

кардинального перегляду застосовуваних податкових пільг та впровадження нових інструментів податкового регулювання.

Список використаних джерел:

1. Магопець М. С. Магопець О. А. Пільги з ПДВ в системі податкових важелів стимулювання інноваційної діяльності / Магопець М. С. Магопець О.А.// Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України». - 14 квітня 2020. – С. 161-162.

URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/9865/1/Proceedings-3thISPC-2020-161-162.pdf>

2. Штефан Л.Б Ткач Д.О Регулююча роль податкових пільг при оподаткуванні доходів фізичних осіб / Штефан Л.Б Ткач Д.О // Мукачівський державний університет (економіка і суспільство). – 2016. - №2. – С. 638-641

URL:

http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/15520/1/%d0%a8%d1%82%d0%b5%d1%84%d0%b0%d0%bd_%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%8f_8.pdf

3. Невидимі субсидії. Хто і скільки втрачає, а хто – отримує в Україні від податкових пільг? [Електронний ресурс] / аналітична платформа VoxUkraine. – 2020

URL: <https://voxukraine.org/uk/nevidimi-subsidiyi-hto-i-skilki-vtrachaye-a-hto-otrimuye-v-ukrayini-vid-podatkovih-pilg/>

УДК 336.7

Вавдіюк І.І.,

студентка ФБМ -605, факультет фінансів

Ходакевич С.І.,

к.е.н., доцент кафедри

банківської справи та страхування

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Трансформація відносин банку з клієнтом через інноваційні технологічні рішення

Сьогодні банківська діяльність є однією з найбільш сприятливих сфер для впровадження новітніх інформаційних технологій. Досить велика кількість

операцій та завдань, що виникають у процесі роботи банку, піддаються автоматизації. Та й банкам така ситуація вигідна: менше офісів, ширше коло клієнтів, швидший оборот, менше паперу (в тому числі з водяними знаками), менше охорони і таке інше.

Згідно прогнозів консалтингової компанії Boston Consulting Group (BCG) в найближчі 5 років близько 30% виручки в світовому традиційному корпоративному банкінгу буде отримано виключно через цифрові канали. Революцію в сфері фінансів зумовлюють нові хвилі високотехнологічних стартапів, які працюють краще, швидше і дешевше в кредитуванні, платежах і управлінні капіталом у порівнянні з традиційними великими банками. [2, с.7]

Сьогодні більшість українських банків здійснює комбіноване дистанційне обслуговування на основі використання систем інтернет-банкінгу, мобільного банкінгу та чат-ботів. Обслуговування за допомогою систем віртуального банкінгу докорінно змінює формат взаємодії зі споживачем банківських послуг таким чином, що фокус системи банківського обслуговування переноситься на канал доставки банківських послуг – електронний банкінг як на технологію (а не на продукт), що дозволяє забезпечити потреби клієнтів у банківському обслуговуванні дистанційно.

Однією із причин, що стримує впровадження окремих видів послуг дистанційного банківського обслуговування є недостатня гнучкість законодавства. Вивчення клієнта банку - обов'язковий процес отримання інформації щодо ідентифікації клієнта у випадках, передбачених законодавством, тому говорячи про первинну ідентифікацію, до сьогодні такої можливості в рамках дистанційного обслуговування банки не мали.

Проте це все «питання часу». Вже сьогодні в Україні існує механізм віддаленої ідентифікації клієнтів банків через систему BankID НБУ. Це, в свою чергу, дає можливість клієнтам банків дистанційно відкривати рахунки без необхідності відвідувати відділення. Щоправда вперше ідентифікація фізособи має проводитися за її присутності одним з банків - учасників системи, і вже

після цього ця фізособа зможе замовляти сервіси та послуги на сайті будь-якої компанії або банку, підключених до системи BankID.

Крім цього, основними способами дистанційної ідентифікації клієнтів є: використання інформації інших банків; використання унікального ідентифікатора (чіповані посвідчення); аутсорсинг – ідентифікацію здійснює третя сторона за допомогою власних баз даних.

Перспективним світовим трендом є голосові технології розпізнавання мови та верифікації клієнта. В банках вбудовується система, що дає змогу авторизувати клієнта за його голосом, розпізнавати запит і надавати відповідь.

Сучасні технології дозволяють робити миттєві фото та відправляти їх через Інтернет. Тому ще одним способом підтвердження наданої клієнтом інформації може бути запит банком «селфі» клієнта, зробленого за допомогою мобільного телефону, смартфона, планшета чи web-камери комп'ютера. Отримане фото слід проаналізувати з урахуванням додаткової інформації про фото: дата та час зйомки, автор, гео-таргетування. [1, с.150]

Ефективні інноваційні рішення дадуть змогу трансформувати звичайні персоналізовані відносини банку з клієнтом в щось більш цінне – партнерство. Поступово банки будуть перетворюватися на інтерфейс для взаємодії клієнта з фінансовим ринком. В перспективі існуватимуть багатофункціональні офлайн-офіси фінансових послуг, де можна буде отримати персональну консультацію банківських агентів і доступ до банківських продуктів будь-яких установ, фінансових компаній, пенсійних та інвестиційних фондів, а також брокерських послуг на фондовому ринку.

На тлі кризи довіри з боку клієнтів, які вибирають банк, орієнтуючись саме на його зручне розташування та фізичну присутність, віддаючи перевагу відділенню зарубіжні банки, такі як : «ING Direct» в США і Канаді відкривають відділення-кав'ярні, «Virgin Money» (Велика Британія) - лаундж зони та магазини. Такі фінансові супермаркети не орієнтовані на продаж банківських продуктів, але виконують важливу роль у вибудовуванні відносин з клієнтами, залученні нових категорій клієнтів і підвищенні рівня довіри.

Висновок: отже, абсолютно очевидно, що інноваційні рішення та технології повністю трансформують звичні для нас відносини банків з клієнтами в найближчому майбутньому. Соціальні мережі (Facebook, Telegram, Viber, Google, Apple) та небанківські фінансові корпорації (Visa, Mastercard) впродовж наступного десятиліття переймуть більшу частку банківських функцій. Своєю чергою, універсальні банки за участю страхових, інвестиційних компаній перетворяться у своєрідні еко-платформи, маркет-плейси. Банки візьмуть на себе функцію перерозподілу не тільки грошей, а й товарів та інформації.

Список використаних джерел:

1. Сапон Р. В., Шапов С. О. Удосконалення технологій ідентифікації клієнтів під час дистанційного банківського обслуговування /Р. В. Сапон, С. О. Шапов// С. 142-151. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.18371/fcaptp.v2i19.56924>
2. Гулей А. І., Гулей С. А. Цифрова трансформація вітчизняного банківського середовища в умовах розвитку фінтех-еконосистеми / Анатолій Іванович Гулей, Станіслав Анатолійович Гулей // Український журнал прикладної економіки. – 2019. – Том 4. – № 1. – С. 6–15.

УДК 336.531.

***Василишена Т.В.,**
аспірантка кафедри
корпоративних фінансів і контролінгу
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

***Нагорна О.В.,**
к.е.н, доцент кафедри
корпоративних фінансів і контролінгу
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

Формування інвестиційного клімату України як основи активізації розвитку підприємств АПК

Інвестиційна активність розвитку підприємств АПК повинна базуватись на докорінному оновленні технічних та технологічних потужностей та