних технологій, забезпечення інформаційної безпеки стало одним із фундаментальних принципів функціонування банківської системи в цілому. Захист банківської таємниці є одним із головних аспектів забезпечення інформаційної безпеки в будь-якому банківському закладі. Основні компоненти безпеки інформаційної сфери банківського закладу включають: Забезпечення безпеки інформаційних ресурсів Захист інформаційної інфраструктури Захист «інформаційного поля». Інформаційні ресурси банківського закладу з'єднані, організовані, структуровані та фіксовані на матеріальних носіях, і є власністю банківського закладу. Безпека інформаційних ресурсів полягає в збереженні цієї інформації від несанкціонованого поширення, використання та порушення її конфіденційності. Забезпечення інформаційної інфраструктури банківського закладу полягає в створенні стану захисту електронних комп'ютерів, систем та комп'ютерних мереж та комунікаційних мереж банківського закладу, який гарантує цілісність та доступність оброблюваної інформації (збереженої або обігу).

По-третє, досліджено, що Приватбанк, один з найбільших банків в Україні, здійснює свою інформаційну діяльність через кілька ключових напрямів, кожен з яких є важливим для забезпечення ефективної комунікації з клієнтами та партнерами, а також для підтримки іміджу банку. Банк активно використовує цифрові технології для поліпшення обслуговування клієнтів та оптимізації своїх процесів. Цифрові платформи банку дозволяють клієнтам проводити широкий спектр фінансових операцій зручно та безпечно. Комунікація банку з клієнтами є одним з найважливіших аспектів його діяльності. Банк використовує різні канали комунікації для збереження прямого зв'язку з клієнтами, швидко реагує на їхні потреби та запитання та вирішує будь-які питання, що можуть виникнути. Маркетингова діяльність банку є важливою складовою його стратегії для просування продуктів і послуг на ринку та привертання нових клієнтів. Банк використовує різноманітні маркетингові інструменти та канали комунікації для підтримки свого бренду та привертання уваги клієнтів. Прозорість та публічна звітність є важливими принципами корпоративної відповідальності для Приватбанку. Ці принципи сприяють підвищенню довіри клієнтів, інвесторів та громадськості та забезпечують ефективний контроль та управління діяльністю банку.

По-четверте, з'ясовано, що Приватбанк відіграє важливу роль у формуванні своєї репутації та залученні клієнтів у динамічному банківському середовищі України. Використовуючи інноваційні технології та зосереджуючи увагу на надійності, соціальній відповідальності та підтримці малого і середнього бізнесу, банк зміцнює свої ринкові позиції. Активне інформаційне позиціонування через офіційний сайт, соціальні мережі та медіа-платформи підсилює його імідж та довіру серед споживачів. Співпраця з медіа-агентствами, такими як «Авардс Медіа», сприяє розвитку цифрових каналів, таких як YouTube, що покращує впізнаваність бренду. Участь у всеукраїнських кампаніях, спрямованих на підвищення обізнаності про платіжну безпеку, демонструє соціальну відповідальність банку. Визнання Приватбанку як найкращого корпоративного та роздрібного банку України у 2024 році підтверджує його провідну роль у

розвитку фінансової системи країни. Запровадження єдиного меню для комунікації та підтримка української літератури підкреслюють зусилля банку щодо покращення обслуговування та соціальної підтримки. Крім того, банк пропонує вигідні кредитні програми, зокрема для придбання автомобілів Renault, та інтелектуальну програму лояльності «Привіт», яка надає персоналізовані знижки та кешбек. Продовження безкоштовної доставки банківських карток до кінця 2024 року свідчить про турботу банку про зручність своїх клієнтів. Таким чином, Приватбанк продовжує надавати високоякісні послуги, підтримуючи своїх клієнтів як в Україні, так і за її межами, забезпечуючи доступ до фінансових послуг у будь-який час та у будь-якому місці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Законодавчі та нормативно-правові акти

1. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ. Поточна редакція 27.07.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 12.05.2023).
2. Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах: Закон України від 05.07.1994 № 80/94-ВР. Поточна редакція 04.04.2024. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 12.05.2023).
3. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI. Поточна редакція 27.04.2024. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> (дата звернення: 12.05.2023).
4. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. Поточна редакція 27.04.2024. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.05.2023).
5. Про банки і банківську діяльність: Закон України (2001). Поточна редакція 27.04.2024. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#Text> (дата звернення: 15.05.2023).
6. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України (2003). Поточна редакція 31.12.2023. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (дата звернення: 15.05.2023).
7. Про платіжні послуги: Закон України (2023). Поточна редакція 01.01.2024. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (дата звернення: 15.05.2023).
8. Про затвердження Положення про організацію внутрішнього аудиту в банках України: Постанова Правління НБУ від 10.05.2016 № 311. База даних

«Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0311500-16#Text> (дата звернення: 18.05.2023).

Офіційні сайти/портали підприємств, установ, організацій та їхні офіційні сторінки/блоги у соціальних мережах

9. Національний банк України: *Офіційний вебсайт*. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 09.04.2023).

10. Національний банк України: *Офіційний вебсайт*. Наглядова статистика. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення: 09.04.2023).

11. Приватбанк: *Офіційний вебсайт*. URL: <https://privatbank.ua/> (дата звернення: 02.04.2023).

12. Приватбанк: *Офіційна сторінка в соціальній мережі «Фейсбук»*. URL: https://www.facebook.com/privatbank/?locale=uk_UA (дата звернення: 02.04.2023).

13. Приватбанк: *Офіційна сторінка в соціальній мережі «Інстаграм»*. URL: https://www.instagram.com/privatbank_original/ (дата звернення: 09.04.2023).

Наукові, довідкові, навчальні видання

14. Безпалій Р. В. Фінтех-інновації: передумови становлення та сучасні тенденції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 2. С. 44-49. (дата звернення: 25.05.2023).

15. Гребенюк Н.В. Формування технологій стратегічного управління банком, урахуваючи його функціональні особливості. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 7. Ч. 1. С. 92-95. (дата звернення: 25.05.2023).

16. Видання Укрінформ: *Чат-боти у месенджері Telegram*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2857277-catbot-u-telegram-dopomig-zablokuvati-vze-ponad-300-narkoadres.html> (дата звернення: 10.05.2023).

17. Демчишак Н., Дубик Г., Гриб В. Розвиток експорту цифрових технологій в умовах формування єдиного цифрового простору Європейського Союзу. *Економіка та держава*. 2020. № 6. С. 73-79. (дата звернення: 15.05.2023).
18. Демчишак Н., Радик В. Розвиток цифрової інфраструктури та блокчейн-технологій в Україні. *Інноваційна економіка*. 2020. № 3-4. С. 188-194. (дата звернення: 25.05.2023).
19. Дзюблюк О.В. До питання про суть комерційного банку і специфіку банківського продукту. *Вісник Національного банку України*. 2019. № 6. С. 82-90. (дата звернення: 04.05.2023).
20. Захарченко О.М. Дистанційне банківське обслуговування на основі системи «клієнт-банк»: переваги та недоліки. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць*. Суми: УАБС НБУ. 2020. Т. 30. С. 121-127. (дата звернення: 04.05.2023).
21. Калініченко Л.Л. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія «Економічні науки». 2014. Вип. 7. Ч. 3. С. 39-41. (дата звернення: 25.04.2023).
22. Карчева Г., Лернатович В., Кавецький Р. Використання технології блокчейн як фактор підвищення ефективності фінансової сфери. *Банківська справа*. 2017. №2. С. 110-119. (дата звернення: 10.04.2023).
23. Костогриз В.Г., Овчарук О.М. Дистанційне обслуговування як перспективна складова системи дистрибуції банківських продуктів. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2021. Вип. 12. С.71-76. (дата звернення: 25.05.2023).
24. Кривич Я.М. Поняття банківських інновацій та їх класифікація. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2017. Вип. 22. С. 104-111. (дата звернення: 25.05.2023).
25. Матвійчук Н., Теслюк С. Основні тенденції розвитку банківських інновацій в Україні. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Розділ III. Фінанси, банківська справа та страхування. №1. 2021. С.79-87. (дата звернення: 17.05.2023).

26. Мелесик С.В. Сучасні інформаційні технології у діяльності банків в умовах фінансової глобалізації. *Вісник Національного банку України*: журнал. 2006. Вип. 16.5. С. 194-199. (дата звернення: 20.05.2023).
27. Мельников А.О. Тенденції розвитку інноваційного банківського обслуговування. *Наукові праці МАУП*. 2021. № 3(30) С. 134-140. (дата звернення: 16.05.2023).
28. Олещук М.Г. Впровадження інноваційних ІТ-технологій як напрямок підвищення конкурентоспроможності банків на ринку банківських послуг України. *Науковий вісник ДДМА*. 2020. № 1. С. 351-358. (дата звернення: 27.04.2023).
29. Підгорний А. Практика реалізації завдань банківської системи з використанням технології блокчейн. *Банківський вісник*. 2017. № 11. С. 56-58. (дата звернення: 25.05.2023).
30. Рац О. М., Алфімова А. С. Сучасні напрями розвитку фінансових технологій в банківському секторі України. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. №4/2. С. 9-13. (дата звернення: 25.05.2023).
31. Руда О.Л. Дистанційне обслуговування в банківській системі. *Інфраструктура ринку*. 2020. Випуск 3. С. 353-358. (дата звернення: 23.05.2023).
32. Сербина О.Г. Тенденції розвитку мобільного банкінгу в Україні. *Молодий вчений*. 2019. № 3(06). С. 53-55. (дата звернення: 23.05.2023).
33. Сніщенко Р.Г., Гладкий В.В., Ардашов С.А. Основні аспекти автоматизації банківської діяльності. *Вісник КДУ імені М. Остроградського*. 2018. №5(64). Частина 1. С. 87-89. (дата звернення: 25.05.2023).
34. Степаненко О.П. Тенденції інноваційного розвитку банківської системи України. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. № 6. С. 275-282. (дата звернення: 13.05.2023).
35. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. *Сталий розвиток інновацій, кешлес та фінграмотність*. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_finteh2025.pdf?v=4 (дата звернення: 13.05.2023).

36. Чепелюк Г.М. Стратегічний аналіз та планування розвитку банку в умовах взаємодії з чинниками зовнішнього середовища. *Ефективна економіка*. 2019. №5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/56.pdf (дата звернення: 22.04.2024).

37. Філатова О. *Штучний інтелект в FinTech*. URL: <https://psm7.com/fintech/ii-v-fintex.html> (дата звернення: 10.05.2023).

38. Шевцова А. *Інвестиції у фінтех: у що вкладали гроші в першому кварталі 2021 року*. URL: <https://ua.news/ua/ynvestytsyy-v-fyntehe-vo-cho-vkladyvaly-dengy-v-pervom-kvartale-2021-goda/> (дата звернення: 16.04.2023).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Банк	Назва системи інтернет-банкінгу	Перелік послуг
Приватбанк	Privat24	<ul style="list-style-type: none">– відкриття та управління рахунками;– грошові перекази;– отримання виписок та історії операцій;– оплата комунальних послуг та інших платежів;– внесення та зняття депозитів;– купівля/продаж валюти;– додаткові послуги для карточок.
Ощадбанк	OSCHADBANK Online	<ul style="list-style-type: none">– відкриття та управління рахунками;– грошові перекази;– отримання виписок та історії операцій;– оплата комунальних послуг та інших платежів;– внесення та зняття депозитів;– купівля/продаж валюти;– додаткові послуги для карточок.
Монобанк	MonoBank	<ul style="list-style-type: none">– відкриття та управління рахунками;– грошові перекази;– отримання виписок та історії операцій;– оплата комунальних послуг та інших платежів;– внесення та зняття депозитів;– купівля/продаж валюти;– додаткові послуги для карточок.
Укргазбанк	i-Bank	<ul style="list-style-type: none">– відкриття та управління рахунками;– грошові перекази;– отримання виписок та історії операцій;– оплата комунальних послуг та

		інших платежів; – внесення та зняття депозитів; – купівля/продаж валюти; – додаткові послуги для карточок.
--	--	---

Таблиця 1 – Українські банки, які впровадили систему інтернет-банкінгу.

ДОДАТОК Б

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – лідерство на ринку; – широка клієнтська база; – технологічні інновації ; – різноманітність послуг. 	<ul style="list-style-type: none"> – залежність від внутрішніх факторів; – високий рівень конкуренції ; – залежність від зовнішніх факторів ; – ризики безпеки та конфіденційності.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – розвиток ринків ; – інновації в технологіях; – стабільність економіки; – стратегічні партнерства . 	<ul style="list-style-type: none"> – ризик регулятивних змін ; – глобальні економічні та фінансові кризи .

Таблиця 2 – SWOT-аналіз Приватбанку.