

Разом з тим, при виявленому співвідношенні дебіторської та кредиторської заборгованості рівень ліквідності вітчизняних підприємств є низьким. Ані загальний, ані абсолютний показник ліквідності не відповідає нормативам, що створює ризик несвоечасного погашення поточних зобов'язань.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Шеремет А.Д. Теорія економічного аналізу: [Підручник. 4-е вид., дод. і ред.]. М.: Фінанси та статистика, 2011. 352 с.
2. Єфімова О.В. Системний підхід – основа управління діяльністю підприємств. Персонал. 2007. 156 с. С. 67–72.
3. Максютов А.А. Економічний аналіз: [Навч. посібник для студентів ВНЗ]. М: Юніті-дана, 2012. 543 с.
4. Панфілов А.В. Аналіз і контроль кредиторської та дебіторської заборгованості в сучасних умовах. М.: Фінанси, 2005. 435 с.
5. Кулізбаков Б.К. Про засади проведення поглибленого фінансового аналізу та прийняття рішень з управління дебіторською та кредиторською заборгованістю. М.: ІЦ Банківського територіального інституту професійних бухгалтерів, 2005. 756 с.
6. Білов О.А. Актуальні питання організації обліку дебіторської і кредиторської заборгованості. Науково-методичний електронний журнал «Концепт». – 2015. – Т. 13. URL: <http://e-koncept.ru/2015/85632.htm>.
7. Лаврищева Ю.А. Особливості фінансового аналізу будівельної організації. Науково-методичний електронний журнал «Концепт». 2017. Т. 39. С. 921–925. URL: <http://e-koncept.ru/2017/970511.htm>.
8. Гелета І.В. Економіка організації підприємства: [Навчальний посібник]. М.: Магістр, 2010. 304 с.
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013, № 73. URL: <http://rada.gov.ua/>
10. Цивільний кодекс України № 435-IV від 16.01.2003 р. Верховна Рада України. URL: <http://rada.gov.ua/>.
11. Показники балансу підприємств. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>.
12. Фінансові результати підприємств. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>.

УДК 336.7(477)(100)

Семенов А.Ю.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумського державного університету*

Бричко М.М.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумського державного університету*

Семенов В.В.

*студент
Сумського державного університету*

ДОВІРА НА РИНКУ СУЧАСНИХ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ¹

У статті на основі аналізу наукових джерел розглянуто сутність та значення довіри на ринку сучасних фінансових послуг. Представлено основні фактори, що формують довіру споживачів до фінансових установ та їх послуг, наголошено на тому, що довіра до сучасних фінансових послуг є складним та багатовимірним явищем, яке включає конфіденційність даних, доступність послуг, цілісність послуги, наявність постійного зв'язку з компанією, зручність використання мобільних додатків, безпека транзакцій. Також встановлено, що на сьогодні найважливішим компонентом довіри стає віра споживачів у те, що платформа, яку вони використовують для реалізації фінансових послуг є безпечною, надійною та зрозумілою в користуванні.

Ключові слова: довіра, фінансова установа, ринок фінансових послуг, ринок сучасних фінансових послуг, Fintech.

Семенов А.Ю., Бричко М.М., Семенов В.В. ДОВЕРИЕ НА РЫНКЕ СОВРЕМЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ В УКРАИНЕ И ЗА РУБЕЖОМ

В статье на основе анализа научных источников рассмотрены сущность и значение доверия на рынке современных финансовых услуг. Представлены основные факторы, формирующие доверие потребителей к финансовым учреждениям и их услугам, отмечено, что доверие к современным финансовым услугам является сложным и многомерным явлением, которое включает конфиденциальность данных, доступность услуг, целостность услуги, наличие постоянной связи с компанией, удобство мобильных приложений, безопасность транзакций. Также установлено, что на сегодня важнейшим компонентом доверия становится вера потребителей в то, что платформа, которую они используют для реализации финансовых услуг является безопасной, надежной и понятной в использовании.

Ключевые слова: доверие, финансовое учреждение, рынок финансовых услуг, рынок современных финансовых услуг, Fintech.

Semenog Andriy, Brychko Marina, Semenog Viktoriya. TRUST IN THE MARKET OF MODERN FINANCIAL SERVICES IN UKRAINE AND ABROAD

The article examines scientific sources about the essence and importance of trust in the market of modern financial services. It is determined that consumers' trust to the financial sector is based on consumer experience and depends on the ability of financial institutions to prove themselves as reliable partners who can fulfill their obligations, to work well and serve the interests of the consumer. The main factors shaping consumer trust to financial institutions and their services are presented. Among them: the similarity and presence of common values, beliefs or identity; equalization of interests; benevolent intentions; ability to implement the service; predictability; open and transparent communication with the client. It is emphasized that trust to modern financial services is a complex and multidimensional phenomenon, which includes the confidentiality of data, availability of services, integrity, the existence of constant communication with the company, the convenience of using mobile applications, security of transactions. It is substantiated that the most important compo-

¹ Статтю підготовлено в рамках виконання науково-дослідної роботи молодих науковців на тему «Економіко-математичне моделювання механізму відновлення суспільної довіри до фінансового сектора: запорука економічної безпеки України» (номер державної реєстрації 0117U003924).

ment of trust is the belief of consumers that the platform they use to deliver services is safe and reliable. It is proved that trust to the financial intermediary, which provides the modern Fintech service, forms the primary level of consumer confidence to the corresponding Internet platform of this company. Moreover, the ease of use of the application or the website of a financial institution (usability, user-friendly interface) determines the quality of the service and increases the overall level of consumer confidence in it. It is determined that, unlike foreign countries, leading Ukrainian financial institutions, mainly banks, are the initiators of new Fintech solutions and modernization of traditional financial services. The undisputed leader in the field of providing modern financial services is «PrivatBank», which Fintech-ecosystem includes such spheres as payments and mobile wallets, blockchain, crowdfunding, retail banking, financial management.

Keywords: trust, financial institution, financial services market, modern financial services market, Fintech.

Постановка проблеми. Довіра, без сумніву, є ключовим елементом брендингу будь-якої компанії, фактором підтримки та розвитку взаємовідносин між нею та споживачами. На ринку фінансових послуг довіра є одним із найцінніших стратегічних активів, формування та збереження якого є запорукою економічного зростання в країні, розвитку різних сфер та галузей економіки. Це зумовлено специфічністю ринку фінансових послуг, який забезпечує трансформацію фінансових ресурсів в межах економічної системи країни через наявність довіри споживачів послуг в надійності фінансового посередника та його здатності забезпечити реалізацію їх фінансових інтересів. Разом з тим, споживачі фінансових послуг, отримавши останнім часом доступ до цифрових технологій, бездротового інтернету, соціальних мереж та спеціальних додатків, все більше потребують нових зручних та персоналізованих фінансових послуг. Відповіддю на виклики сучасності став розвиток FinTech сфери – фінансових продуктів, що реалізуються у цифровій формі як класичними фінансовими установами, так і новими фінансово-технологічними компаніями. Водночас, нова якість та спектр доступних споживачам фінансових послуг, зумовили появу нових ризиків, які потребують нових підходів до формування довіри між фінансовими посередниками та споживачами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання довіри на ринку сучасних фінансових технологій знайшли відображення переважно у працях зарубіжних науковців: Доні П. (Doney P.), Кеннона Дж. (Cannon J.), Еннев К. (Ennew Christine), Хар'їт С. (Harjit S.), Херлі Р. (Hurley R.), Нотабум Б. (Nootaboom B.), Паулін В. (Pauline W.), Раадж Е. (Raaj E.), Тхам Дж. (Tham J.), Шукрі А. (Shukri Ab Yazid M.), Хатібі А. (Khatibi Ali. A.), Фердоус А. (Ferdous Azam S.) Також активні дослідження ведуться колективами авторів світових консалтингових та аналітичних компаній Capgemini, The Telegraph, Ernst & Young, Consumers International.

Постановка завдання. Аналіз наукових досліджень та аналітичних матеріалів засвідчує наявність практичної потреби у розкритті питання довіри до сучасних фінансових послуг в Україні та світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розуміння сутності довіри у функціонуванні та розвитку сучасного ринку фінансових послуг є результатом наукового доробку дослідників у межах філософії, етики, психології та соціології. Обґрунтування поведінкових теорій в економіці сформувало підґрунтя для визначення довіри як важливого фактора впливу на іраціональну поведінку споживачів, яка передбачає, на думку О. Кузьміна [4, с. 101], «впевненість у надійності економічного об'єкта, що ґрунтується на уявленні або знанні про нього і пов'язана зі здатністю передбачати, прогнозувати чи впливати на дії цього об'єкта». Довіра є раціональним і вигідним форматом відносин та виступає у ролі капіталу, який дає можливість споживачам отримувати доступ до ресурсів та благ швидше та дешевше [11].

Характеризуючи ринок фінансових послуг наголосимо на важливості не тільки наявності ознак довіри між споживачами та оферентами фінансових послуг, а й позитивної динаміки зміни її рівня. Також для ринку фінансових послуг характерним буде наявність взаємної довіри, що проявляється у відносинах між фінансовими установами та інвесторами, між фінансовими установами одного та різного типів (наприклад, банк і страхова компанія), між фінансовими установами і державними регуляторами. Так, О. Ковтун [1] виділяє три рівні довіри на ринку фінансових послуг: на макроекономічному – інституційну довіру, в основі якої суспільні, правові, економічні та культурні норми суспільства. Вона проявляється в очікуваній поведінці державного регулятора та інших державних інституцій. На мікрорівні, дослідником наголошується на важливості економічної довіри до фінансових установ, яка означає впевненість споживачів у надійності та стабільності фінансового посередника. Нанорівень довіри передбачає персоналізовану довіру, що характерна для кожної фінансової установи і означає впевненість споживача фінансової послуги в надійності та стабільності об'єкта довіри і пов'язана зі взаємним діалогом та індивідуальним підходом.

У цілому, високий рівень довіри між клієнтами та фінансовими установами є буфером, що захищає їх відносини від негативного досвіду, який певною мірою існує між ними. На певному рівні довіри клієнти пробачають негативний досвід і сприймають його як виняток [25]. Так, поведінка фінансових установ у майбутньому не може бути повністю передбаченою, водночас споживачі з певним рівнем довіри сподіваються, що фінансові посередники не будуть поводитися на свій розсуд, навіть якщо вони мають у цьому певний інтерес та можливість це зробити [22]. Згідно Еннев та Сехон (Ennew, Sekhon) [17] поняття довіри потрібно розглядати в контексті взаємозалежності відносин двох сторін (клієнта та фінансового посередника) і прийнятого ними ризику. Обидві сторони сприймають ризик того, що інша сторона буде поводитися таким чином, що не буде сприятливою для них, і тому може бути потенційно шкідливою. Також вчені [23] виділяють п'ять ключових тез, які мають відношення до концепції довіри при придбанні фінансових послуг: довіра залежить від наявності ризику та невизначеності результатів; довіра залежить від взаємозв'язку між суб'єктами взаємодії; довіра пов'язана з вразливістю суб'єктів; довіра передбачає очікування щодо майбутньої поведінки іншої сторони; певні форми довіри між суб'єктами існують самі собою.

Відзначимо, що у науковій літературі виділяється досить велика група факторів, що формують довіру на ринку фінансових послуг. Зокрема, П. Доні та Дж. Кенон (Doney, Cannon) [16] виділяють правдивість (можливість покладатися на слово чи письмову заяву установи, що обіцянки будуть збережені) та доброзичливість (рівень зацікавленості фінансової установи в добробуті клієнта) як основні фактори. Натомість

мість Р. Херлі (Hurley) [21] визначає шість таких факторів довіри як: подібність та наявність спільних цінностей, вірування або ідентичність; вирівнювання інтересів; доброзичливі наміри; здібність до реалізації послуги; передбачуваність; відкрита та прозора комунікація з клієнтом.

Довіра споживачів до фінансового сектора ґрунтується на споживацькому досвіді та залежить від здатності фінансових установ проявити себе як надійних партнерів, що можуть дотримуватись зобов'язань, якісно працювати та обслуговувати інтереси споживача. Клієнти, як зацікавлені сторони, зосереджують увагу перш за все на факторах, які мають відношення до них. Надійність, доброзичливість, чесність, авторитет, компетенція, прозорість та стійкість найчастіше розглядаються споживачами як важливі фактори довіри на ринку фінансових послуг [26].

На думку Еннев та Сехон (Ennew, Sekhon) [17] клієнти, які мають більший досвід у користуванні фінансовими послугами, відрізняються вищим рівнем довіри до фінансової установи та ринку фінансових послуг у цілому. Тривалі відносини з постачальниками фінансових послуг формують лояльність споживача. Чим вищою є лояльність клієнтів, тим більшу кількість фінансових послуг посередника вони споживають, що у цілому призводить до більшого зростання довіри між ними.

Варто зазначити, що технологічні інновації, такі як радіочастотна ідентифікація, штучний інтелект, Інтернет речей та Fintech суттєво змінюють пріоритети споживачів та посилюють конкуренцію класичних фінансових установ з новими фінансово-технологічними компаніями за довіру клієнта на ринку фінансових послуг. Так, відповідно на зміни в суспільстві стало удосконалення і перегляд принципів, стандартів та практики надання фінансових послуг банками та іншими фінансовими посередниками, що покликані задовільнити зміни у потребах та вподобаннях споживачів. Запорукою цього є широке використання систем он-лайн банкінгу, мобільних додатків, чат-ботів, он-лайн страхування та інших сервісів, що дозволяють клієнтам отримувати фінансові послуги, не відвідуючи відділення фінансової установи. Бажаня споживачів мати безперервний доступ до персоналізованих фінансових послуг стали буденністю за рахунок розповсюдження електронних пристроїв, під'єднаних до мережі інтернет. Так, сучасний смартфон, доповнений електронними сервісами Square, Google Wallet, Apple Pay є зручною заміною гаманцю з готівковими грошима. Доступ до фінансових послуг можливий також через мобільних операторів. Наприклад, за допомогою мобільної системи "M-Pesa" через смс споживачі можуть надіслати та отримувати кошти, не відвідуючи жодного відділення банку. За допомогою сервісу "M-Shwari" можна заощаджувати та позичати гроші один одному [7]. В Україні, мобільний оператор «Київстар» пропонує платформу мобільних платежів «Смарт-гроші», якою скористалися понад 1 млн. клієнтів. До Vodafone Pay – послуги від Vodafone Україна з моменту запуску долучилось понад 150 тис. клієнтів з середнім чеком – 350 грн. До кінця 2018 року компанія lifecell – третій національний мобільний оператор також має намір надавати послуги з онлайн-оплати комунальних платежів, інтернету та телебачення, ігор, кредитів та здійснювати P2P-перекази між користувачами [2]. Зміни на ринку фінансових послуг, спричинені розвитком технологій змінюють характер економічних зв'язків між покупцями та продавцями, трансформуючи довіру між

користувачами та оферентами фінансових послуг на цифрових засадах.

Згідно опитування, проведеного компанією Blumberg Capital [15] 60% американців відчувають, що традиційні фінансові установи не можуть повною мірою задовільнити їхні потреби. Водночас, 75% респондентів вважають, що компанії Fintech надають їм більше можливостей для управління своїми фінансами. Понад дві третини американців підтримують ідею, що завдяки новим фінансовим технологіям споживачі отримують доступ до послуг, раніше доступних лише багатим, і 69% стверджують, що така технологія допоможе кожному бути фінансово більш ефективним та незалежним. Незважаючи на відчуття респондентів, що Fintech послуги допоможуть споживачам бути більш ефективними через більшу прозорість та автоматизацію бізнес-процесів, опитування виявило, що троє з десяти респондентів не розуміють що таке Fintech послуги та як вони працюють. Наприклад, 55% американців не мають уявлення про робота-консультанта – послугу, яка використовує алгоритми для визначення найкращої інвестиційної стратегії для клієнта, враховуючи його цілі та терміни інвестування. Крім того, 39% не знають про мобільний додаток для управління грошовими коштами. Навіть додатки для мобільних платежів – найвідоміший вид продукції Fintech для 50% опитаних не є зрозумілими.

Згідно дослідження компанії The Telegraph "Future for Fintech" [27] у Великій Британії довіра до ринку сучасних фінансових послуг є головним критерієм для вибору фінансового посередника споживачем (46% респондентів). Разом з тим важливими є: легкість у користуванні сервісами (28% респондентів), якість та доступність сервісів (16% респондентів), фінансові бонуси та стимули (7% респондентів). При чому 38% споживачів отримують доступ до фінансових послуг завдяки он-лайн веб інтерфейсу і 12% за допомогою власних смартфонів. Водночас, лише 12% опитаних мають уявлення про Fintech і 10% користувалися даними послугами на постійній основі.

Серед користувачів Fintech послуг основними перевагами відзначаються: фінансова вигода – 40%, кращий сервіс – 33%, легкість у користуванні – 32%, швидкість реалізації послуги – 27%. Серед недоліків Fintech послуг користувачі наголошують на безпеці фінансових операцій (27% респондентів), захисті персональних даних (18% респондентів), потенційній вразливості від кібер-атак (18% респондентів), невеликий досвід у компаній в цифровій сфері (18% респондентів).

Загалом, за розрахунками аудиторської компанії Ernst&Young [18] у 2017 році 33% споживачів у світі користувалися Fintech послугами на регулярній основі, при чому 13% користувалися регулярно понад п'ятьма Fintech послугами. При чому цей показник для країн, що розвиваються значно вищий (46%) у порівнянні з розвинутими країнами (у Китаї – 84,4%, Індії – 76,9%, Гонконзі – 53,3%). Найбільш популярною послугою є переказ коштів, яким користується понад половина споживачів, при чому 64% надають перевагу цифровим каналам для управління власними фінансами. Згідно з дослідженням, рівень готовності до використання Fintech послуг суттєво відрізняється від вікової групи споживачів. Природньо, що найбільша частка споживачів даних послуг – молоді люди. Так, рівень прийняття Fintech послуг (Fintech adoption) серед людей віком від 25 до 34 років складає 48%, серед вікової групи 35-44 роки – 41%, 18-24 роки – 37%. Натомість

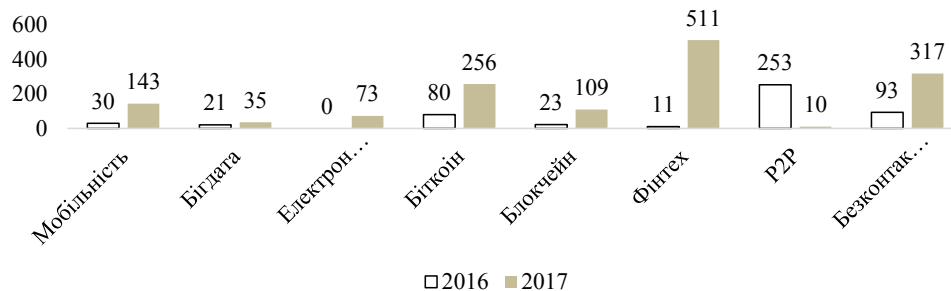


Рис. 1. Використання інноваційної лексики в медіаполі ПАТ КБ «ПриватБанк» у період 2016–2017 років, од.

мість лише кожен 5 чоловік передпенсійного віку (55-64) використовує даний вид послуг.

Відповідно до World FinTech Report 2017 [28], підготовленою компанією Capgemini, глобальним лідером з консалтингу, технологій та аутсорсингових сервісів, довіра до Fintech послуг та компаній найбільшою мірою залежить від таких критеріїв споживачів як: рівень безпеки та захисту від шахрайства (60%), якість сервісу (50%), краща ціна за послуги (47%), своєчасність та ефективність обслуговування (46%), прозорість діяльності фінансової установи (46%), зручність та переваги компанії (45%), позитивний попередній досвід користування послугою (35%).

На важливості захисту персональних даних, конфіденційності трансакцій та коштів від шахрайства в мережі, наголошують також автори дослідження Banking on the future: an exploration of FinTech and the consumer interest [13], підготовленою організацією Consumers International. Дослідники слушно зауважують, що надаючи Fintech послуги, компанії збирають великий масив персональних даних користувачів, які аналізуються закритими власними алгоритмами з точки зору розширеного розуміння обставин і поведінки потенційних споживачів. Це може призвести до ситуації, коли певній групі споживачів буде відмовлено у доступі до фінансових сервісів (наприклад, кредитування чи медичне страхування), натомість послуги будуть пропонуватися лише най-

більш прибутковим або найменш ризикованим групам користувачів. Разом з тим, враховуючи цифровий характер FinTech послуг, їх надання є особливо вразливим до кіберзлочинності та шахрайства. Так, у 2016 році шахрайські онлайн-транзакції призвели до втрат 25,6 млрд. дол. США, що на 150% більше ніж у попередньому році. Це означає, що за кожні витрачені 1000 дол., 4 долари були вкрадені. Більше чверті цих втрат є наслідком банківського шахрайства.

Таким чином, можемо стверджувати, що довіра до сучасних фінансових послуг є складним та багатовимірним явищем, яке включає конфіденційність даних, доступність послуг, цілісність, наявність постійного зв'язку з компанією, зручність використання мобільних додатків, безпека транзакцій. Найважливішим компонентом довіри є віра споживачів у те, що платформа, яку вони використовують для реалізації послуг є безпечною та надійною. Крім того, як зазначають експерти [13; 15; 18; 26–28], довіра до фінансового посередника, що надає сучасну Fintech послугу, формує первинний рівень довіри споживача до відповідної інтернет-платформи даної компанії. Причому, фактор легкості використання відповідного додатку чи сайту фінансової установи (usability, user-friendly interface) визначають якість послуги даної компанії та збільшують загальний рівень довіри споживача до неї.

Таблиця 1

Fintech-екосистема ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2017 рік

№	Вид FinTech-послуги	Назва FinTech-послуги	Характеристика FinTech-послуги
1	Платежі/ мобільні гаманці	«Liqrpa»	Web-інтерфейс ПриватБанку, за допомогою якого клієнти – власники карток Mastercard або VISA можуть оплачувати товари чи послуги, а також відправляти грошові перекази з картки на картку
		«Скарбничка»	Мобільний додаток, що дозволяє вести статистику кількості грошових коштів зібраних послугою «Скарбничка» та налаштувати умови накопичення, а також переглядати суми поповнення за місяць або півроку.
2	Блокчейн	«Sender»	Мобільний додаток, який поєднує функції менеджера і мобільного інтернет-банкінгу та надає своїм користувачам можливість доступу до своїх рахунків, переказу між своїми картками, переказу на картки інших клієнтів, здійснювати оплату комунальних платежів.
3	Краудфандинг	«КУБ»	Web-платформа, яка надає можливість здійснювати P2B кредитування.
4	Рітейл-банкінг	«Фотокасса»	Мобільний додаток, який дозволяє оплачувати квитанції за наявності її фотографії.
		«Приват24»	Web-платформа, що надає послуги інтернет-банкінгу і дає доступ користувачам до значного спектру фінансових послуг.
		«IPAY»	Мобільний додаток, який дозволяє, проводити емуляцію POS-терміналу, що дозволяє приймати платежі по банківським карткам.
		AirPay	Мобільний додаток, який дозволяє проводити безконтактну оплату з банківської картки.
5	Фінансовий менеджмент	«Coreozoid»	Хмарний хостинг процесів, який дозволяє швидко конструювати та розширювати проекти і продукти будь-якої складності.
		«PaperLess»	Сервіс для компаній та підприємців з обміну документами між собою в електронній формі.

Відзначимо, що на сьогодні розвиток сучасних фінансових послуг на основі технологій Fintech в Україні знаходиться на ранній стадії свого розвитку. Особливістю вітчизняного досвіду є те, що на відміну від зарубіжних країн, провідні українські фінансові установи, переважно банки, виступають ініціаторами як реалізації нових рішень в галузі Fintech, так і в модернізації традиційних фінансових послуг. Беззаперечним лідером у сфері надання сучасних фінансових послуг є ПАТ КБ «ПриватБанк».

Так, ПАТ КБ «ПриватБанк» у 2017 році був лідером по використанню інноваційної лексики у вітчизняному медіапросторі (рис. 1). Понад 1,4 тис. разів в офіційних текстах банку використовувалися слова, що характеризують сучасні фінансово-технологічні послуги. Зокрема, Fintech послуги згадувалися 511 разів, безконтактні платежі – 317 разів, біткоїн – 256 разів [9; 19].

Вище зазначена тенденція використання інноваційної лексики в медіаполі ПАТ КБ «ПриватБанк» корелює з його доволі широкою Fintech-екосистемою [3; 8; 10; 12; 19; 24], що включає такі сфери як платежі та мобільні гаманці, блокчейн, краудфандинг, рітейл-банкінг, фінансовий менеджмент (табл. 1).

Серед послуг FinTech-екосистеми ПАТ КБ «ПриватБанк» [12] найбільшим попитом користуються послуги, які входять до сегменту платежів та мобільних гаманців («Liqpay») і рітейл-банкінгу («Приват24», «ІРАУ» «Фотокасса»), що пояснюється значною кількістю користувачів даних послуг; багатофункціональним інтерфейсом; відсутністю конкурентів; більш раннім часом їх впровадження порівняно з іншими послугами (табл. 2).

Варто зазначити, що значно менший обсяг запитів до послуг з блокчейну, краудфандингу та фінансового менеджменту пояснюються обмеженням та дуже специфічним колом споживачів даних послуг.

За розрахунками аналітичної web-платформи «PR-CY» [6], найбільш відвідуваними web-платформами FinTech-екосистеми ПАТ КБ «ПриватБанк» у 2017 році стали:

- «Приват24» (10 282 923 чоловік на рік);
- «Liqpay» (997 796 чоловік на рік);
- «КУБ» (351 539 чоловік на рік).

Розгорнута статистика по кількості відвідувачів web-платформ FinTech-екосистеми ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2017 рік представлена в таблиці 3.

Також, за даними «Google Play» [20] – сервісу компанії «Google», найбільш популярними мобільними додатками послуг FinTech-екосистеми ПАТ КБ «ПриватБанк» є:

- «Приват24» (кількість завантажень: понад 5 млн.);
- «Скарбничка» (кількість завантажень: понад 1 млн.);
- «ІРАУ» (кількість завантажень: понад 100 тис.);
- AirPay (кількість завантажень: понад 100 тис.);
- «Sender» (кількість завантажень: понад 50 тис.);

Загалом, за результатами аналізу стану та тенденцій використання сучасних фінансових послуг в ПАТ КБ «ПриватБанк», можна стверджувати, що для банку характерна висока ступінь інтеграції фінансових технологій в його бізнес модель, що позитивно впливає на його конкурентоспроможність та характеризує високий ступінь довіри споживачів до нього, що проявляється у підтримці 1 місяця серед банків України за обсягами депозитів фізичних та юридичних осіб, а також рівнем трансакцій. За даними аналітичного сайту Minfin [5] загальна кількість клієнтів системи електронного банку ПриватБанку в Україні складає більше 8 мільйонів чоловік. Кож-

Таблиця 2

Індекс об'єму запитів послуг Fintech-екосистеми ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2013–2017 роки

№	Назва FinTech-послуги	Індекс об'єму запитів				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	«Liqpay»	67	61	42	38	30
2	«Скарбничка»	-	-	-	-	-
3	«Sender»	-	-	-	39	72
4	«КУБ»	-	-	-	21	17
5	«Фотокасса»	5	4,33	0	28	23
6	«Приват24»	56	59	56	58	80
7	«ІРАУ»	26	21	20	29	40
8	AirPay	-	-	-	-	-
9	«Coreozoid»	-	-	-	-	-
10	«PaperLess»	-	-	-	17	32

Таблиця 3

Кількість відвідувачів web-платформ послуг Fintech-екосистеми ПАТ КБ «ПриватБанк» за 2017 рік

Назва FinTech-послуги	Кількість відвідувачів, чоловік		
	За 1 день	За 1 місяць	За 1 рік
«Liqpay»	2734	82 011	997 796
«Sender»	665	19 937	242 567
«КУБ»	963	28 894	351 539
«Приват24»	28172	845 172	10 282 923
«Coreozoid»	239	7 158	87 083
«Paperless»	337	10 113	123 045

ної секунду за допомогою Приват24 здійснюється 12 трансакцій, за добу користувачі веб- та мобільних версій Приват24 здійснюють понад 1 мільйон банківських операцій. На сьогодні більшість користувачів Privat24 – власники смартфонів на базі Android (4,9 млн. осіб) та IOS (1,1 млн. осіб).

Висновки з проведеного дослідження. За підсумками аналізу наукового доробку зарубіжних та вітчизняних дослідників було виявлено, що довіра споживачів на ринку фінансових послуг ґрунтується на споживацькому досвіді клієнта та залежить від здатності фінансових установ проявити себе як надійних партнерів. Споживачі фінансових послуг зосереджують увагу перш за все на факторах, які мають відношення до них: надійність, доброзичливість, чесність, авторитет, компетенція, прозорість та стійкість фінансової установи. Натомість, довіра до сучасних фінансових послуг, що стали результатом цифрового розвитку суспільства, є складним та багатовимірним явищем, яке включає конфіденційність даних, доступність послуг, цілісність, наявність постійного зв'язку з компанією, зручність використання мобільних додатків, безпека трансакцій. Найважливішим компонентом довіри стає віра споживачів у те, що платформа, яку вони використовують для реалізації послуг є безпечною, надійною та зрозумілою в користуванні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ковтун О.А. Обґрунтування механізму впливу на рівень довіри домогосподарств до інституцій фінансового ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10(1). С. 133–138.
2. Кошелек в телефоне: как мобильные операторы покрывают рынок финансовых услуг. URL: <https://delo.ua/business/koshelek-v-telefonе-kak-mobilnye-operatorы-pokorajut-rynok-fina-346033>.

3. КУБ, Бізнес-інкубатор. URL: <https://inkubator.pb.ua>.
4. Кузьмін О.Є. Довіра як економічна категорія. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.2. С. 100–104.
5. Мобильным банком Приват24 пользуются 6 миллионов украинцев URL: <https://minfin.com.ua/2018/09/18/34964892/>.
6. Проверка посещаемости сайта. URL: <http://pr-cy.ru/site-statistics/>.
7. Росс А. Индустрии майбутнього / пер. З англ. Н. Кошмаренко. Київ: Наш формат, 2017. 320 с.
8. Сайт компанії Corezoid. URL: <https://new.corezoid.com>.
9. Финтех пока не тренд. Future magazine. 2017. № 3. С. 14–15.
10. Часті питання. Liqpay. URL: <https://www.liqpay.ua/uk/faq>.
11. Шаповалова Т.В. Довіра як економічна категорія та складова соціального капіталу. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. Серія : Економіка. 2013. Вип. 263, Т. 14. С. 295–303.
12. Экосистема финтеха ПриватБанка. Future magazine. 2016. № 4. С.18–19.
13. Banking on the future: an exploration of FinTech and the consumer interest. Consumers International. URL: <https://www.consumersinternational.org/media/154710/banking-on-the-future-full-report.pdf>.
14. Blair H.Sh., Sherman D.M. The grammars of trust: A model and general implications. Academy of Management Review. 1998. Vol. 23. P. 422–437.
15. Blumberg Capital's Fintech Survey – Consumer Loyalty is Keeping Banks Alive. URL: <http://fintech.blumbergcapital.com>.
16. Doney P.M., Cannon J.P. An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. Journal of Marketing. 1997. Vol. 58. P. 1–19.
17. Ennew Christine and Harjit S. Measuring Trust in Financial Services: The Trust Index. Consumer Policy Review. 2007. Vol. 17. P. 62–68.
18. EY FinTech Adoption Index 2017. The rapid emergence of FinTech. URL: [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/\\$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-adoption-index-2017/$FILE/ey-fintech-adoption-index-2017.pdf).
19. Fintech Talk. 2017. URL: <https://startup.ua/ua/events/fintech-talk.html>.
20. Google trends. URL: <https://trends.google.com.ua/trends/>.
21. Hurley R.F. A systems approach to restoring trust in the financial markets. EIASM (European Insitute for Advanced Studies in Management), 5th Workshop on Trust within and between Organizations. 2012. Madrid, May 28-29.
22. Nootaboom B. Trust, Opportunism and Governance: A Process and Control Model. Organization Studies. 1996. Vol. 17. P. 985–1010.
23. Pauline W.J. van Esterik-Plasmeijer, Fred van Raaij W. Banking system trust, bank trust, and bank loyalty. International Journal of Bank Marketing. 2017. Vol. 35 Issue 1. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/IJBM-12-2015-0195>.
24. Privat24 Sender. Privatbank card. URL: http://privatbank-card.com.ua/article/privat24_sender.
25. Raaij E. (2017). Bank System Trust, Bank Trust and Bank Loyalty. International Journal of Bank Marketing.
26. Tham J., Shukri Ab Yazid M., Khatibi Ali. A., Ferdous Azam S.M. Customer Perception of Trust towards Virtual Banking Adoption in Malaysia. European Journal of Business and Management. 2017. Vol. 9, No. 14. P. 159–168.
27. The Telegraph. Future of Fintech. Consumer Survey 2017. URL: https://www.telegraph.co.uk/content/dam/business/spark/Fintech/Telegraph_Fintech_Report%202017.pdf.
28. World FinTech Report 2017. URL: <https://www.capgemini.com/service/the-world-fintech-report-2017-registration/>.

УДК 331.5

Сокирко О.С.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів імені Л.Л. Тарангул
Університету державної фіскальної служби України***Пінчук А.В.***студентка
Університету державної фіскальної служби України*

БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

У статті охарактеризовано сутність безробіття, його значення і вплив на економіку України. Визначено, що воно є однією із найгостріших соціально-економічних проблем розвитку сучасної української економіки. Безробіття може виникати внаслідок як об'єктивних, так і суб'єктивних причин. Наразі воно є не лише економічною, а й соціальною проблемою, яку терміново необхідно вирішувати. В Україні безробіття носить масовий характер, що спричиняє досить значну міграцію робочої сили. Разом з тим у статті проведено аналіз рівня безробіття в Україні, а також наведено динаміку попиту і пропозиції робочої сили в Україні протягом останніх років. Визначено основні чинники формування безробіття та наведені наслідки, які несуть вплив на це явище. Розроблено пропозиції стосовно основних шляхів вирішення проблеми безробіття та цілеспрямованості активного підвищення рівня зайнятості населення України.

Ключові слова: безробіття, робоча сила, макроекономічна проблема, ринок праці, зайнятість, світовий досвід, державне благополуччя.

Сокирко Е.С., Пинчук А.В. БЕЗРАБОТИЦА В УКРАИНЕ И ПУТИ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

В статье охарактеризованы сущность безработицы, ее значение и влияние на экономику Украины. Определено, что эта проблема является одной из самых острых социально-экономических в современной украинской экономике. Безработица может возникать вследствие как объективных, так и субъективных причин. Сейчас она является не только экономической, но и социальной проблемой, которую срочно необходимо решать. В Украине безработица носит массовый характер, что вызывает весьма значительную миграцию рабочей силы. Вместе с тем в статье проведен анализ уровня безработицы в Украине, а также приведена динамика спроса и предложения рабочей силы в Украине в течение последних лет. Определены основные факторы формирования безработицы и предложены предложения, которые несут влияние на это явление. Разработаны основные пути решения безработицы и повышения уровня занятости населения Украины.

Ключевые слова: безработица, рабочая сила, макроэкономическая проблема, рынок труда, занятость, мировой опыт, государственное благополучие.

Sokyrko Olena, Pinchuk Alina. UNEMPLOYMENT IN UKRAINE AND WAYS OF ITS DECREASE

The article analyzes the essence of unemployment. The basic factors of formation and the consequences, which influence this phenomenon, are determined. Analysis of the unemployment rate in Ukraine, as well as the dynamics of demand and supply of labor force in Ukraine, is conducted, Proposals have been worked out on the main ways of solving the problem of unemployment and the