

Monobank. Вийшовши на ринок у 2017 році, завоював значну популярність та любов серед українців. У рейтингу «World's Best Digital Banks»(2020), Mono названо найкращим цифровим банком в Україні. Працюючи за ліцензією Unaversal Bank, Monobank пропонує своїм клієнтам такі сервіси: відкриття рахунку не виходячи з дому; розміщення депозиту; перекази між картками; оплата послуг/сервісів, кредитний ліміт. Опцією яка привабила значну кількість клієнтів є «кешбек»: залежно від виду товару/послуг, клієнту повертається від 1 до 20% після оплати [3].

ПриватБанк після націоналізації у 2016 році не втратив позицій у рейтингах інноваційно-технологічних банків. Приват був першим хто запустив на українському ринку сервіси Google Pay та Apple Pay. Британський журнал «The Banker» останніми роками постійно знаходить місця для додатку Privat24 у своїх рейтингах найкращих світових банків. Звичайними переказами між картками та оплатою комуналки у смартфоні зараз мало кого здивуєш. Digital Skins – ПриватБанк перший у світі банк, який запропонував своїм клієнтами змінювати дизайн віртуальних карток у цифрових гаманцях; FacePay24 (нововведення в Україні) – біометрична оплата покупок у крамницях (підтвердженням оплати товару є ваше обличчя); чайові Cashless – відвідувачі кафе та ресторанів можуть залишати безготівкові «чайові»; додаток «Термінал» - це POS-термінал у смартфоні, не потрібне додаткове обладнання, тільки смартфон з NFC-модулем, і ви можете приймати платежі від клієнтів[4].

BankID – державна система віддаленої ідентифікації, яка є способом верифікації громадян через українські банки для надання послуг через Інтернет. Сьогодні Система BankID НБУ доступна для понад 99,9% клієнтів-власників платіжних карток в Україні та є одним з найзатребуваніших способів віддаленої ідентифікації та верифікації для отримання різноманітних дистанційних послуг. Зокрема, у 2022 році система активно використовувалася для надання послуг через портал «Дія», та віддаленого відкриття рахунків громадянам, через неможливість здійснити фізичне обслуговування у банку під час війни[5].

Сьогодні в онлайн-банкінгу висока конкуренція, і банки борються за клієнтів шукаючи способи приваблення нових цільових аудиторій та пропонуючи унікальні продукти. Це призводить до високої якості обслуговування, цікавих додатків, які є дійсно зручними для користувачів. Головна мета проєктів полягає у зміні підходу до банківських операцій, роблячи їх простішими та швидшими, а також дозволяючи забути про походи до відділень. Проте банки потребують збалансованого підходу до діджиталізації, забезпечуючи якість та безпеку банківських послуг, а також враховуючи потреби та вимоги клієнтів.



Перелік використаних джерел:

1. Forbes. How Digital Banking is Transforming Traditional Banking. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/12/29/digital-transformation-in-banking-how-to-make-the-change/?sh=5e8acf706999>.
2. MezhaMedia. URL: <https://mezha.media/2022/04/29/privatbank-u-khmaru/>.
3. Офіційний сайт банку Monobank. URL: <https://www.monobank.com.ua/>.
4. Офіційний сайт банку ПриватБанк. URL: <https://privatbank.ua/>.
5. Інформаційний дайджест ПРОСТІР, IV квартал 2022 року. Сайт НБУ.

УДК 336; 338

Смачило Лілія
студентка групи ПФМ-51
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна
Науковий керівник: Химич Ірина
кандидат економічних наук

доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна

Lilia Smachylo

Student of the group PFM-51
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

Scientific supervisor: Iryna Khymych

PhD (Economics)
Associate Professor of Innovation Activity and Services Management Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

ОЦІНКА БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ BUSINESS EVALUATION IN CRISIS CONDITIONS

Будь-яке бізнес-середовище завжди знаходиться в динаміці, адже, ринкові умови діяльності вимагають постійного розвитку, вдосконалення, адаптації, трансформації, а також значного підлаштування під нові вимоги часу та нові запити споживачів (клієнтів) продукції, товарів, послуг. Проте, зрозуміло, що самі умови, які стимулюють розвиток бізнесу не завжди є тільки позитивними, в більшості випадків, це негативні фактори, що, по-перше, дуже швидко та й інколи не передбачувано виникають, по-друге, вимагають дуже швидких й інколи різких відповідей на бізнес-ситуації, що виникають. До таких умов варто віднести повномасштабну війну в Україні, яка кардинально змінила звичайний хід життя: від звичайних громадян й до функціонування всіх сфер (освіта, наука, технології, медицина, виробництво тощо). На рис. 1 [1] представлено динаміку результатів показника «Індекс активності бізнесу».

Індекс активності бізнесу (UBI – Ukrainian Business Index)



Рисунок 1. Динаміка результатів показника «Індекс активності бізнесу» в Україні

На основі наведеної тенденції зміни даного показника помітне значне скорочення його результатів починаючи від січня 2022 року, проте, починаючи вже від червня й до вересня 2022 року відбулося деяке пожвавлення щодо активності бізнесу в країні. Станом на 1 січня 2023 року даний показник склав 30,76 пунктів. Оскільки, даний результат є меншим за 50 пунктів, то така ситуація відображає негативні очікування щодо стану національного бізнесу від майбутнього розвитку кризових подій тощо.

Крім цього, на рис. 2 [1] показано зміни щодо стану бізнесу в країні протягом 2022 року.

Стан бізнесу у 2022 році

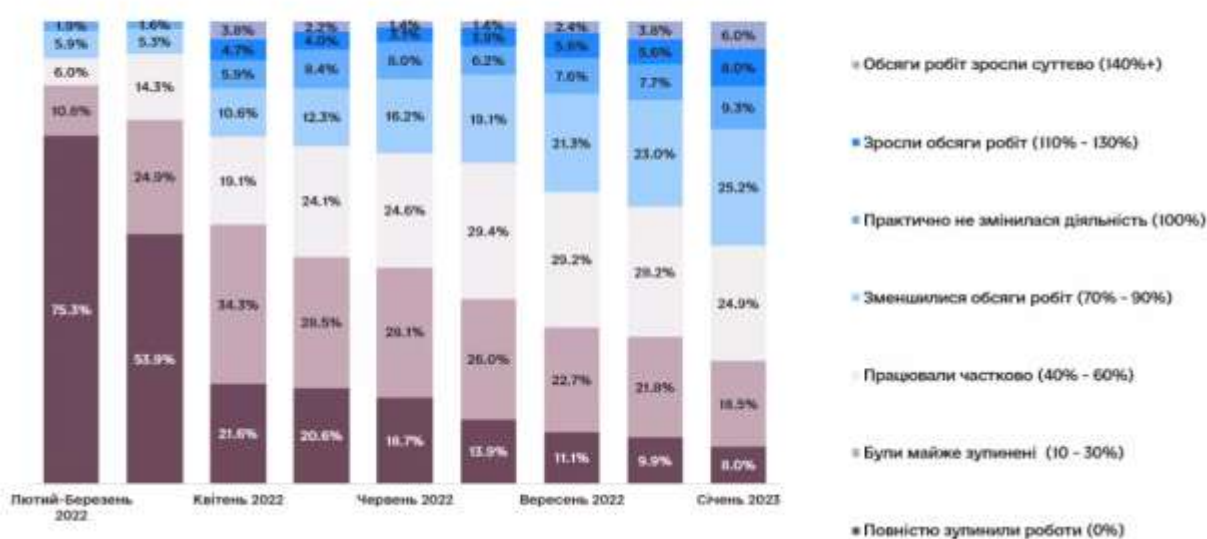


Рисунок 2. Тенденції зміни щодо стану бізнесу в країні протягом 2022 року

Представлена тенденція зміни, що стосується діяльності підприємств в країні відображає дещо позитивний характер, який проявляється в підвищеній активності та нарощуванні власного потенціалу виробництва тощо. Адже, зростання обсягів виконання робіт (послуг) показали 14 % підприємств, у порівнянні із результатом показника на початку повномасштабної війни. А, також, й те, що 9,3 % підприємств вийшли на ті ж результати показників діяльності, що були в 2021 році. Дану динаміку варто вважати позитивною, адже, не дивлячись на важкі кризові умови для діяльності підприємств, та й бізнесу в цілому, на даний час почала здійснюватися певна активізація їх ділової активності та почав набирати обороти розвиток та адаптаційний механізм щодо пристосування до кардинально нових умов їх діяльності.

Варто, зазначити і про те, що за січень 2023 року тільки 8 % підприємств повністю зупинили свою діяльність та 18,5 % підприємств майже призупинили свою діяльність, натомість в лютому-березні 2022 року дана цифра складала аж 75,3 % та 10,8 %, відповідно. В даній ситуації значну роль відіграла подальша невизначеність майбутнього, а також часткова окупація територій східної частини країни, де розміщено великі промислові підприємства країни тощо. Протягом другої половини 2022 року бізнес в Україні почав відновлюватися, проте, все ще залишається значна частина невирішених першочергових проблем, що створюють негативний вплив: істотна неплатоспроможність споживачів (клієнтів); нестача кваліфікованих фахівців та працівників; неможливість здійснення чіткого прогнозу бізнесу на майбутнє; фінансові проблеми для забезпечення розвитку та діяльності бізнесу в цілому; інше.

Перелік використаних джерел:

1. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування в січні 2023 року (21.02.2023). URL: <https://business.diaa.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-sicni-2023-roku>.