

УДК: 658.8:336.7

Наталія КУЗЬО*Старший викладач ЗВО кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»**natalia.y.kyzjo@lpnu.ua***Наталія КОСАР***к.е.н., доцент,**доцент кафедри маркетингу і логістики,**Національний університет «Львівська політехніка»**nataliia.s.kosar@lpnu.ua***ДИСТАНЦІЙНІ КАНАЛИ ЗБУТУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ В
УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ****DISTANCE CHANNELS OF SALES OF BANKING PRODUCTS IN UKRAINE:
CURRENT STATE AND MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT**

Глобалізація економіки та інтеграція фінансових ринків зумовили ситуацію, в якій банківська сфера стала однією з високотехнологічних та динамічних галузей економічної діяльності. Конкуренція на банківському ринку змушує банки збільшувати спектр банківських продуктів, впроваджувати інновації та удосконалювати банківські технології. Діяльність вітчизняних банків ускладнюють умови воєнного стану, критичні обставини роботи, що змушує їх розвивати дистанційні канали збуту банківських продуктів.

Метою дослідження є аналіз існуючих дистанційних каналів збуту продуктів вітчизняних банків та визначення напрямів їх подальшого розвитку.

Останніми роками вітчизняні банківські установи приділяють значну увагу розвитку дистанційних каналів збуту, які вимагають використання новітніх інформаційних технологій. До найпопулярніших дистанційних каналів збуту банківських продуктів в Україні належать банкомати, системи електронного зв'язку та електронних платежів у місцях продажу товарів та послуг (табл. 1).

Таблиця 1 – Дистанційні канали збуту вітчизняних банків у першому півріччі
2023 р.

Банківські установи	Кількість банкоматів, шт.	Кількість платіжних терміналів, шт.	Можливості Інтернет-банкінгу чи мобільного банкінгу
1	2	3	4
АТ КБ "ПриватБанк"	Понад 7000	Понад 11000	Приват24 пропонує перекази на картки Visa та Mastercard, поповнення рахунків українських операторів зв'язку, оплату комунальних та інших послуг, керування своїми картками та рахунками, відкриття депозитів, отримання кредитів, купівлю квитків на автобус, поїзд чи літак, оформлення страхування, можливість

Банківські установи	Кількість банкоматів, шт.	Кількість платіжних терміналів, шт.	Можливості Інтернет-банкінгу чи мобільного банкінгу
1	2	3	4
			міжнародних грошових переказів у будь-яку країну світу тощо. Кількість користувачів - понад 15 млн. осіб
АТ "Ощадбанк"	2569	2513	Ощад 24/7 пропонує можливість відслідковувати рух коштів, переказувати кошти з картки на картку (у гривні), додавати картки інших банків та проводити операції з ними, відкривати та поповнювати депозитні вклади, погашати кредити, оплачувати комунальні послуги, здійснювати оплату на довільні реквізити, поповнювати рахунки операторів мобільного, CDMA-зв'язку, IP-телефонії, активувати/ деактивувати картки, відкривати віртуальну картку та здійснювати операції з нею тощо. Кількість користувачів - 5,8 млн. осіб
АТ "Універсал Банк"	13	8	Мобільний застосунок Monobank пропонує значний вибір банківських продуктів, зокрема безкоштовні грошові перекази, зручну оплату комунальних платежів, можливість взяти участь в акційних пропозиціях банку та отримати кешбек, можливість контролю своїх фінансових операцій тощо. Кількість користувачів - 6,75 млн. осіб
АТ "Кредобанк"	258	79	KredoBank пропонує здійснювати перекази між власними рахунками та картами перекази з карти на карту будь-якого банку України, платежі за довільними реквізитами, відкрити депозит, погасити кредит у будь-якому банку тощо
АТ АКБ "Львів"	224	-	Bank Lviv Online пропонує автоматизацію дистанційної роботи стосовно широкого спектру операцій із фінансовими інструментами (рахунками, платіжними картками), угодами (кредитними, депозитними, картковими продуктами) та використання додаткових сервісів
АТ "Ідея Банк"	24	116	Мобільний застосунок O.Bank 2.0 пропонує відкриття цифрових карток та рахунків, різні кредитні та дебетні продукти, можливість проводити відкриття депозитів онлайн, проводити платежі та здійснювати перекази за номером телефону тощо. Кількість користувачів - близько 9 тис. осіб.

Джерело: [1-6]

До основних напрямів розвитку дистанційних каналів збуту вітчизняних банків можна віднести:

- розширення мережі банкоматів та платіжних терміналів із можливістю доступу до них 24/7;
- збільшення кількості банківських продуктів та послуг, які можна отримати онлайн;
- підвищення безпечності онлайн платежів клієнтів;
- запровадження системи цифрових підписів для швидкої ідентифікації клієнтів;
- вдосконалення чатів з метою оперативної онлайн підтримки клієнтів;
- використання послуги відеозв'язку для підтримки клієнтів.

Таким чином проведений аналіз свідчить, що лідером у сфері розвитку дистанційних каналів збуту банківських продуктів надалі залишається АТ КБ "ПриватБанк". Активно даний каналі продажу продуктів розвиває і державний АТ "Ощадбанк" та приватні комерційні банки з іноземним капіталом такі як АТ "Універсал Банк" та АТ "Ідея Банк". Утримати та посилити конкурентні переваги на ринку комерційні банки можуть через розширення можливостей клієнтів при користуванні дистанційними каналами для отримання банківських продуктів, підвищення їх сервісу та безпеки проведених операцій.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт АТ КБ "ПриватБанк". URL: <https://privatbank.ua> (дата звернення: 28.09.2023).
2. Офіційний сайт АТ "Ощадбанк". URL: <https://www.oschadbank.ua> (дата звернення: 28.09.2023).
3. Офіційний сайт АТ "Універсал Банк". URL: <https://www.universalbank.com.ua> (дата звернення: 29.09.2023).
4. Офіційний сайт АТ "Кредобанк". URL: <http://www.kredobank.com.ua> (дата звернення: 28.09.2023).
5. Офіційний сайт АТ АКБ "Львів". URL: <http://www.banklviv.com> (дата звернення: 29.09.2023).
6. Офіційний сайт АТ "Ідея Банк". URL : <https://www.ideabank.ua/uk/about/network> (дата звернення: 29.09.2023).