

УДК 330.341:316.4; 330.35:316.4, 338:004; 330.47; 338:002

УКПП

№ держреєстрації 0121U114364

Інв. №

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет (СумДУ)
40007, м.Суми-7, вул. Римського-Корсакова, 2;
тел. 380542334058; факс 380542334058

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з наукової роботи,
д-р фіз.-мат. наук, професор

_____ Анатолій ЧОРНОУС

_____.____.____

ЗВІТ
ПРО НАУКОВО-ДОСЛІДНУ РОБОТУ
Соціально-економічні виклики в умовах цифровізації суспільних відносин
ДОСЛІДЖЕННЯ СПЕЦИФІКИ, ТЕНДЕНЦІЙ, СВІТОВОГО ДОСВІДУ ТА
УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЙ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА
(проміжний)

Керівник НДР
д-р екон. наук, професор

Олексій ЗАХАРКІН

2022

Рукопис закінчено 11 листопада 2022 р.

Результати цієї роботи розглянуто науковою радою СумДУ, протокол від 2022. __. __ № __

СПИСОК АВТОРІВ

Керівник НДР Пров. наук. співроб., док.екон.наук, професор	11.11. 2022	О.О. Захаркін
Відповідальний виконавець Старший наук. співроб., канд. екон. наук, доцент	11.11. 2022	Л.С. Захаркіна (вступ, висновки, розд. 1)
Пров. наук. співроб., д-р екон. наук, професор	11.11. 2022	Л.Л. Гриценко (розд. 2)
Пров. наук. співроб., канд. екон. наук, професор	11.11. 2022	В.М. Боронос (розд. 2)
Пров. наук. співроб., д-р екон. наук, професор	11.11. 2022	І.В. Басанцов (розд. 1)
Старший наук. співроб., канд. екон. наук, доцент	11.11. 2022	І.Й. Плікус (вступ, розд. 2)
Молодший наук. співроб.	11.11. 2022	Є.І. Охрімчук (розд. 1)
Молодший наук. співроб.	11.11. 2022	В.М. Новіков (розд. 2)
Молодший наук. співроб.	11.11. 2022	О.І. Тверезовська (розд. 1)
Молодший наук. співроб.	11.11. 2022	В.О. Чепурко (розд. 2)
Молодший наук. співроб.	11.11. 2022	А.С. Мартим'янов (розд. 1)
Молодший наук. співроб.	11.11. 2022	Д.С. Могилка (розд. 2)

РЕФЕРАТ

Звіт про НДР: 71 с., 23 рис., 9 табл., 70 джерел.

ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, СУСПІЛЬНІ ВІДНОСИНИ, ФІНТЕХ, ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА, ЦИФРОВІЗАЦІЯ

Об'єкт дослідження: процеси реалізації сучасних фінансових технологій в умовах цифрової економіки, теоретичні, методологічні та методичні засади розвитку ринку електронних послуг для бізнесу.

Метою роботи є аналіз сучасних цифрових технологічних рішень, що використовуються в сфері фінансових відносин та є наслідком глобальної цифровізації економіки.

Методами дослідження є: системно-структурний метод, логічний метод, порівняльний аналіз, метод прогнозування, графічний аналіз.

Результатом роботи є визначення тенденцій розвитку сучасних фінансових технологій в умовах цифровізації суспільства та перспектив подальшого їх поширення.

Новизна результатів роботи: удосконалено теоретико-методичні засади визначення впливу сучасних інформаційних технологій на діяльність бізнесу в контексті активного прояву цифровізації та транспарентності суспільних відносин. Набули подальшого розвитку механізми впровадження нових методів ведення своєї діяльності фінансовими інститутами на основі інтеграції фінансових інструментів та цифрових технологій.

Взаємозв'язок з іншими роботами: окремі результати доповідалися на науково-практичних конференціях, публікувалися в наукових виданнях.

Рекомендації по використанню результатів роботи: на підставі проведеного дослідження можуть бути обґрунтовані методичні підходи до реалізації інноваційних напрямів діяльності не лише для фінансових інститутів, а й для бізнесу на основі глобальної цифрової трансформації суспільства.

Галузь застосування: 70.22 – «Консультавання з питань комерційної діяльності й керування»; 72.20 «Дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук».

Значущість роботи і висновки: обґрунтовано, що концепція інформаційної економіки полягає в тому, що суспільство активно використовує знання та просуває освіту як основний елемент сучасної економіки. Окрім цього, більш важливим стає здатність швидко генерувати, обробляти та поширювати доступну інформацію, залучаючи її також до практичного використання.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту дослідження: подальше дослідження взаємозв'язку процесів цифровізації, розвитку фінансових технологій з іншими економічними та суспільними категоріями.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1 ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	8
1.1 Теоретичні основи функціонування та розвитку інтернет-технологій в сучасних економічних умовах	8
1.2 Аналіз впливу інтернет-технологій на розвиток економічних суб'єктів: світовий досвід та українські реалії	17
2 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	39
2.1 Сутність сучасних фінансових технологій та їх роль у фінансовій сфері	39
2.2 Особливості застосування сучасних фінансових технологій в умовах цифрової економіки	47
ВИСНОВКИ	62
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	65

ВСТУП

Інтеграція інтернет-технологій в діяльність підприємства сприяє підвищенню ефективності, рентабельності роботи економічного суб'єкта, дозволяє автоматизувати бізнес-процеси та формує можливості до виходу підприємства світовий ринок. Саме такі позитивні ефекти впливу інтернет-технологій на показники фінансово-економічної діяльності підприємства формують міцне підґрунтя для забезпечення успішного економічного розвитку суб'єктів господарювання в сучасних економічних умовах.

Останнім часом в фінансовій сфері все більшого поширення знаходять сучасні технологічні рішення, які є наслідком тотальної цифровізації економіки та суспільства. Ринок фінансових технологій поділений на сектори, кількість яких варіюється. Більшість послуг на даному ринку надаються фінансовими компаніями, однак є низка винятків. Різноманітність послуг стрімко зростає. Основними напрямками розвитку ринку є високі інвестиції у розвиток фінансових технологій, скорочення частки банківського сектора, розмивання кордонів між секторами, скорочення кількості посередників на фінансовому ринку, зростання ступеня регулювання з боку НБУ, трансформація послуг у комплексні продукти, мінімізація часу на отримання послуги, зрозумілі інтерфейси програмних продуктів та можливість їх отримання on-line, що призвело до формування екосистеми фінтеху.

Стрімкий розвиток технологій впливає на всі сфери суспільного життя, сектор фінансових послуг не є винятком. Фінансові технології вносять докорінні зміни у розвиток фінансового ринку, а фінтех-компанії стають партнерами, а іноді навіть конкурентами традиційних фінансових інститутів. Банки зараз уважно стежать за діями та розвитком стартапів у фінансовій галузі, багато хто з них намагається співпрацювати з ними, щоб отримати доступ до тих технологій, які потенційно можуть зробити банки менш конкурентоспроможними. Існують перспективи розвитку фінансових технологій та за межами секторів кредитування та платежів. Так, наприклад, активного поширення набувають

зараз роботи-консультанти, які займаються управлінням активами. Вони керують приватним капіталом у автоматичному режимі. По всьому світу зараз багато стартапів у цій сфері, наприклад: FutureAdvisor, Wealthfront у США, Wealth Horizon у Великій Британії та Moneyvane.com у Швейцарії.

Безперервний процес якісних структурних змін, що відбуваються у фінансовій системі внаслідок цифрової модернізації, призвів до суттєвої переоцінки економічних цінностей на принципах інноваційних технологій, що значно позначилося на спектрі надання фінансових продуктів та послуг традиційними учасниками ринку, а також сприяло появі нових видів фінансових послуг. Таким чином, можна виокремити значимість дослідження розвитку технологічних змін фінансової систем, зокрема оцінки розвитку фінансових технологій у сучасній зарубіжній та вітчизняній практиці.

1 ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

1.1 Теоретичні основи функціонування та розвитку інтернет-технологій в сучасних економічних умовах

Нині використання інтернет-технологій відбувається в усіх сферах життя суспільства, зокрема в підприємстві. Структура ринку з використанням інтернет-технологій розширює кордони, створює нові ринки збуту, підвищує репутацію, прискорює та покращує прозорість бізнес-процесів, розвиває нові сфери діяльності. Сучасні підприємства прагнуть отримати конкурентні переваги та максимальний ефект від залучених інформаційних та інтернет-технологій. Таким чином, використання інтернет-технологій в діяльності підприємства дозволяє вийти на світові ринки, працювати 24/7, підвищити рівень ефективності роботи, зменшити витрати та багато іншого. Це пояснює актуальність обраної тематики дослідження.

Систематизація підходів щодо визначення сутності інтернет-технологій [42, 61] дозволила сформулювати власне бачення даного поняття. Так, під інтернет-технологіями в роботі будемо розуміти комунікаційні, інформаційні та інші технології і сервіси, ґрунтуючись на яких здійснюється діяльність в інтернеті або за допомогою нього. До основних видів інтернет-технологій належать: сайти, пошта, чати, форуми, інтернет-магазини та багато іншого, що працює за різними методами та правилами, маючи базу певних технічних засобів (мережі, сервери та ін.).

Дослідження впливу та ролі інтернет-технологій для здійснення економічної діяльності суб'єктом господарювання передбачає аналіз двох ключових напрямів щодо використання інтернет-технологій в бізнесі [53]:

- роль та вплив інтернет-технологій на бізнес;
- місце бізнесу в інтернет-просторі.

На рисунку 1.1 більш детально розглянуто ці напрями.

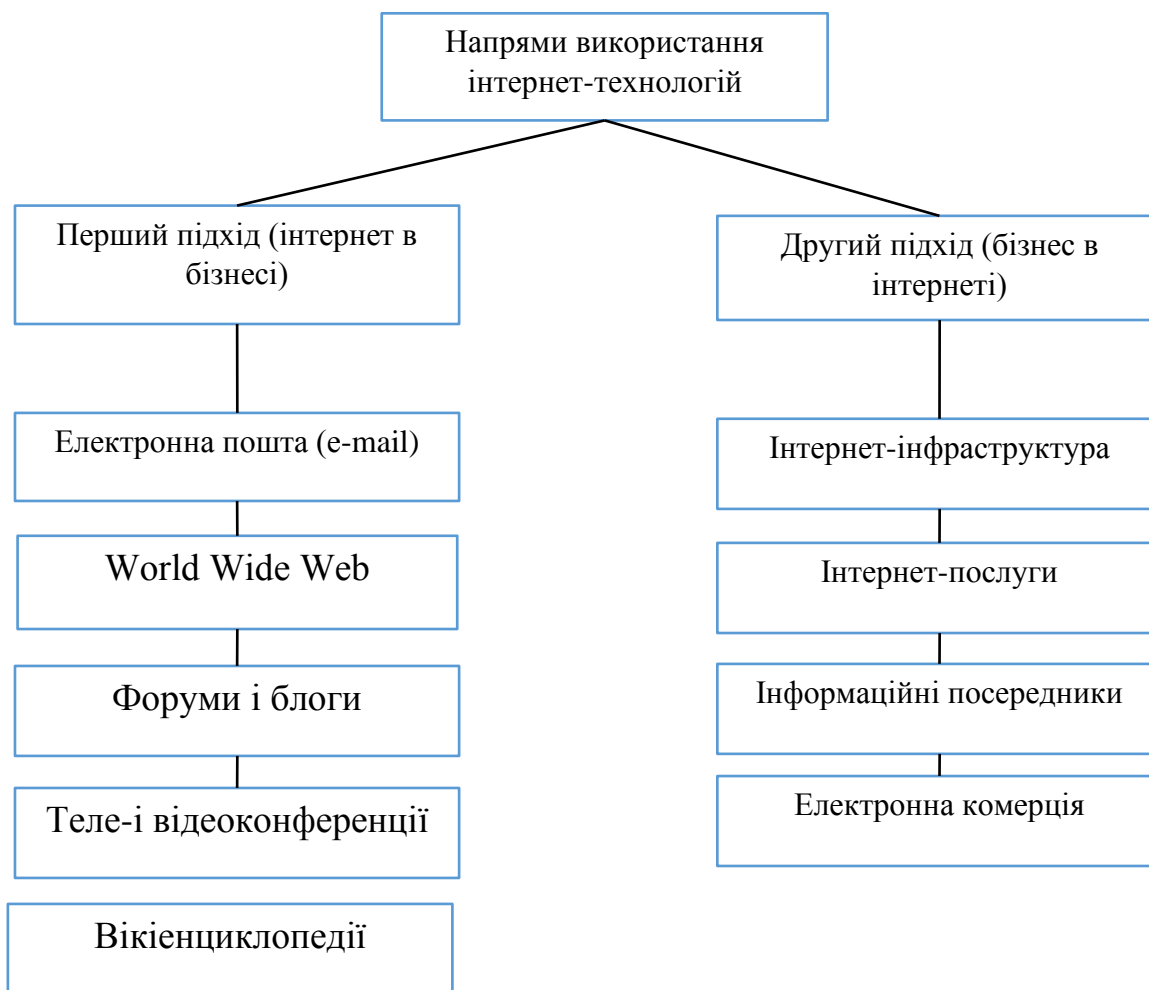


Рисунок 1.1 - Напрями щодо використання інтернет-технологій в бізнесі

*Сформовано авторами на основі [53]

В рамках першого підходу кожна компанія потребує інформаційного забезпечення своїх бізнес-процесів, а також інформаційної взаємодії в режимі онлайн із зовнішнім середовищем: філії в інших містах і країнах, клієнти, постачальники - надійні і бажано недорогі. Абсолютна більшість компаній має інформаційні вікна (сайти), а багатoproфільні компанії та корпорації – інформаційні портали (Enterprise Information Portal – EIP), які швидко стали не тільки «обличчям» компанії в бізнесі, а й - одним із потужних інструментів керування бізнесом.

Використовуючи інтернет-технології в бізнесі, відкривається набагато більше можливостей зі створення та ефективного використання Web-порталів, які дозволяють:

- оперативно публікувати та розвивати організацію інформаційних ресурсів на підприємстві;
- розширити доступ до інформації на порталі - в будь-який час, у будь-якому місці і для будь-якого користувача;
- підвищити інформативність тих, хто бере участь у прийнятті рішень;
- сформувати «клуб друзів організації», тобто зацікавити потенційних клієнтів продуктами та послугами, системами знижок і бонусів, накопичити додаткові фінансові ресурси для отримання привабливих інвестиційних проектів та активного використання інформаційних ресурсів, організувати широке коло зовнішніх користувачів;
- оптимізувати рекламний бюджет та витрати для ІТ-організацій (шляхом організації Web-сервісів для спільного використання);
- інтегрувати використання інформаційних ресурсів організації з постачальниками ресурсів, бізнес-партнерами, глобальними інформаційними ресурсами;
- підвищити якість управління процесами, інформаційної безпеки та організації в цілому.

Розглянемо більш детально види інтернет-технологій, до яких належать [61]: електронна пошта; файлові архіви FTP; World Wide Web; форуми і блоги; теле- і відеоконференції; вікі-енциклопедії.

Роль та функції наведених вище інтернет-технологій для діяльності підприємств реалізуються саме через їх сильні сторони (табл. 1.1).

Інформаційні технології мають властивості, які відіграють важливу роль у розвитку економіки. Завдяки інтернет-технологіям можна оптимізувати та автоматизувати інформаційні процеси в діяльності підприємства. Найбільш популярні інформаційні системи у використанні в бізнесі наведені в табл. 1.2.

Таблиця 1.1 - Роль інтернет-технологій в діяльності бізнесу

Інтернет-технології	Переваги для бізнесу
Електронна пошта (e-mail)	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення комунікативних зв'язків між керівництвом компанії та штатними працівниками, партнерами; - формування шаблонів проектів за допомогою веб-додатків та мобільних програм, які інтегровані в пошту gmail; - доступ до файлів на хмарі з будь-якого пристрою; - захист та архівування даних.
файлові архіви FTP	<ul style="list-style-type: none"> - передача даних з одного комп'ютера на інший; - можливість збереження важливої інформації підприємства.
World Wide Web	<ul style="list-style-type: none"> - оцінка конкурентного рівня в порівнянні з іншими учасниками ринку; - виявлення потенційних каналів продажу та їх використання підприємством; - збільшення рівня продажів в загальних обсягах, в порівнянні з традиційним веденням бізнесу.
Форуми і блоги	<ul style="list-style-type: none"> - пошук нових потенційних клієнтів; - безкоштовна реклама товарів та послуг підприємства, яка приводить клієнтів та збільшує обсяги продажів.
Теле- і відеоконференції	<ul style="list-style-type: none"> - підтримка комунікації з працівниками підприємства та партнерами по бізнесу; - встановлення зв'язків, незалежно від часу та простору; - підтримка оперативності комунікації, яка впливає на швидкість управлінських рішень.
Вікі-енциклопедії	<ul style="list-style-type: none"> - розповсюдження інформації про підприємство, що дозволить збільшити репутацію та наблизить до всесвітнього визнання компанії - оптимізація SEO, що дозволить підняти рейтинг компанії в результатах видачі пошукових систем.

*Сформовано авторами на основі [26, 61, 63]

Найбільш популярними інформаційними системами, що сприяють зростанню ефективності відповідних напрямів діяльності підприємства, є: ERP-системи (Enterprise Resource Planning System); SCM-системи (Supply Chain Management); CRM-системи (Customer Relationships Management). Кожна з наведених нижче інформаційних систем виконує ряд функцій (табл.1.2).

Сучасний інтернет є сформованим інформаційним віртуальним простором, який доступний будь-якому користувачеві мережі в будь-який час в будь-якій точці Землі.

Аналіз впливу та ролі бізнесу в інтернет-просторі передбачає попереднє дослідження особливостей формування та функціонування інформаційної або цифрової економіки, що представляє собою середовище для функціонування такого бізнесу.

Таблиця 1.2 - Інформаційні системи та їх функції для діяльності підприємства

Інформаційна система	Функції
ERP-система	- планування збуту та виробництва; - управління попитом продукції підприємства; - базовий план виробництва; - управління закупівлями, запасами, продажами; - управління витратами на підприємстві; - управління проектами/програмами.
SCM-система	- оцінка витрат та постачання; - оптимізація процесів постачання; - ефективне управління перевезеннями вантажів; - гарантія якості та швидкості.
CRM-система	- збір інформації (введення в систему всіх існуючих відомостей про клієнта і його взаємодії з компанією); - подання та експорт інформації різними підрозділами підприємства; - аналітика даних клієнтів; - функціональність продажів (підтримка клієнтів на кожному етапі продажів); - забезпечення можливостей доступу до потенційних споживачів.

*Сформовано авторами на основі [43]

Організаційна структура цифрової економіки базується на мережевій, електронній та економічній, що з часом змінює традиційну економіку, зрештою створюючи мережеве суспільство, де знання та обмін інформацією використовуються як основа для роботи. Інтернет створює нову модель економічної діяльності, яка має такі особливості [47]:

1) беручи до уваги зовнішні та побічні ефекти використання в різних галузях економіки, економічний вплив Інтернету виходить за межі прямого валового внутрішнього продукту виробничого сектору;

2) нова модель економіки - це організація виробництва і споживання, включення ресурсозберігаючих операцій, прискорення комунікації суб'єктів господарювання, відкриття нових логістичних можливостей тощо;

3) зростання інноваційної вартості у сфері ІКТ доступу до Інтернет-ресурсів;

4) за допомогою Інтернет-технологій створені новітні сервіси: торгівля, електронні фінанси, електронні операції, електронне урядування (управління) тощо, що розвиває економічний розвиток;

5) створено нові освітньо-професійні програми підготовки відповідних спеціалістів;

6) створення нових моделей обміну знаннями, інформацією, дослідженнями тощо.

Завдяки Інтернету з'являються нові форми електронного бізнесу та електронної комерції – Інтернет-бізнес та Інтернет-комерція.

Основними факторами, які впливають на Інтернет-економіку, є [34]:

- активність користувачів Інтернету;
- діяльність державних органів у сфері створення нормативно-правових актів у сфері Інтернет-економіки;
- рівень розвитку малого та середнього підприємництва у сфері ІКТ-технологій;
- розвиток інфраструктури Інтернету.

Є й інші непрямі фактори, які впливають на розвиток Інтернет-економіки: платоспроможність населення; комп'ютерна грамотність населення; природні умови; інновації у сфері ІКТ.

Аналізуючи вплив та роль бізнесу в інтернет-просторі варто дослідити дві ключові форми ведення такого бізнесу: електронний бізнес та електронна комерція. Так, електронний бізнес передбачає впровадження та автоматизацію бізнес-процесів, а також підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок широкого використання досягнень веб-технологій [53]. При цьому фокус ділової діяльності зміщується на максимізацію переваг внутрішніх і зовнішніх зв'язків компанії в глобальних інформаційних мережах.

В електронному бізнесі є чотири рівні [53]: інтернет-інфраструктура; інтернет-послуги; інформаційні посередники; електронна комерція.

Інфраструктуру реалізують телекомунікаційні компанії та виробники програмного забезпечення, комп'ютерного та мережевого обладнання. послуги

надають провайдери Інтернету, де здійснюються мережеві транзакції, та власники каналів. Інфраструктура посередницьких послуг включає сервісні, консалтингові та сервісні компанії, які займаються створенням Web-сторінок та наповненням їх контентом (Content Management System, CMS), пошукові системи, бази даних та мультимедійні додатки. Кожен учасник цього рівня активно сприяє впровадженню електронної комерції.

Електронна комерція є найважливішою частиною електронного бізнесу. Це вид бізнесу, в якому взаємодії (транзакції) між учасниками комерційних операцій відбуваються за допомогою інформаційних технологій (електронні платежі, електронний цифровий підпис тощо) або через Інтернет.

У сфері електронної комерції науковці Береза А.М., Козак І.А., Шевченко Ф.А. [65] розрізняють такі види операцій:

- маркетинг, збут і стимулювання збуту;
- перепродаж, попередні угоди, поставки;
- фінансування та страхування;
- комерційні операції: замовлення, отримання, оплата;
- обслуговування та підтримка продукту;
- спільна розробка продукту;
- розподілене спільне виробництво;
- користування державними та приватними послугами;
- бізнес-адміністрування (концесії, дозволи, податки, митниця тощо);
- транспортування, техніка перевезень та постачання обладнання;
- загальні закупівлі;
- автоматична торгівля електронними товарами;
- бухгалтерський облік тощо.

В Україні з наведених видів операцій найбільш популярними є: перепродаж, попередні угоди, поставки; комерційні операції: замовлення, отримання, оплата; загальні закупівлі.

З наведеного вище списку можна сказати, що електронна комерція поєднує в собі широкий спектр господарських операцій, які мають: взаємовідносини

(наприклад, це може бути між потенційним клієнтом і постачальником товарів або послуг); взаємний обмін інформацією, передпродажні та післяпродажні консультації (це може бути надання інформації про послуги та продукти, відповіді на запитання та показ інструкцій щодо використання продукту); продаж; оплата в Інтернеті (електронними грошовими переказами, електронними чеками, кредитними картками та електронними грошима); управління доставкою та відстеженням фізичного руху продукції, безпосередньо використовуючи доставку продуктів, які можуть бути надані в електронному вигляді; організація, створення та функціонування віртуальних підприємств - зокрема, груп незалежних компаній, які об'єднують власні зусилля для отримання можливостей надання продуктів і послуг, недоступних окремим суб'єктам; бізнес-процеси, які спільні та керовані як компанією, так і її торговими партнерами.

Вплив інтернет-технологій на ведення електронної комерції можна простежити насамперед у перевагах електронної комерції як для користувачів послуг або продуктів компанії, так і для самої компанії [49]. Перевагами для покупців є:

- підвищення ефективності, прозорості та відкритості закупівель;
- оптимізація бюджетів закупівель, а також бюджетів організації та здійснення торговельно-заготівельної діяльності;
- розміщення в єдиному інформаційному просторі покупців (замовників) і продавців (постачальників);
- здійснення оперативного онлайн-контролю;
- формування позитивного та сучасного іміджу суб'єктів господарювання для інвесторів, підвищення їх капіталізації тощо.

Перевагами електронної комерції для компанії є:

- постійно зростаючий ринок платоспроможних покупців;
- диференціація клієнтів за галузями;
- вміння просувати свою продукцію (товари, роботи та послуги) за допомогою сучасних інструментів Інтернет-маркетингу;

- можливість використання електронного документообігу, а також переваги швидкості обміну актуальною інформацією;
- можливість отримувати актуальну інформацію про тендери, їх відкритість та прозорість;
- оптимізація витрат ресурсів на участь у тендерах тощо.

Слід зазначити, що наведений вище перелік не є вичерпним.

До того ж, електронна комерція поєднує велике коло телекомунікаційних технологій, зокрема й факс, електронну пошту, технологію електронного обміну даними (EDI) та електронні платежі (EFT), які мають призначення задовольнити потреби як фізичних осіб, так і юридичних. Кожну з цих технологій можна використовувати для підтримки електронної комерції в її відповідних контекстах. Так, за допомогою факсу та електронного обміну даними можна пересилати різного роду важливої інформації для компанії. Електронні платежі, в свою чергу, полегшують оплату за товари чи послуги можливістю віддаленої оплати, за допомогою електронного способу. Компанії, які постійно використовують інтернет-технології, мають більш розвинений бізнес, вищий рівень рентабельності, що сприяє зростанню темпів росту заробітної плати працівників, в порівнянні з підприємствами, які не настільки активно використовують можливості інтернет-технологій. Поліпшення інтенсивності використання інтернет-технологій призводить до зростання об'ємів ВВП. Проте, українські компанії користуються інтернет-технологіями, щоб в більшій мірі заявити про своє існування, в першу чергу створюючи собі сайти підприємств. Рекламу в Інтернеті розміщують приблизно 34 % компаній, просування через мережі роблять біля 22 % компаній, Інтернет-закупівлями користуються близько 32 %, а продажами – 12 %.

На жаль, спостерігається малий відсоток користуванням Інтернет-технологій для спільних бізнес-проектів, партнерства між підприємствами.

Отже, з проведеного аналізу ролі інтернет-технологій в бізнесі можна побачити як інтернет-технології заповнюють собою все більше і більше компаній. Їхня роль становиться все більш ключовою і присутність стає

невід'ємною частиною ведення бізнесу. В наступному розділі розглянемо зарубіжний досвід компаній щодо використання інтернет-технологій.

1.2 Аналіз впливу інтернет-технологій на розвиток економічних суб'єктів: світовий досвід та українські реалії

Глобальна цифровізація останніх років зумовила активний розвиток електронної торгівлі, що стала невід'ємною складовою світової системи роздрібною торгівлі. Як і в низці інших галузей, у роздрібній торгівлі після появи інтернету відбулися суттєві зрушення, і завдяки динамічному темпу сучасного життя на момент сьогодні споживачі практично зі всіх країн отримують прибуток від привілеїв, які їм забезпечують онлайн-транзакції. Так як доступ до інтернету та його впровадження в усьому світі стрімко зростають, чисельність покупців цифрових технологій щороку істотно збільшується. Так, у 2019 році 1,92 млрд. осіб придбали товари чи послуги в інтернеті, й у тому ж році у всьому світі обсяг електронного роздрібного продажу перевищив 3,5 трлн. дол. США, і прогнозується, що доходи від електронної роздрібною торгівлі зростуть до 6,54 трлн. дол. США в 2022 р. (рис. 1.2) [17, 1]. Окрім того пандемія 2020 року прискорила зростання електронної комерції в світі, а фактичні продажі в Інтернеті досягли такого рівня, який до 2022 року не очікувався.

Хоча деякі веб-сайти орієнтовані насамперед на ведення бізнесу за моделлю B2B (від бізнесу до бізнесу), окремим споживачам також пропонується значна кількість цифрових можливостей. У 2020 році в усьому світі онлайн - магазини забезпечують найбільшу частку покупок через Інтернет. Очільне місце в світовому рейтингу веб-сайтів роздрібною торгівлі за обсягом відвідуваності займає Amazon - лідер електронної комерції в Сіетлі, котрий пропонує електронну роздрібну торгівлю, обчислювальні послуги, побутову електроніку й цифровий контент, при цьому у червні 2020 року зареєстрував понад 5,2 млрд. унікальних відвідувачів. Проте за валовою вартістю товарів (Gross Merchandise Value, GMV) Amazon посідає третє місце. Його основними конкурентами є

Китайські Taobao та Tmall, причому обидві платформи експлуатуються Alibaba Group, провідним постачальником Інтернет-торгівлі в країнах Азії [17].

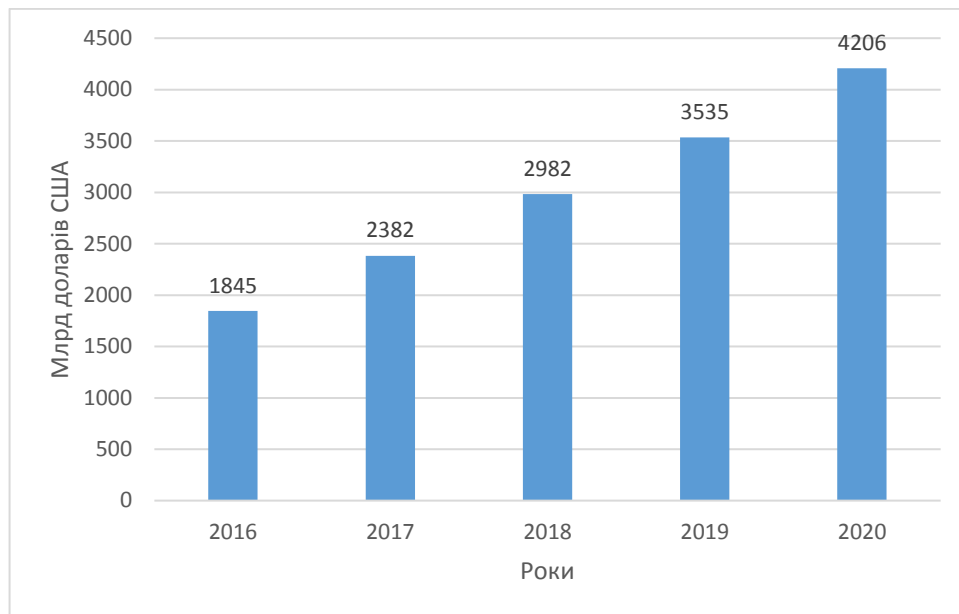


Рисунок 1.2 - Обсяги світового електронного роздрібного продажу за період 2016-2020 рр. *Сформовано авторами на основі [49]

У всьому світі частка електронної торгівлі в загальних глобальних продажах стрімко зростає (рис. 1.3), чисельність користувачів цифровими продуктами також демонструє позитивну динаміку (рис. 1.4).

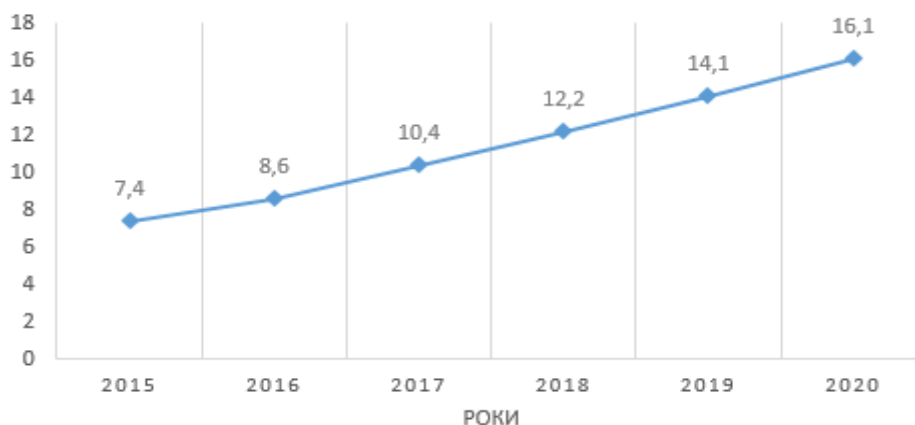


Рисунок 1.3 - Частка електронної торгівлі у загальних глобальних продажах за період 2015-2020 рр. *Сформовано авторами на основі [49]

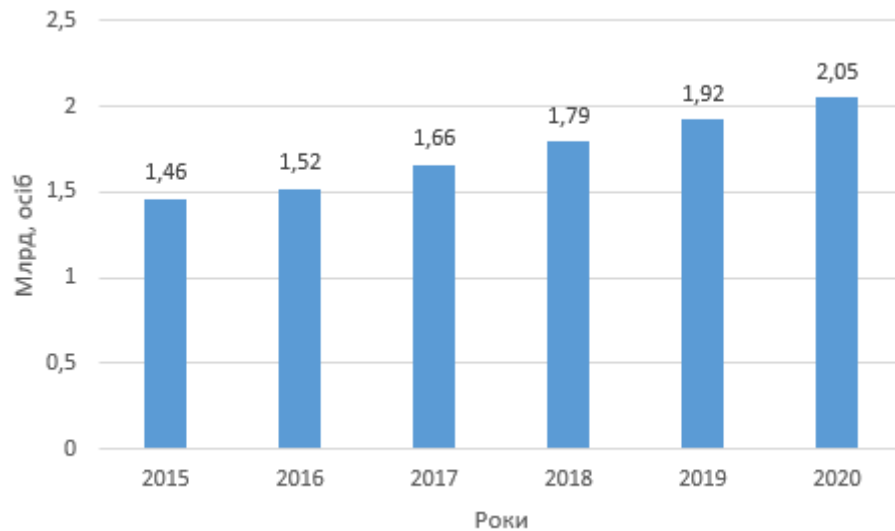


Рисунок 1.4 - Чисельність користувачів цифровим продуктами у світі за період 2015-2020 років. *Сформовано авторами на основі [49]

Також на увагу заслуговують результати аналізу обсягів роздрібних продажів електронної торгівлі за регіонами світу станом на 2019 р. (рис. 1.5) [49].

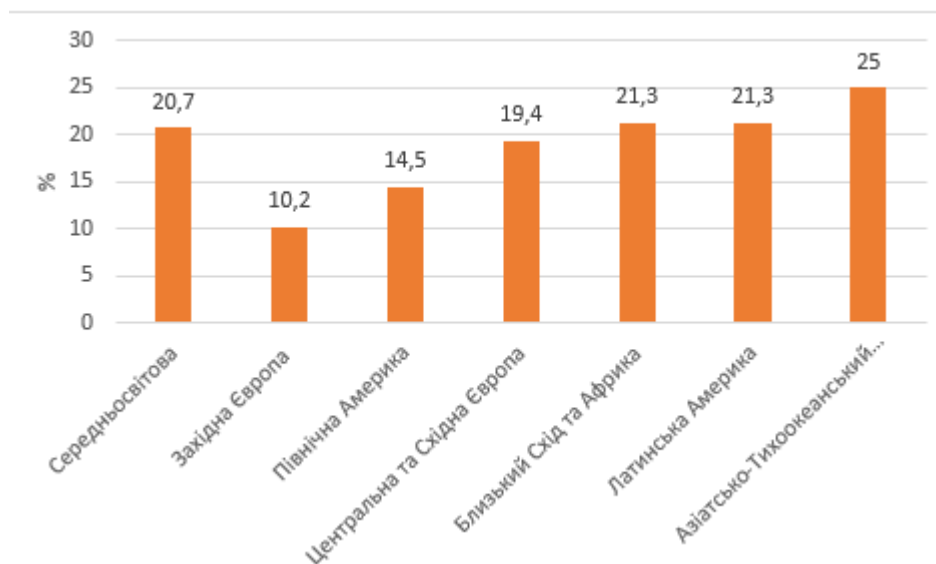


Рисунок 1.5 - Аналіз обсягів роздрібних продажів електронної торгівлі за регіонами світу станом на 2019 рік. *Сформовано авторами на основі [49]

Загалом електронна торгівля є важливою складовою глобальної цифрофізації, оскільки чим більш розвиненою є економіка країни, тим більшим

стає обсяг ринку онлайн-торгівлі. Якщо розглянути більш детально регіони по країнах, то можемо побачити наступну інформацію на таблиці 1.3.

Аналіз даних на таблиці 1.3 показує, що склад країн-лідерів за рівнем електронної комерції у 2020 році змінився порівняно з 2019 роком. Китай давно займає перше місце у світі з великим відривом. Зазначимо, що дев'ять з десяти країн у рейтингу 2020 року знаходяться в трьох регіонах – Азійськотихоокеанському, Північній Америці та Західній Європі. Найвищі темпи зростання електронної комерції спостерігаються в США, Великобританії та Японії. Канада дещо втратила оберти в електронній комерції.

За даними eMarketer [11], 44,8 % роздрібних продажів у Китаї в 2020 році припадає на торгівлю, що на 10,7 % більше, ніж у 2019 році. Зараз Китай значно випереджає інші країни за рівнем електронної комерції. Хоча Сполучені Штати все ще випереджають Китай за загальним обсягом роздрібних продажів (5,506 трильйона доларів проти 5,130 трильйона доларів у 2020 році), обсяг електронної комерції Китаю в 2020 році був на 1,6 трильйона доларів вище, ніж у США.

Таблиця 1.3 - Країни-лідери за обсягами продажів електронної комерції у 2019-2020 роках. *Сформовано авторами на основі [1, 19]

2019 рік			2020 рік			
Місце	Країна	Обсяг, млрд.дол. США	Місце	Країна	Обсяг, млрд.дол. США	Темп приросту, %
1	КНР, без Гонконгу	1934,78	1	КНР, без Гонконгу	2296,95	18,7
2	США	586,92	2	США	794,5	35,4
3	Великобританія	141,93	3	Великобританія	180,39	27,0
4	Японія	115,40	4	Японія	141,26	22,4
5	Республіка Корея	103,48	5	Республіка Корея	110,60	6,8
6	Німеччина	81,85	6	Німеччина	96,86	18,3
7	Франція	69,43	7	Франція	73,8	6,3
8	Канада	49,80	8	Індія	55,35	20,2
9	Індія	46,05	9	Канада	39,22	-21,2
10	Росія	26,92	10	Іспанія	36,4	-

Пандемія COVID-19 вплинула на розвиток електронної комерції в Китаї, хоча Китай переміг зараження коронавірусом швидше за будь-яку іншу країну. Китай працює в умовах нормалізованої економіки майже три квартали поспіль. Однак у 2020 році поведінка споживачів змінилася. Частка онлайн-покупок товарів різко зросла через блокування під час важких обмежених пандемій, і ця перевага може залишитися незмінною в довгостроковій перспективі. Крім того, домогосподарства нервують кілька місяців після припинення поширення вірусу. Ця нерішучість щодо соціальної активності допомогла підтримати зростання електронної комерції.

За даними Digital Commerce 360 [22], у 2020 році ринок електронної комерції в США виріс на 44 % до 861,12 млрд доларів. Це найвищий щорічний темп зростання електронної комерції в Сполучених Штатах принаймні за останні два десятиліття. Частка онлайн-продажів у загальному обсязі роздрібних продажів у 2020 році склала 21,3 % проти 15,8 % у 2019 році та 14,3 % у 2018 році.

Зростання онлайн-покупок у США через COVID-19 у 2020 році принесло додаткові 174,87 мільярда доларів США [9]. Якби не сплеск онлайн-продажів у результаті пандемії, результату у 861,12 мільярда доларів Сполучені Штати не досягли б у 2022 році.

Проаналізуємо досвід Великобританії щодо тенденцій здійснення електронного бізнесу в країні. За даними IMRG [34], онлайн-продажі у Великобританії в 2020 році зросли на 36 %, що є найвищим показником за 13 років. Середня вартість споживчого кошика під час пандемії зросла в деяких секторах. Попит на доставку способом «click and collect» збільшився, і роздрібні торговці швидко запровадили цю послугу. Бренди також вивчають свої поточні логістичні системи, багато з яких передають на аутсорсинг або беруть під контроль свої логістичні відділи. Очікується, що онлайн-продажі продовжуватимуть зростати, і все більше споживачів будуть робити покупки в Інтернеті.

Досвід Німеччини в електронній торгівлі виглядає наступним чином. За даними асоціації Bevh [9], у 2020 році обсяг електронної комерції в Німеччині зріс на 14,6 % до 83,3 млрд євро. Середній приріст за попередні три роки склав 11,3 %. У 2021 році кожен восьмий євро домогосподарства витратили на товари в Інтернеті. Значне зростання онлайн-продажів пов'язане зі спалахом коронавірусної інфекції та обмеженнями на цьому тлі. Майже кожен третій онлайн-покупець у 2020 році був старше 60 років. У 2019 році на цю вікову групу припадало менше чверті онлайн-продажів у Німеччині. За даними креативного агентства «We Are Social» і платформи для SMM Hootsuite [3], на початку 2021 року 78,81 мільйона німців користувалися Інтернетом. Серед користувачів віком від 16 до 64 років 81,6 % роблять покупки в Інтернеті. Майже третина населення Німеччини (37,7 %) робить покупки в Інтернеті за допомогою мобільних пристроїв. Найбільший відсоток онлайн-покупців (84,3%) припадає на вік від 45 до 54 років.

Проаналізуємо електронну комерцію у Франції. За даними Федерації електронної комерції та дистанційних продажів (Fevad) [34], сектор електронної комерції у Франції зріс на 8,5 % у річному обчисленні і досяг 112 мільярдів євро у 2020 році. У 2019 році на електронну комерцію припадало 9,8 % роздрібних продажів у Франції. Протягом 2020 року частка електронної комерції зросла до 13,4 % роздрібною торгівлі країни. Зростання відбулося за рахунок збільшення онлайн-продажів товарів на 32 %, тоді як обсяг послуг зменшився на 10 % через різке зниження подорожей та розваг під час пандемії. За минулий рік у секторі з'явилося 17 400 нових сайтів. На всіх сайтах з продажу товарів і послуг зареєстровано понад 1,84 млрд транзакцій. Річний темп зростання операцій становить 5,8 %. Середній чек у 2020 році становив 61 євро, що на 2 євро більше, ніж у попередньому році.

Обсяг електронної комерції в Нідерландах у 2020 році зріс на 7 % до 26,6 млрд євро [6]. Зростання інтернет-покупок споживачами пов'язане зі спалахом коронавірусної інфекції. У 2020 році голландці зробили 335 мільйонів онлайн-покупок, що на 27 % більше, ніж роком раніше. У 2019 році один житель

Нідерландів здійснював в середньому 19 онлайн-покупок, а в 2020 році вже 24. Крім того, кількість онлайн-покупців зросла на 2 % до 13,8 мільйона осіб. У 2020 році витрати на онлайн-продукти зросли на 43 %, а кількість онлайн-покупок продуктів збільшилася на 41 %. У сфері послуг онлайн-продажів скоротилося на 39 %, а кількість онлайн-замовлень - на 37 %.

За даними креативного агенства «We Are Social» та SMM платформи Hootsuite [4] станом на 2021 рік 50,54 мільйона італійців користувалися Інтернетом. 79 % користувачів віком від 16 до 64 років здійснюють онлайн-покупки, через мобільний телефон – 46,7 %. Найбільший відсоток інтернет-покупців у віковій групі 24-34 роки (81 %). У 2020 році ринок онлайн-продажів споживчих товарів в Італії склав 23,8 % до 20,63 млрд доларів. США. В середньому один користувач витрачає на покупки в Інтернеті 619 доларів США.

Проводячи аналіз електронної торгівлі Польщі, варто зазначити, що у 2020 році польський ринок онлайн-комерції швидкими темпами став рости в Європі. За даними Statista, ринок оцінюється в 22 мільярди євро [5]. Протягом 2020 року в Польщі було запущено близько 11 000 нових сайтів електронної комерції та інтернет-магазинів. Майже 80 % користувачів Інтернету в Польщі роблять покупки в Інтернеті. Ринок електронної комерції складається в основному з малих і середніх компаній. На цьому тлі Amazon має можливість запустити польську версію Amazon. У цей день країна здійснює онлайн-покупки через Amazon Німеччина, яка має польську версію.

За останніми оцінками Конфедерації торгівлі та підприємництва Греції [18], оборот електронної комерції в цій країні в 2020 році зріс утричі порівняно з аналогічним періодом минулого року, до 15 мільярдів євро [9]. Греція відставала від інших країн-членів ЄС у попередні роки за обсягами та зростанням, але нещодавно країна зробила значний крок до цифрової трансформації електронної економіки. Саме тому споживачі роблять покупки в електронному вигляді. Під час першого локдауну (початок 2020 року) в Греції зростання продажів інтернет-магазинів зросло на 70-80 %. Влітку тенденція збереглась, продажі зросли на 40% порівняно з 2019 роком. Під час другого

локдауну (початок 7 листопада 2020 року) попит на інтернет-магазини різко зріс більше ніж на 85%.

У Греції кожен другий споживач зробив принаймні одну покупку в Інтернеті з моменту спалаху COVID-19. У грудні частка людей, які здійснюють покупки в Інтернеті, зростає до 61%. Для порівняння: у червні 2020 року цей показник становив 51 %, а в грудні 2019 року – 21 %.

На основі проведеного ґрунтовного аналізу використання інтернет-технологій у бізнесі різними країнами, нами систематизовано інформацію за країнами в розрізі наступних критеріїв (табл. 1.4):

- чисельність користувачів цифровими продуктами, млрд. осіб.;
- частка електронної комерції в загальних продажах, %;
- обсяги платежів PayPal, млрд. дол. США;

Таблиця 1.4 - Країни-лідери за показниками користування інтернет-технологіями у 2019-2020 роках

Критерій	Країни				
	Китай	США	Великобританія	Німеччина	Франція
Чисельність користувачів цифровими продуктами, млн. осіб	934	284	63,72	74,624	56,143
Частка електронної комерції в загальних продажах, %	44,8	21,3	21	19	13,4
Частка платежів PayPal, %	<50	90	29	40	41

*Сформовано авторами на основі [46, 35, 32, 57, 56, 55]

Дивлячись на таблицю можна побачити, що Китай попереду інших, має шалену частку електронної комерції в загальних продажах, відриваючись від двох своїх найближчих конкурентів більше, ніж вдвічі. Також Китай на першому місці по чисельності користувачів цифровими продуктами, проте у відсотковому значенні ситуація зовсім інша, Китай знаходиться на останньому місці в даному рейтингу. Щодо електронних платежів, то ситуація зовсім різна. Річ в тому, що майже кожна країна використовує електронну платіжну систему власного виробництва. Тому США в даному показнику ми бачимо попереду, проте

порівняно з іншими країнами в даному рейтингу, Китай також не нехтує цією електронною платіжною системою.

Можемо зробити висновок, що в країнах, що розвиваються, нарощування обсягів електронної торгівлі відбувається більш інтенсивно, ніж у розвинутих країнах, і цьому є свої пояснення. В країнах, що розвиваються, всупереч незначному охопленню Інтернетом, нарощування чисельності споживачів відбувається більш швидкими темпами. Окрім того в даних країнах як економіка в цілому, так і роздрібна торгівля зокрема, розвивається стрімкіше.

На прикладі країн Заходу дане твердження надзвичайно добре підтверджується, а за останні роки є справедливим і для України. Галузь електронної торгівлі перебуває у стадії активного росту та розвитку, тоді як економіка країни в цілому перебуває у стагнації. Так, останнім часом в Україні набувають широкої популярності методи ведення бізнесу із використанням Інтернет-технологій. Їх розвиток відбувається так швидко, що більшість великих як світових, так і вітчизняних компаній разом із традиційним бізнесом альтернативно активно використовує бізнес online.

В умовах ринкової конкуренції Інтернет-магазини прагнуть зробити онлайн-покупки максимально комфортними для покупців, і тим самим збільшити кількість повторних покупок на їх майданчиках. Вартим уваги є той факт, що навіть через 20 років після запуску, в онлайн-торгівлі кнопка «купити» з PayPal займає провідні позиції; 10 % продавців інтегрувало кнопку «купити за допомогою Amazon»; 4,1 % продавців приймаються Visa Checkout; 2,8 % дозволяють оплачувати товар з гарантією Masterpass; менше 1% приймають American Express Checkout і Chase Pay [20].

PayPal є постачальником послуг онлайн-платежів, котрий здійснює грошові перекази та оброблення платежів для аукціонних сайтів, інтернет-продавців та інших комерційних користувачів. Динаміку кількості загальних активних облікових записів користувачів PayPal за період 2010-2020 рр. наочно продемонстровано на рисунку 1.6 [16].

В цілому PayPal виступає посередником між продавцем і покупцем, при цьому забезпечуючи надійність оплати такими платіжними картками, як MasterCard, VISA, American Express та ін. В 2019 р. PayPal зафіксувала щорічний обсяг платежів на суму понад 712 млрд. дол. США, при цьому сегмент транскордонних транзакцій складає майже 20 % від обсягу платежів. Динаміку загального обсягу платежів PayPal за період 2014-2020 рр. подано на рис. 1.7 [16].

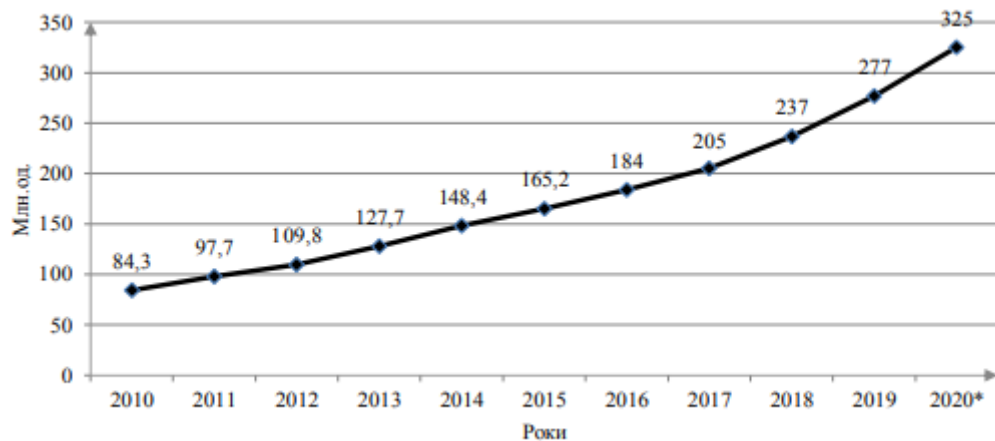


Рисунок 1.6 - Обсяги загальних активних облікових записів користувачів PayPal за період 2010-2020 рр. *Сформовано авторами на основі [35]

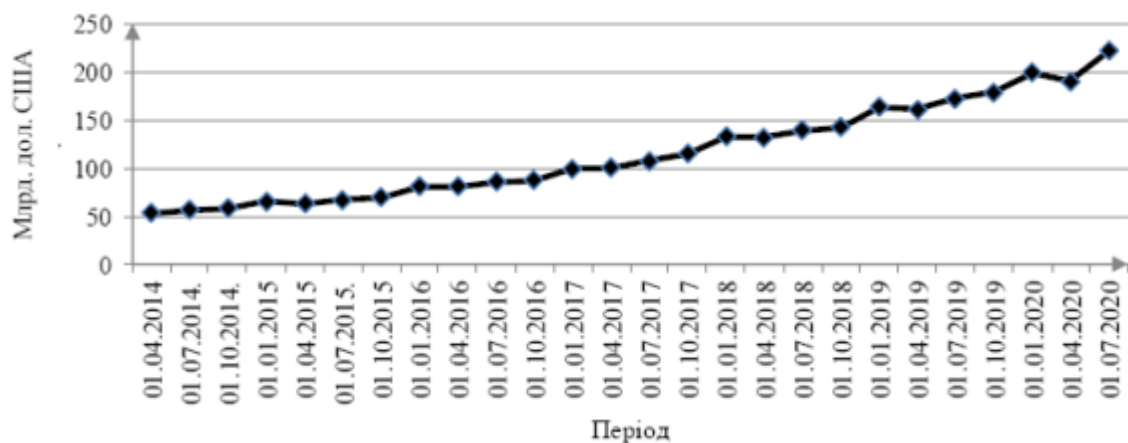


Рисунок 1.7 - Обсяги платежів PayPal за період 2014-2020 рр.

*Сформовано авторами на основі [16]

На сьогодні Інтернет став невід'ємною складовою ведення комерційної діяльності, що впливає і на розвиток світової економіки. На сучасному ринку зберегти стійкі та якісні конкурентні позиції можуть лише підприємства, котрі інвестують у перманентний розвиток та використання новітніх технологій. Застосування у сфері торгівлі інформаційно-комунікаційних технологій визначає успішну перспективу розвитку суб'єктів господарювання в цілому.

Після проведеного аналізу зарубіжного досвіду щодо реалізації електронного бізнесу та торгівлі постає необхідність здійснення аналізу співставності користування інтернет-технологіями за кордоном та в Україні.

В Україні електронна торгівля виникла відносно недавно, однак, як галузь, демонструє показники стрімкого розвитку, хоча, порівняно із традиційною роздрібною торгівлею обсяги Інтернет-торгівлі значно поступаються. Сучасні вітчизняні підприємства потребують інтегрування бізнес-процесів на надзвичайно високому рівні, що дасть можливість їм не лише здійснювати поставку товарів (виконання робіт, надання послуг), а й забезпечить прозору та надійну систему фінансування та взаєморозрахунків, що дозволить підвищити їх конкурентоспроможність загалом.

За даними групи EVO, у 2020 році українці придбали через Інтернет товарів та послуг на 107 млрд грн. Показник на 41 % вище, ніж у 2019 році. В результаті зростання українського ринку електронна комерція майже втричі перевершила прогнози експертів. При цьому збільшилася кількість онлайн-платежів (щонайменше на 50 %). Зараз майже 9 % усіх покупок в Україні здійснюються онлайн – на маркетплейсах, інтернет-магазинах та соціальних мережах.

У той час як у світі спостерігається помітне проникнення Інтернету в суспільне життя, Україна посідає останнє місце серед європейських країн. Зараз мережа загальнодоступна для 2/3 українців. Для порівняння цей показник досягає 100 % у розвинених країнах Європи (рис. 1.8).

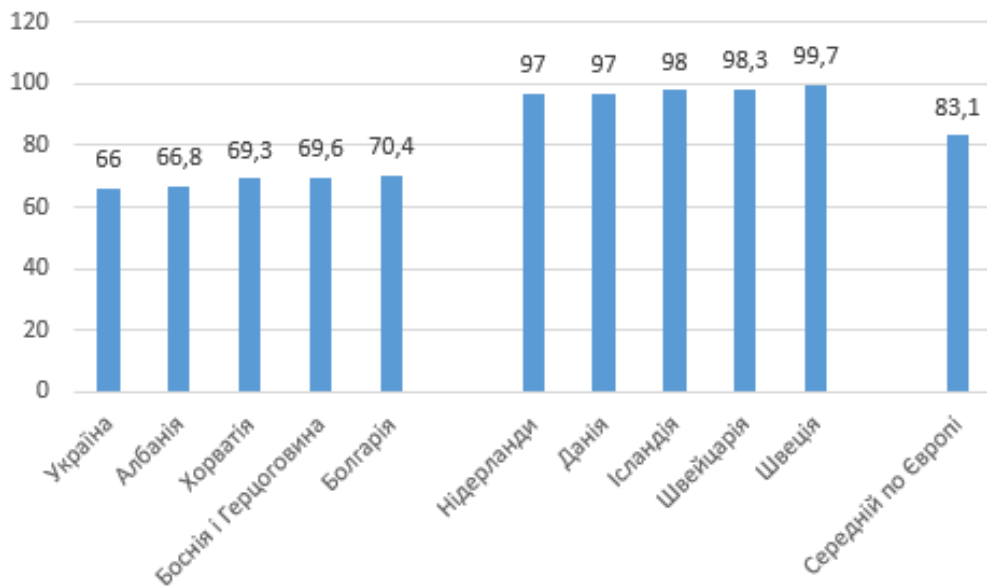


Рисунок 1.8 - Рівень проникнення мережі Інтернет в розрізі країн та середній рівень по Європі за 2018 рік. *Сформовано авторами на основі [35]

В контексті аналізу видів електронної торгівлі на вітчизняному ринку електронної комерції сегмент G2B (взаємодія держави з бізнесом) виступає в Україні найуспішнішим на сьогодні [41]. Так, за статистикою [41] загальну кількість складених трансакцій через сайт Prozorro оцінюють у 163,3 млрд грн. у 2018 році (табл. 1.5). Найближчим часом цей проект обов'язково буде більш популярним та розвинутішим, що дозволить залучити більше користувачів до пошуку доступних замовлень, використовуючи систему.

Варто відзначити, що при прийнятті ЗУ «Про державні закупівлі» [38], електронна комерція через систему Prozorro мало використовувалася. Зазвичай продавці та оптові торговці знаходили один одного на кількох веб-сайтах, розроблених переважно російськими спеціалістами. З появою обов'язкового законодавства здійснювати державні закупівлі через систему Prozorro, сегмент B2B (співпраця бізнесу з бізнесом) буквально витіснився сегментом G2B. Сегмент B2B тепер представлений веб-сайтом Wishround.com.ua і є моделлю, спрямованою на безпосередню співпрацю з виробниками [70].

Таблиця 1.5 - Товарообіг електронної комерції в Україні в секторі G2B
впродовж 2017-2018 років

Порядок закупівлі	Період (роки)	Показники витрат		
		Мільярди гривень	Мільйони доларів	Мільйони євро
Відкриті торги	2017	101620,70	49,96	115,215
	2018	115796,1	15,99	36,08
Двоступеневі торги	2017	24,188	0	0
	2018	537,35	0	0
Переговорна процедура закупівлі	2017	76802,59	314,21	26,96
	2018	44477,7	9,53	5,9
Запит цінних пропозицій	2017	1012,53	0	0
	2018	1064,71	0,002	0
Попередня кваліфікація учасників	2017	1022,47	0	0
	2018	1380,17	0	0
Всього	2017	180482,48	364,17	142,18
	2018	163256,03	25,522	41,98

*Сформовано авторами на основі [41]

Сегмент С2С («споживач-споживач») представлений функціонуванням електронної комерції на таких платформах: Prom.ua, Bigl.ua, Crafta.ua, Kabanchik.ua, Goodini.ua, які у 2018 році продали товарів та послуг на 8,5 млрд грн. [36]. При такій ситуації темпи зростання продажів становлять 73% на рік. Середні витрати на продукцію – 885 грн, при цьому зростання цього показника відбулося на 7% в кінці року. Найбільш популярною продукцією в сегменті С2С є одяг та взуття, товари для дому та саду, косметика, техніки та подарунків. Однак категорія замовлення їжі та інструменті також швидко зростає.

Бізнес-модель В2С («бізнес-споживач») наповнюють такі відомі інтернет-магазини, як Rozetka, Modnakasta та LeBoutique [52]. Прибуток цих компаній не є загальнодоступним, але є статистика відвідувань їхніх сайтів. Так, сновний гравець електронної комерції в секторі В2С – це інтернет-магазин «Розетка», який щомісяця відвідує 23 600 000 людей. Близько 75% користувачів зробили покупки за допомогою смартфонів у 2018 року [52].

Категорії товарів ринку електронної комерції, які користуються найбільшим попитом, включають: електроніка та іграшки (по 27% частки

ринку); одяг, взуття та аксесуари (20% ринку); меблі та фурнітура (15%); косметика, особистий догляд та продукти харчування (11%) [64].

Проаналізуємо тенденції щодо користування електронною комерцією в територіальному аспекті. Станом на початок 2020 р. у Центральній Україні сконцентровано 24% вітчизняних Інтернет-покупців, у Західній Україні - 23%, у Південній Україні - 17%, у Східній Україні - 13%, у Північній Україні - 12%, а в м. Києві - 10% [49].

Ринок електронної комерції збільшився на 31% до 163,4 млрд грн. у 2018 році. Це означає, що в Україні є значний потенціал для зростання електронної комерції, оскільки його показник є одним із найвищих у Європі (рис. 1.9). Однак розмір електронної торгівлі в роздрібних продажах значно нижчий за світовий (рис. 1.10).

Оборот товарів і послуг в Інтернеті досяг 65 млрд грн, реклама в соціальних мереж та інших інтернет-ресурсів становила 95 млрд. грн. [30].

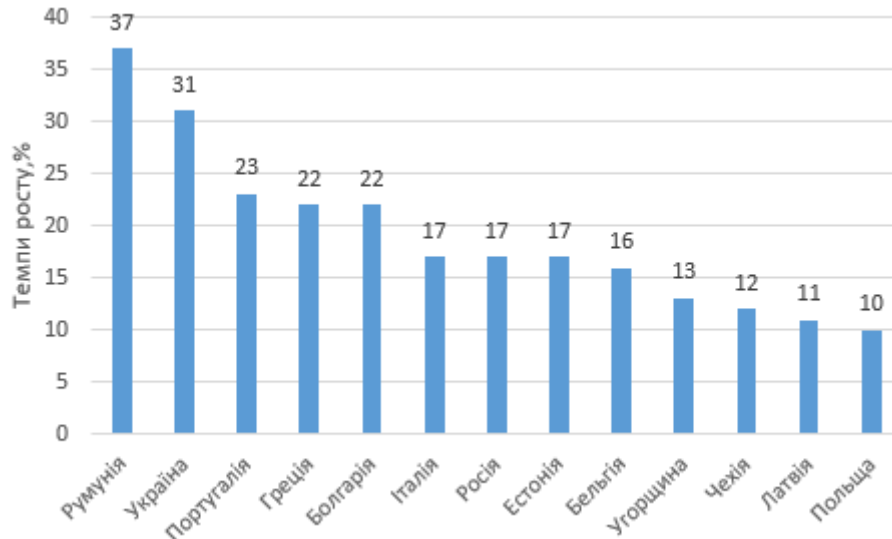


Рисунок 1.9 - Темпи росту ринку електронної комерції в Україні у 2018 році.

*Сформовано авторами на основі [30]

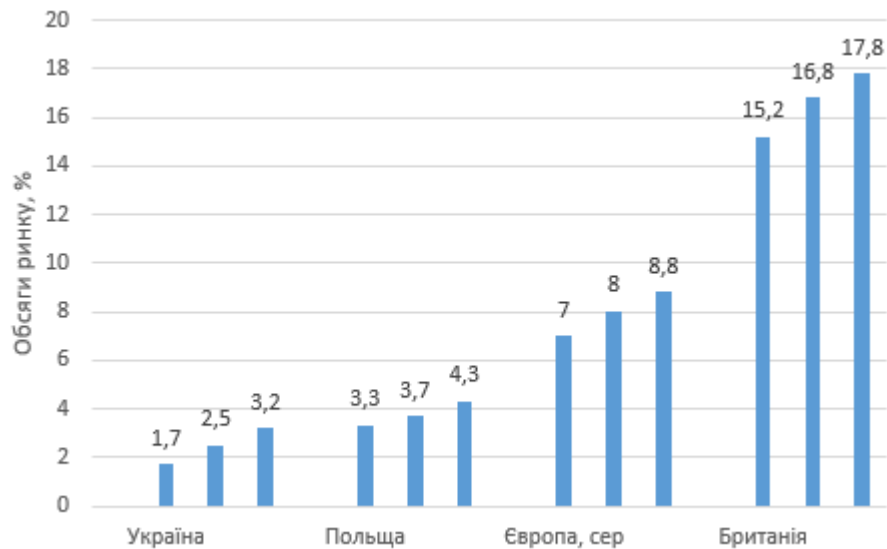


Рисунок 1.10 - Обсяги ринку електронної комерції в Україні в роздрібних продажах за 2016-2018 рр. *Сформовано авторами на основі [30]

Рівень використання послуг онлайн банкінгу, тобто інтернет технологій при користуванні банківськими послугами в Україні не високий на сьогодні. Слід зазначити, що понад 60% операцій з картками – це зняття готівки [34]. Наприклад, рівень використання банківських карток в Україні становить 63 %, в Угорщині - 75 %, Білорусі - 81 %, Данії - 100 %. Станом на 1 січня 2019 року вітчизняні банки випустили майже 59,4 млн карток. Кількість активних карток складає 62,2 % усіх платіжних карток, що становить 36,9 % млн., що на 6 % більше, ніж у 2018 році.

Кількість безготівкових операцій у 2018 році зростає на 33 % порівняно з 2017 роком, і становить 51,2 % [34]. Це 3,1 млрд транзакцій, що дорівнює 1,297 млрд грн. Роздрібні платежі становили 51,2 % всіх безготівкових операцій у 2018 році. У 2018 році в Україні запущені сервіси ApplePay та GooglePay, завдяки чому країна посіла 4 місце у світі за кількістю безготівкових операцій (оплата за допомогою телефонів, смарт-годинників) [34]. З метою підтримки розвитку електронної комерції в Україні, Асоціація ІТ України стала членом Європейської електронної комерції та Асоціації торгівлі Omni-Channel (EMOTA) у квітні 2017 р. [7].

Варто відзначити, що значну частку ринку електронної комерції також займають послуги, що надаються через Інтернет, а саме: юридичні послуги, бухгалтерські послуги, податкові консультації та різного роду інформаційні послуги в усіх сферах людської діяльності. Надання таких послуг через Інтернет може зменшити безробіття та збільшити кількість клієнтів конкретного підприємства. Однак слід приділити велику увагу правовому регулюванню електронної комерції у сфері послуг. Якщо будь-яка організація, компанія чи власник бізнесу має власний веб-сайт, на якому просто перераховані послуги, він вважається лише джерелом інформації, і така діяльність не має нічого спільного з електронною комерцією. Головною особливістю електронної комерції є підписання угод різними способами, які можуть включати заповнення форми замовлення, додавання товарів у кошик, заповнення форми зворотного зв'язку, в якій вказується ініціатива придбання товарів чи послуг. Якщо веб-сайт не надає вищевказаних функцій, це є лише із засобів традиційної бізнес-реклами [25].

Загалом економіка України базується на малому та середньому бізнесі про що свідчить ВВП. У 2018 році показала статистика, що малі підприємства приносять 20 % ВВП, а середні - близько 43 % (табл. 1.6) [21].

Таблиця 1.6 – Порівняння розмірів підприємств та їх прибутків

Розмір підприємства	Кількість підприємств	Обсяги продажів(млн. грн)	Фінансові результати перед оподаткуванням
Велике	382	2 387 762,8	60 870,2
Середнє	14869	2 602 415,8	33 203,9
Мале	291118	1 224 550,8	-24 859,7
Всього	306369	6 214 729,4	69 214,4

*Сформовано автором на основі [25]

Як правило, великі підприємства в Україні є монополістичними або олігополістичними, що заважає малому бізнесу вийти на їхні ринки. Водночас електронна комерція створює нові можливості розвитку малого та середнього бізнесу за рахунок великого географічного охоплення, яке буквально необмежене. Також для будь-кого в малому бізнесі фінансово доступно досягти

лідерства позицій, використовуючи продаж продукції через Інтернет. Тому електронна комерція створює рівні можливості для всіх учасників ринку, які надають продукцію кращої якості, щоб обійти конкурентів і отримати більший попит за більш доступною ціною.

Електронна комерція для бізнесу є додатковим маркетинговим інструментом, який при правильному використанні може стати основним. В Україні постійно зростає кількість покупок через інтернет-магазини. Лідруючі позиції зайняті магазинами побутової техніки та одягу. Відмінна риса лідерів ринку полягає в тому, що вони працюють лише через Інтернет.

Суспільство отримує ряд переваг, використовуючи електронну комерцію. По-перше, наявність доступних товарів і послуг покращують рівень життя, а також національну безпеку. По-друге, в контексті глобального впливу на навколишнє середовище, інтернет-магазини зменшують рух транспорту, що позитивно впливає на навколишнє середовище. По-третє, завдяки здатності полегшувати взаємодію послуг чи продуктів власного виробництва зі світовим ринком, електронна комерція має велике значення як для розвитку економіки, так і для підвищення рівня самозайнятості. Оскільки великі виробничі потужності в окремих регіонах України відсутні, населення намагається організувати самозайнятість. Саме електронна комерція сприяє розвитку економічного потенціалу країни через розвиток творчого та підприємницького потенціалу її населення, що є стимулом до створення нових продуктів виведення їх на світові ринки. В Україні зараз активно розвивається ринок виробів ручної роботи. Це вітчизняне харчове виробництво або непродовольчі товари, які користуються великим попитом завдяки організації рекламних кампаній через Інтернет, у тому числі в соціальних мережах. Соціальний маркетинг дозволяє пропонувати товари та послуги більш зайнятим людям, тій аудиторії, яку легко визначити в соціальних мережах.

Наразі в Україні є лише кілька важливих аспектів, які можна розглядати як недоліки електронної комерції. Шахрайство – це найголовніша проблема в цьому плані. Її важко викоринити без досконалої системи державного контролю. Як

правило, електронні магазини працюють, використовуючи такі платіжні системи як Intercash, які мають високі процентні ставки для платежів [12]. Важливо впровадити хоча б 3-4 оператора, які обслуговуватимуть ринок для встановлення ринкових цін більш цікавіших для бізнесу. Через недосконалість законодавчого регулювання діяльності електронної комерції та відсутність належного контролю за її впровадженням, переважна більшість підприємств в Україні належить до так званої тіньової економіки. Ефекти впливу електронної комерції для суспільства, зокрема при веденні бізнесу економічними суб'єктами, можна систематизувати на рисунку 1.11.

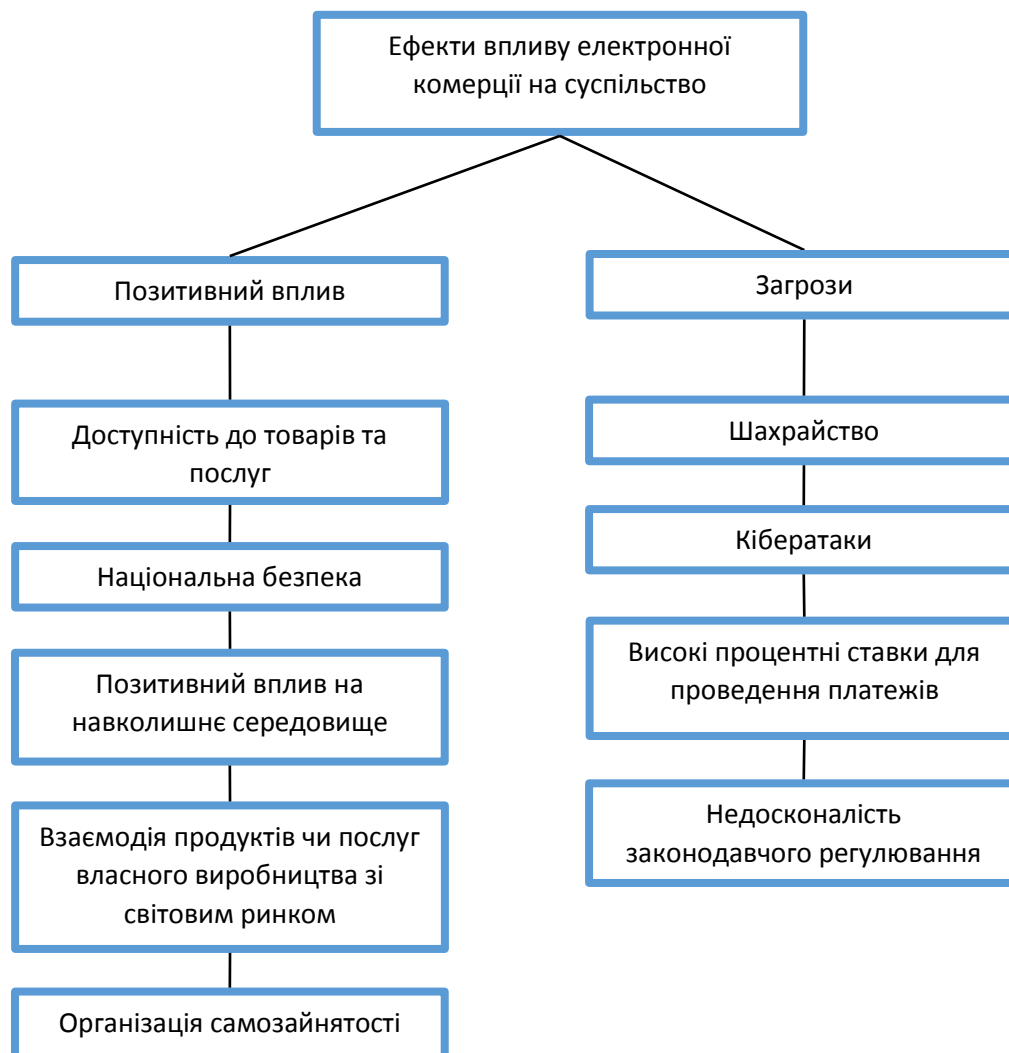


Рисунок 1.11 – Переваги та загрози електронної комерції для суспільства.

*Сформовано автором на основі [70]

Отже, розвиток бізнесу в Україні під впливом інтернет-технологій знаходиться в позитивній динаміці. В даний час частка електронної торгівлі від загального об'єму роздрібною торгівлі не така і велика, відповідно як і об'єми у вартісному вираженні, проте темпи зростання електронної торгівлі досить великі, що свідчить про гарні перспективи в майбутньому.

З ростом глобалізації світової економіки Інтернет неминуче нарощуватиме вагу як засіб ведення комерції. Зростаючі обсяги електронних продажів свідчать, що електронна комерція має визначні перспективи. Електронні ринки є більш ефективними при створенні нових товарів і послуг, незамінними при пошуку постачальників, клієнтів і партнерів.

До першорядних перспектив ведення електронного бізнесу належать: вихід на світовий ринок; висока ефективність діяльності підприємства; цілодобова присутність на ринку; надання нових послуг на основі інтернет-технологій.

Використовуючи інтернет-технології, підприємство матиме доступ до світового ринку, де зможе запропонувати свій продукт або послугу. При цьому ведення такого бізнесу може вестися абсолютно віддалено та без великих зусиль входження. Буде помітне збільшення ефективності бізнес-процесів, адже електронна комерція виключає певні процеси, які використовуються в традиційному бізнесі, також на ефективність буде впливати те, що до підприємства, яке веде бізнес в інтернеті, буде звертатися вже потенційний покупець. Ведення даного бізнесу також має перспективу цілодобової присутності, тобто покупець може придбати товар в будь-який проміжок часу доби, в традиційному бізнесі такого не може бути. З появою інтернет-технологій також виникли нові види послуг, які безпосередньо з ними пов'язані, будь-яке підприємство має можливість займатися їх наданням.

З урахуванням значних переваг щодо роботи бізнесу в сфері електронної торгівлі, наведених в попередньому підрозділі, а також досвіду закордонних та вітчизняних практиків і вчених-теоретиків щодо досвіду переходу економічних суб'єктів від традиційної до електронної форми бізнесу, пропонуємо структурно-логічну схему такого переходу (рис 1.12).

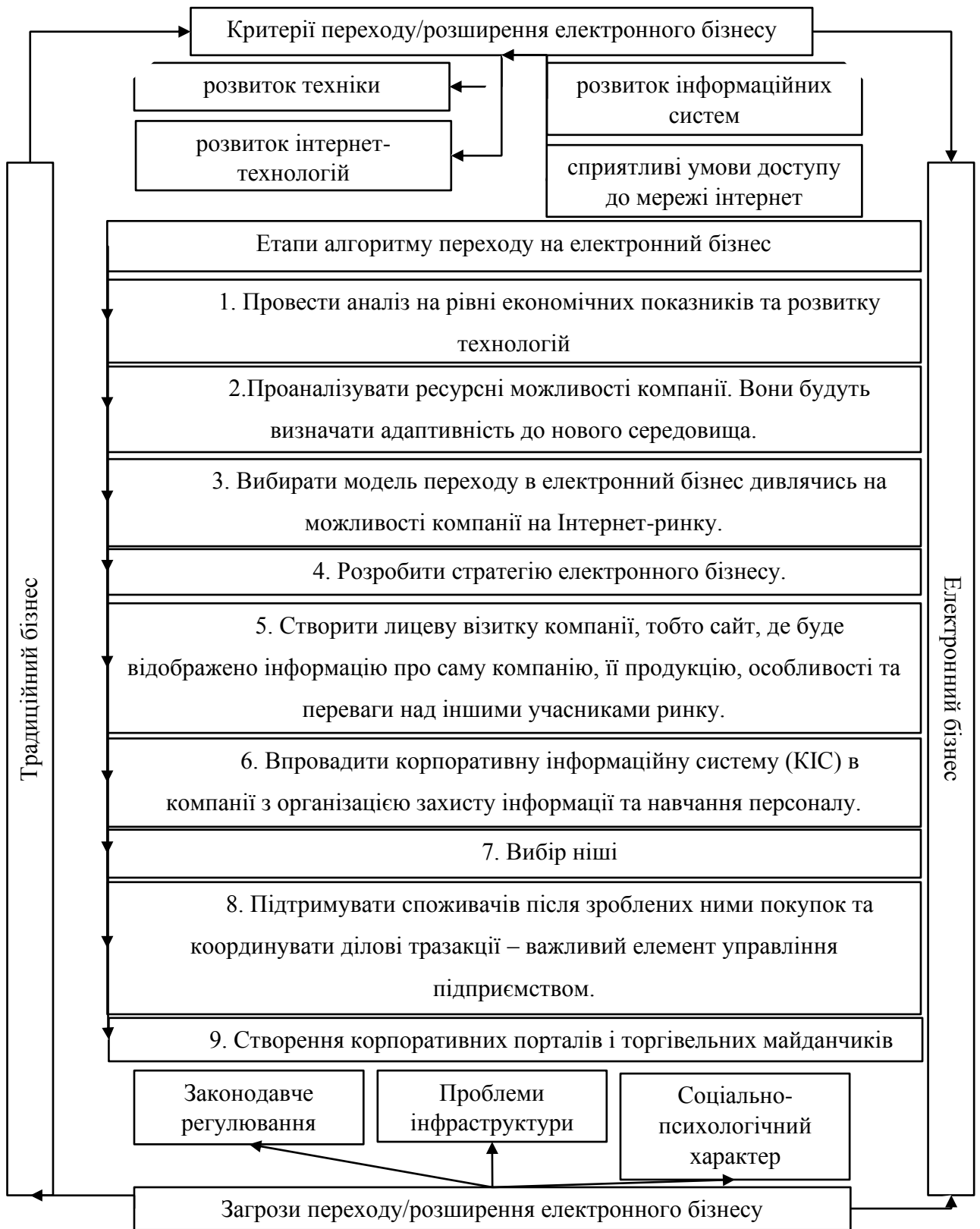


Рисунок 1.12 – Структурно-логічна схема переходу економічними суб'єктами від традиційної до електронної форми ведення бізнесу. * Авторська розробка

Так, розширення електронного бізнесу буде визначатися за наступними критеріями: розвиток техніки; розвиток інтернет-технологій; розвиток інформаційних систем; сприятливі умови доступу до мережі Інтернет; конкретні переваги, які буде мати компанія від використання певних інструментів електронної комерції.

Кожен з критеріїв має свої особливості. Так, під розвитком техніки розуміється удосконалення нинішніх та винайдення нових приладів, які пов'язані з комп'ютерними технологіями. Такий розвиток буде полегшувати та спрощувати ведення електронного бізнесу. Під розвитком інтернет-технологій розуміється збільшення сервісів та удосконалення уже існуючих. Розвиток інформаційних систем більше відноситься до автоматизації бізнес-процесів. І звісно, щоб вести електронний бізнес потрібно мати гарні умови до доступу мережі Інтернет, тобто потрібно облаштовувати там свій бізнес, де є стабільний та безперебійний інтернет.

Проте розвиток електронної комерції не завжди успішно просувається. До загроз переходу від традиційного до електронного бізнесу належать:

- законодавче регулювання;
- проблеми на рівні інфраструктури;
- соціально-психологічний характер.

В Україні не на достатньому рівні обґрунтовані та прописані закони щодо ведення електронного бізнесу. В інфраструктуру інтернет-технології інтегровано на дуже низькому рівні, якщо порівняти це з ситуацією в інших країнах. Якщо брати соціальний аспект, то велика кількість людей ще не звикла до такої форми зв'язку з компаніями.

Розуміючи переваги електронного ринку вітчизняні науковці і дослідники пропонують ряд підходів і моделей, які б дозволили українським підприємствам здійснити впровадження відповідних технологій і перейти до електронного ведення бізнесу. Тому було створено алгоритм, який допоможе перейти з традиційного фізичного бізнесу в електронний:

1. Провести аналіз на рівні економічних показників та розвитку технологій

2. Проаналізувати ресурсні можливості компанії. Вони будуть визначати адаптивність до нового середовища.

3. Вибирати модель переходу в електронний бізнес дивлячись на можливості компанії на Інтернет-ринку.

4. Розробити стратегію електронного бізнесу.

5. Створити лицеvu візитку компанії, тобто сайт, де буде відображено інформацію про саму компанію, її продукцію, особливості та переваги над іншими учасниками ринку.

6. Впровадити корпоративну інформаційну систему (КІС) в компанії з організацією захисту інформації та навчання персоналу.

7. Вибір ніші

8. Підтримувати споживачів після зроблених ними покупок та координувати ділові тразакції – важливий елемент управління підприємством.

9. Створення корпоративних порталів і торгівельних майданчиків

Можна помітити, що тенденції швидко змінюються, приходять нові ери розвитку, які докорінно змінюють застарілі системи та структури організації. В даному випадку електронний бізнес замінює класичний, в найближчому майбутньому цей формат бізнесу заповнить весь світ. Але якщо хтось буде відмовлятися від даної форми бізнесу, то він однозначно буде відставати від своїх конкурентів, тому потрібно враховувати в діяльності сучасні тенденції розвитку і навіть їх випереджувати, щоб завжди бути попереду інших.

2 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

2.1 Сутність сучасних фінансових технологій та їх роль у фінансовій сфері

Саме поняття «FinTech» (Financial Tehnology) – фінтех – виникло відносно недавно. До фінтеху відносять різноманітні проекти, які так чи інакше мають на увазі розробку та впровадження інноваційних технологій у фінансовій сфері (основна спрямованість таких стартапів полягає у підвищенні ефективності діяльності банків та фінансової системи в цілому). Ці інновації можуть мати як технологічний, і організаційний і продуктовий характер, і навіть бути змішаними.

Фінтех можна віднести до використання технологій надання фінансових рішень. Фінтех з'явився як ініціатива, орієнтована на отримання прибутку на основі нових бізнес-можливостей, заповнивши неосвоєні ринки, які стали менш привабливими (або надто дорогими) для фінансових установ, особливо в посткризових умовах (наприклад, грошові перекази в окремі країни чи регіони). З іншого боку, така конкурентна сила спонукає до появи фінансових інновацій. Фінтех також можна розглядати як компонент цифровізації товарів та послуг, що пропонуються традиційними організаціями, і як відповідь на високі витрати на впровадження та необхідність вирішення давніх слабких місць, таких як недоліки в управлінні ризиками даних.

Фінансові технології – це досить нове, ще мало вивчене. Цифровізація внесла у сучасні реалії революційні зміни, які перетворили інфраструктуру та екосистему фінансового сектора на новий вигляд. Процес цифровізації характеризується такими ключовими рисами:

- зміни в бізнес-процесах, а не в способах передачі даних;
- підвищення гнучкості бізнес-процесів у результаті успішного впровадження цифрових технологій;

- інтеграція інформації з різних стадій життєвого циклу компанії та її продукції;
- зростання рівня залежності традиційних процесів (наприклад, виробництва) від цифрових технологій;
- децентралізація процесів управління.

Узагальнення підходів до сутності Фінтеху у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Узагальнення підходів до сутності Фінтеху

Автор	Авторський зміст сутності Фінтеху
Балицька М.В., Бровенко К.С. [23]	FinTech (галузь, яка застосовує інноваційні технології для удосконалення й оптимізації надання та отримання фінансових послуг) розвивається надзвичайно швидкими темпами, порушує та трансформує фінансову сферу, з метою скорочення витрат, покращення якості фінансових послуг (а також їх інклюзивності) та створення більш різноманітного та стабільного фінансового ландшафту.
Безпалій Р.В. [24]	"фінансові технології" визначається як окрема галузь, що включає у себе використання різного роду технологій у фінансовій сфері.
Гаркавенко В., Грінько І. [27]	Галузь економіки, що складається з компаній, що використовують технології для надання фінансових послуг ефективнішим способом, а компанії з цієї галузі, здебільшого, є стартапами, створеними з метою здійснення прориву у вже існуючих фінансових системах та організаціях, які використовують програмні продукти
Шкарлет С.М., Дубина М.В., Жук О.С. [69]	розгляд FinTech виключно як інноваційних фінансових технологій, що впроваджуються банківськими та небанківськими установами і змінюють сферу фінансових послуг, та дослідження FinTech як окремої галузі національного господарства, яку запропоновано розглядати як сукупність FinTech-установ, що розробляють та впроваджують у власну діяльність інновацій для надання фінансових послуг
Мазаракі А., Волосович С. [51]	FinTech – це інноваційні технології, які використовуються фінансовими інститутами, органами державного управління, торговельними організаціями для задоволення потреб споживачів фінансових, адміністративних послуг та товарів в умовах розвитку економіки споживання.
Дудинець Л.А. [33]	Під фінансовими технологіями слід розуміти технології, які використовуються у фінансовій галузі для оптимізації витрат, збільшення доданої вартості у своїх продуктах, швидкодії проходження всіляких процесів, безпеки тощо.

На рисунку 2.1 наведено взаємозв'язок базових категорій у сфері FinTech.

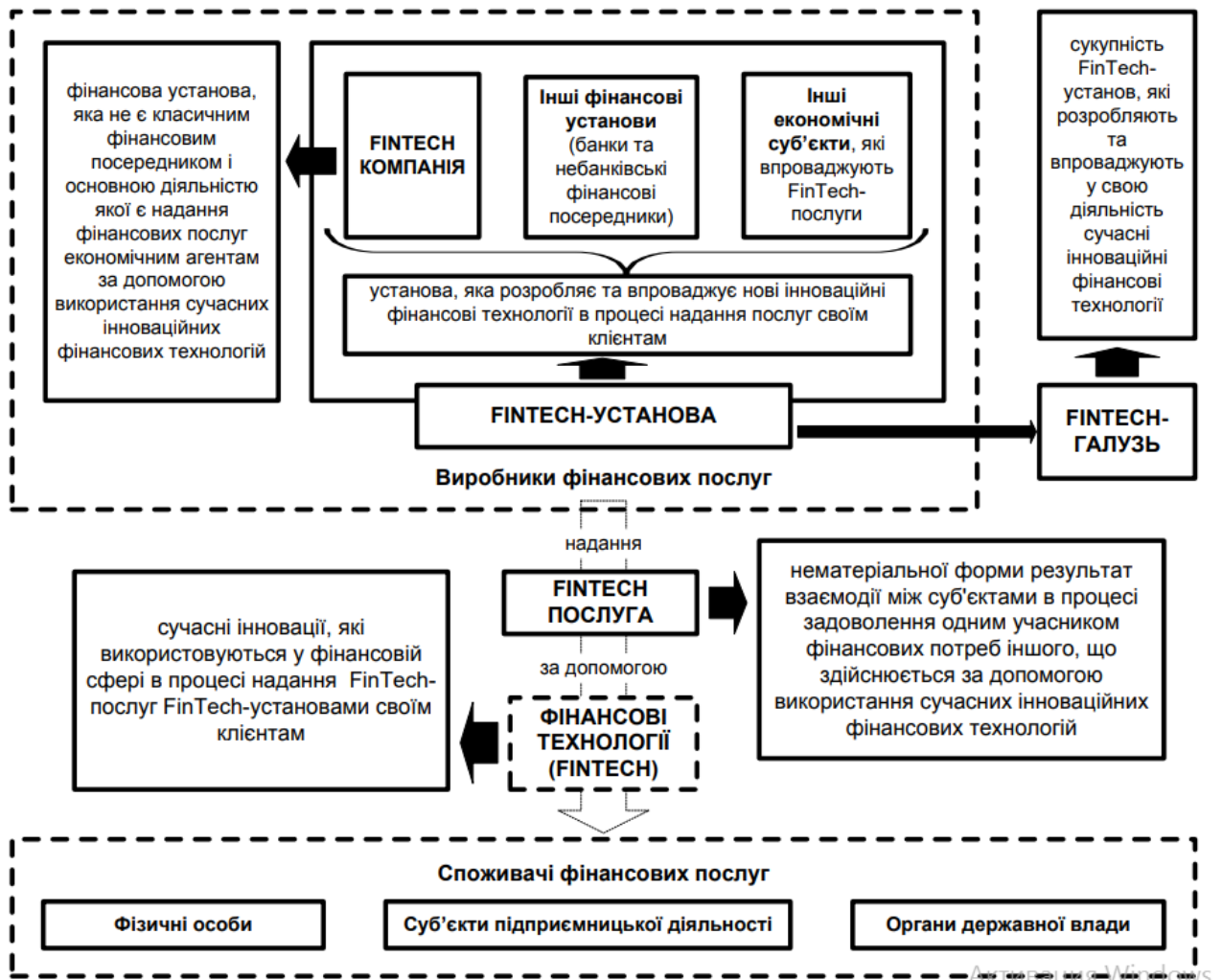


Рисунок 2.1 – Взаємозв'язок базових категорій у сфері FinTech [69]

Технологічною інновацією в сфері фінансових технологій можна вважати, наприклад, появу криптовалют (найвідомішою з яких є біткойн); організаційні інновації - це моделі прямої (peer-to-peer, P2P) взаємодії провайдерів та споживачів фінансових послуг без посередництва банків; як продуктова інновація можна назвати ICO (Initial Coin Offering — первісна емісія криптовалют або їх токенів) — новий інвестиційний продукт. Однак як у P2P-проектах, так і в ICO представлена сильна технологічна складова. Інструменти фінтеху можуть бути пов'язані як з безпосереднім здійсненням фінансових операцій (наприклад, платіжні системи), так і з їх обслуговуванням (наприклад, робоконсалтинг - автоматизовані консультації потенційним інвесторам; сюди можна віднести великий сегмент Big Data і машинного навчання, спрямований

на збір та обробку фінансової інформації з метою підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами).

Серед останніх наукових досліджень, присвячених проблемам впровадження сучасних фінансових технологій в умовах цифрових трансформацій в економіці можна виділити роботи М. Прохорової [62], Ю. Худолій, Л. Свистун [68], І. Д'яконової, Л. Павленко, О. Криклій [29], А. Деркач, М. Корнеєвої, О. Абакуменко [31] та інших.

Дослідження наукового інтересу до проблем розвитку сучасних фінансових технологій в світовому інформаційному просторі було реалізовано з використанням програми Google Trends. При цьому для об'єктів пошукових запитів було задіяно найчастіше використовувані терміни сучасних фінансових технологій, що мають відношення до розвитку фінтеху (рис. 2.2).

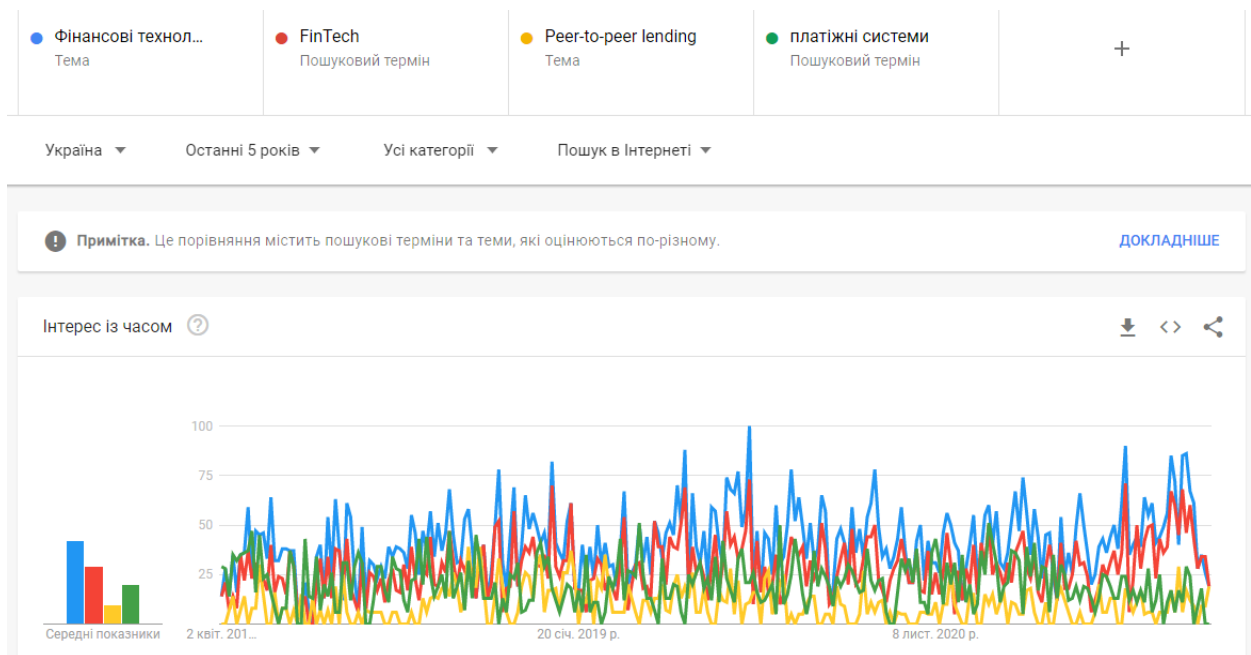


Рисунок 2.2 – Рівень застосування економічних понять пов'язаних із питаннями розвитку сучасних фінансових технологій [авторська розробка]

З проведеного аналізу, можна зробити висновки, що в фінансовій системі України існує значний науковий інтерес до питань застосування сучасних

фінансових технологій, особливо в сфері банківської діяльності, кредитування, надання фінансових послуг, криптовалютного ринку тощо.

Однією з передумов ефективного розвитку сучасних фінансових технологій є поширення рівня цифровізації суспільства. Одним з розповсюджених показників, який характеризує рівень цифровізації економічних процесів є Індекс цифрової економіки та суспільства (DESI), що щорічно визначається Європейською комісією для країн ЄС [8] (рис. 2.3).

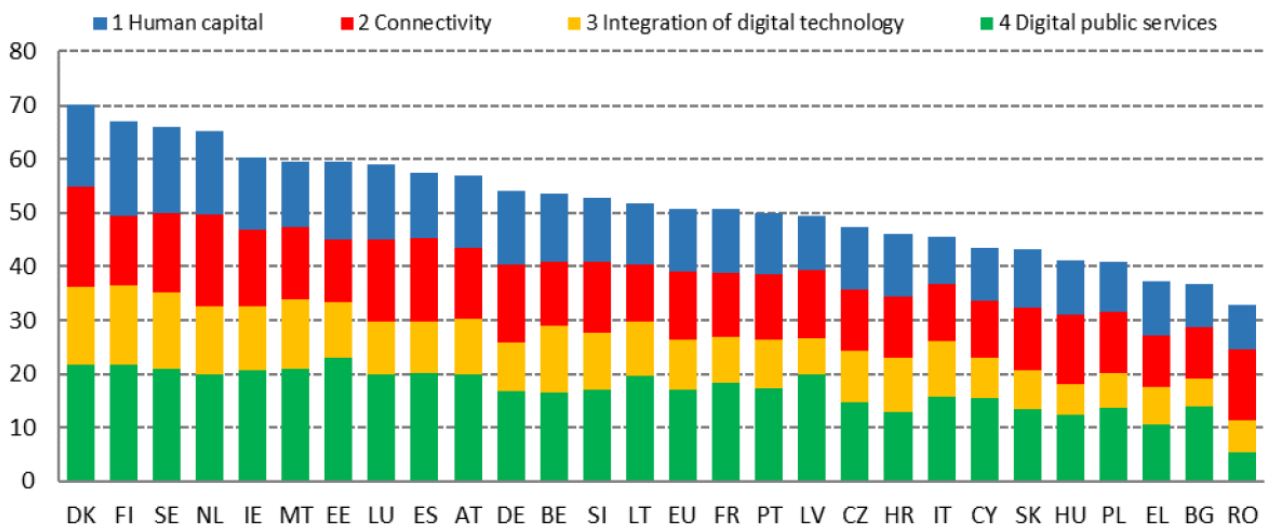


Рисунок 2.3 – Індекс цифрової економіки та суспільства країн ЄС [8]

Цей індекс демонструє рівень цифровізації економіки провідних європейських країн і є базовим для визначення основ цифрової трансформації європейських держав в даному напрямі. Для досягнення основних таргетів зазначених в Digital Compass 2030, як мінімум 90 % підприємств малого та середнього бізнесу в ЄС мають забезпечити базовий ступінь цифровізації. Разом з тим, станом на 2020 рік сучасні цифрові технології активно використовували лише 60 % суб'єктів малого та середнього бізнесу. Найбільшого прогресу в цьому напрямку досягли Данія та Фінляндія які мають цей показник на рині 88 %, найнижчими є показники у Болгарії та Румунії (33 %). Метою цифрових змін є забезпечення до 2030 року використання технологій штучного інтелекту, хмарних сервісів та big data як мінімум 75 % підприємств та організацій. Слід

вказати, що цей процес знаходить все більше поширення, проте рівень використання вищезазначених технологій залишається недостатнім. На сьогодні кожне четверте підприємство активно використовує технології штучного інтелекту або хмарні сервіси, а технології big data використовує лише 14 % компаній. При цьому існує значний розрив у рівні використання цифрових технологій між великими підприємствами та малим бізнесом. Аналогічне можна сказати про використання сучасного програмного забезпечення, сервісів управління ресурсами підприємства (ERP) використання технологій електронної комерції. Серед всіх європейських країн найбільш успішними в цифровій трансформації бізнесу є Фінляндія, Данія та Швеція.

В сфері надання державних послуг Digital Compass 2030 має в перспективі, досягти рівня надання таких послуг онлайн для громадян і бізнесу в 100 % до 2030 року. Станом на 2020 рік такий показник становив 64 %, що є дещо кращим порівняно з 58 % у 2015 році. Вагомим фактором його зростання стала пандемія COVID-19, завдяки якій багато послуг стали надаватися в онлайн форматі. Багато з європейських країн уже є близькими до досягнення цієї мети. Разом з тим тут також спостерігається значний розрив між ними.

Серед державних цифрових послуг найбільш розповсюдженими є наприклад, доступ до онлайн-форм, онлайн-бронювання зустрічей тощо. Разом з тим, використання більш складних інноваційних цифрових технологій вимагає значних капіталовкладень. В цьому плані Digital Compass 2030 спрямовано на активізацію та підтримку впровадження інноваційних цифрових технологій, які мають сприяти повноцінній цифровізації державних та приватних структур, що значно підвищить якість та ефективність надання таких послуг. Індекс цифрової економіки та суспільства враховує рівень державних послуг онлайн. За даними цього рейтингу у 2020 році в середньому оцінка досягла 75 балів із 100 для цифрових державних послуг для населення і 84 зі 100 для бізнесу. Перші сходинки за рівнями надання цифрових онлайн послуг займають Естонія, Данія, Фінляндія та Мальта, а найнижчі — Румунія та Греція.

В таблиці 2.2 подано узагальнюючі порівняльного аналізу базових рейтингових показників в напрямі цифрових трансформацій для України та деяких інших європейських країн [59].

Таблиця 2.2 – Показники цифровізації економіки [59]

Країна	Рейтинг цифрової конкурентоспроможності країн світу, 2019			Індекс мережевої готовності, 2019			Індекс електронної комерції B2C, 2019		
	Місце країни за рейтингом	Місце за складовою «Активність бізнесу»	Місце за складовою «ІТ-інтеграція»	Місце країни за індексом	Значення індексу	Значення підіндексу «Бізнес»	Місце країни за індексом	Значення індексу	Частка осіб, що використовують інтернет (%)
Україна	60	45	61	67	48,91	35,69	52	72,5	59
Польща	33	28	36	37	61,46	48,51	31	82,8	78
Словаччина	47	61	40	35	61,95	48,09	24	85,3	80
Угорщина	43	53	37	38	59,95	42,57	38	78,9	76
Румунія	46	46	55	47	55,47	29,96	46	74,5	71
Молдова	-	-	-	66	48,93	27,11	54	71,7	76
Білорусь	-	-	-	61	50,34	43,69	37	79,3	79

Згідно з даними рейтингу цифрової трансформації у 2021 році Україна посідає 54 позицію, трохи покращивши свій результат у порівнянні з 2019 та 2020 роками. На першій сходинці знаходяться США.

Процес цифровізації надає великий вплив на всі сегменти фінансового ринку, створюючи передумови деяким змінам орієнтирів, пріоритетів та особливостей їх функціонування. Він призводить до того, що суб'єкти фінансового ринку, що забезпечують постачання фінансових послуг споживачеві, змушені змінювати свою стратегію, впроваджувати прогресивні методи надання послуг, а також новітні фінансові технології.

Цифрові технології дозволяють оптимізувати витрати, роблять операції прозорими та підвищують якість взаємодії з клієнтами. Фінтех на сучасному етапі розвивається у різних напрямках, пропонує продукти не лише для фінансових інститутів, а й для бізнесу в інших сферах на основі глобальної цифрової трансформації. Широко розвиваються технології блокчейну,

Таким чином, за результатами проведеного аналізу видно, що категорії «цифровізація» та «Фінтех» мають взаємозв'язки з багатьма іншими економічними та фінансовими категоріями.

2.2 Особливості застосування сучасних фінансових технологій в умовах цифрової економіки

Фінтех включає безліч напрямків. До основних відносяться:

- технологія блокчейн;
- фінансові P2P-платформи, які передбачають використання специфічних фінансових продуктів, для різних типів та категорій споживачів. Сюди можна віднести краудфандінг, краудінвестинг, краудлендінг і т. д.);
- платіжні системи;
- робоконсалтинг та робоінвестування;
- інтернет банкінг.

Самі ці проекти можуть реалізовуватися як спеціально створеними для цього стартапами, і традиційними фінансовими інститутами. Основні види сучасних FinTech наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Основні види сучасних FinTech [62]

Критерії	Види FinTech
<i>1. За спрямованістю дії</i>	
Кредит	P2P, мікrokредитування, онлайн-банкінг, краудфандінг
Аналітика	Онлайн-банкінг, мобільний банкінг, агрегатор фінансових послуг
Оплата	Платіжні системи, mPos, е-гаманець, мобільний банкінг, біткоіни, онлайн-банкінг
Обмін	Е-гаманець, мобільний банкінг, онлайн-банкінг
<i>2. Залежність від банку (функціонування)</i>	
Через банк	Онлайн-банкінг, мобільний банкінг, платіжні системи, агрегатор фінансових послуг, mPos
Без банку	P2P, мікrokредитування, краудфандінг, криптовалюта, платіжні системи, е-гаманець
<i>3. Платформа, на якій функціонує</i>	
Сайти-сервіси	P2P, онлайн-банкінг, мікrokредитування, платіжні системи, краудфандінг, е-гаманець
Додатки	Мобільний банкінг, агрегатор фінансових послуг, mPos
<i>4. Функціональність</i>	
Багатофункціональні	Криптовалюта, онлайн-банкінг, мобільний банкінг, е-гаманець, агрегатор фінансових послуг
Спеціалізовані	Платіжні системи, mPos, P2P, мікrokредитування, краудфандінг

Сучасний процес модифікації фінансового сектора визначає нові напрями для реалізації організаціями рішень у галузі здійснення своєї діяльності базі використання сучасних діджитал-технологій. Особливо актуальним є впровадження нових методів ведення своєї діяльності фінансовими інститутами на основі інтеграції фінансових технологій. Розвиток фінтеху в Україні станом на 2021 рік наведено на рисунку 2.5.



Рисунок 2.5 – Розвиток фінтеху в Україні [45]

За даними Каталогу фінтех компаній України: «Кількість платіжних сервісів та платформ грошових переказів стабільно зростає і станом на 2019-2020 збільшилась на 14 %. Так само, як і сфера технологічної інфраструктури – на 20 %. Разом таких компаній переважна більшість – 89 [45]».

Фінансові технології (фінтех, FinTech) є клієнтоорієнтованими, долаючи розрив між пропозиціями фінансових компаній та бажаннями клієнтів. Вони

націлені на галузеві ніші з найкращими продуктами та послугами, щоб заповнити прогалини, залишені співробітниками протягом усього шляху клієнта. В даний час фінтех-фірми присутні практично в усіх сферах надання фінансових послуг, стимулюючи як впровадження нового так і зникнення деяких традиційних технологій. «Основні напрямки діяльності FinTech включають цифрові платежі (PayTech), повністю цифрове страхування (InsurTech), банківська справа (BankTech), послуги з управління активами (WealthTech) і створення ринків для продажу фінансових продуктів» [33].

Фінтех-компанії складають велику конкуренцію сучасним банкам, проте останні мають значні переваги, які зберігають їхню конкурентоспроможність. Так, наприклад, вони мають банківську ліцензію, що підвищує довіру користувачів банківських послуг і гарантує відносну надійність даних кредитних інститутів. Регулюючі органи пред'являють певні вимоги до банків, розробляють спеціальні нормативи, як-от: норматив достатності капіталу, вимоги до розміру власного капіталу тощо. Для того, щоб успішно продовжувати діяльність, банкам слід застосовувати сучасні фінансові технології та адаптуватися до нових умов.

Банки, які своєчасно змінять свою стратегію та розроблять нові бізнес-моделі з урахуванням сучасних умов, можливо, стануть лідерами галузі. Ті банки, які не адаптуватимуть свою діяльність, можуть стати менш конкурентоспроможними. Мобільні технології мають окремі сильні сторони, які дають їм переваги в порівнянні з банками. Так, вони відкривають доступ до банківських послуг широким масам населення, які досі не мали його. Це вигідно і для банків, оскільки, користуючись мобільними банківськими технологіями, клієнти формують свою кредитну історію, і згодом у них з'являється можливість відкрити рахунок у якомусь банку. Компанії у сфері фінансових технологій можуть надавати кредити малим та середнім підприємствам. Доступ до традиційного банківського кредитування для них обмежений, оскільки занадто високі ризики і такі компанії можуть бути ненадійними. У такому випадку вони звертаються до постачальників альтернативних фінансових послуг у фінтехкомпанії, що займаються P2P-кредитуванням. Банки, отже, знижують

рівень ризику своїх кредитних портфелів. Узагальнена класифікація сучасних фінансових технологій, що застосовуються у банківській діяльності наведена на рис. 2.6.



Рисунок 2.6 – Основні сучасні фінансові технології, що застосовуються в банківському секторі [54]

Слід зазначити, що банківський сектор найбільш схильний до впливу цифровізації, оскільки, по-перше, він займає лідируючі позиції у фінансовій системі держави, по-друге, бере участь у перерозподілі фінансових ресурсів між сегментами фінансового ринку та, по-третє, обслуговує щоденні потреби у здійсненні фінансових операцій як фізичних, і юридичних клієнтів. Насамперед застосування цифрових технологій призводить до скорочення обсягу паперових документів, що спрощує процес надання та отримання фінансових послуг для всіх учасників. Так, наявність елементарних технологічних можливостей кредитних організацій дозволяє клієнтам подавати заявки, наприклад, на

кредитні товари, дистанційно, прикріплюючи скан-копії необхідних документів, у своїй не надаючи їх оригінали до банків. Також частина операцій переводиться у електронний формат.

«P2P-кредитування. P2P (peer-to-peer — «від рівного до рівного») є модель прямої взаємодії провайдерів та користувачів фінансових послуг без посередництва банку чи іншого фінансового інституту (який може надавати інфраструктуру для проведення платежів, але не бере участь у самій угоді). Найбільш широко поширеними моделями такого P2P взаємодії є P2P-кредитування (краудлендинг) та краудфандинг. Фінтех-компанії в галузі P2P-кредитування надають майданчик, де позичальники та кредитори (зокрема роздрібні інвестори) можуть відкрито співпрацювати. Подібне кредитування цікаве та зручне, насамперед, малим підприємствам. За рахунок усунення посередників такі платформи можуть пропонувати більш високу прибутковість інвесторам порівняно з банківським депозитом, але при цьому нижчу ставку для позичальників порівняно з банківським кредитом (хоча остання умова виконується далеко не завжди). На таких платформах потенційні позичальники, які не становлять інтересу для банків (через високі ризики, низьку суму необхідного кредиту тощо), можуть отримати доступ до запозичень. У цих випадках ставка відсотка за такими кредитами може бути набагато вищою за банківську, проте за умови відсутності доступу до інших джерел фінансування потенційні позичальники можуть погоджуватися і на такі умови» [28].

«Проблеми краудлендингу полягають у наступному:

- той факт, що позичальниками на краудлендингових платформах виступають люди та організації, не привабливі для банків і при цьому нерідко готові платити високий відсоток по позиках, означає, що ймовірність неповернення позики дуже велика. Таким чином, на відміну від депозиту в банку, інвестор, що надає свої кошти для P2P позик, несе набагато вищі ризики;
- оператор P2P-платформи лише надає інфраструктуру для взаємодії позикодавця та позичальника (а також може допомогти їм обом при прийнятті рішення про співпрацю, наприклад, рейтинуючи їх обох), але при цьому сам у

угоді не бере участі і відповідальності за наслідки цієї угоди не несе. Фактично позичальник та позикодавець надано самі собі. Легко переконатися в тому, що оператор кредитної P2P-платформи в строгому сенсі слова не є організацією, що надає кредитні послуги, він лише забезпечує взаємодію між власниками та одержувачами грошових коштів і з цієї точки зору дуже близький до операторів платіжних систем. Іншими словами, діяльність таких операторів має переважно інформаційний, а не фінансовий характер» [28].

З переходом світової спільноти на інноваційні інформаційні технології та фінансові інновації створюються й нові банки, що отримали назву необанки або віртуальні банки. Необанк – новий банк. Корінь «нео» у перекладі з грецької означає «молодий» та «новий», тобто новий банк. Необанк – це удосконалений банк, створений і що функціонує без прикріплення до певного місця, тобто. працюючий на цифрових платформах. Він надає свої послуги клієнтам в онлайн-режимі з будь-яких смартфонів, планшетів та персональних комп'ютерів.

Набір послуг та масштаби діяльності необанків в окремих країнах визначаються рівнем їх економічного та технологічного розвитку, чинними законодавчими нормами та ступенем зрілості банківської системи. Перевага необанків полягає у мінімізації витрат (відсутність офісів, паперового документообігу тощо), завдяки чому підвищується швидкість обслуговування, застосовуються низькі тарифи, використовується персональний підхід до клієнтів. Перелік послуг сучасних необанків України наведено на рисунку 2.7.

Необанк ще називають віртуальним чи директ-банком. Ідея появи такого банку виникла з метою якнайкраще задовольнити потреби клієнта та уникнути проблем, що виникають при роботі зі звичайними кредитними організаціями. Безумовно, щоб така система розвивалася так, як потрібно, має бути добре розвинена економіка та технологічна сфера держави, створена та злагоджена законодавча база і, найголовніше, довіра клієнтів. Щоб користуватися таким банком, достатньо зайти на його офіційний сайт або встановити програму на свій цифровий носій. Сайт або додаток необанку є його головним та єдиним відділенням. Тут можна ознайомитися з пропонованими продуктами та

послугами, отримати відповіді на запитання, що цікавлять, і при бажанні миттєво скористатися ними.

Характеристики	monobank Universal Bank	todobank	OBANK	sportbank	izibank
Віртуальна картка	✓	✓	✗	✗	✓
Кредитна картка	✓	✓	✓	✓	✓
Валютний рахунок	✓	✗	✓	✗	✗
Кредит готівкою	✓	✓	✗	✓	✗
Депозит	✓	✗	✗	✗	✓
Кешбек	✓ За обраними клієнтом категоріями	✓ На всі операції оплати та оплати комунальних	✓ Інтернет-покупки та транзакції за карткою та підписки на певні сервіси	✓ На категорію «спорт»	✓ Онлайн покупки та інші категорії
Можливість підв'язати картку іншого банку	✗	✗	✗	✗	✗
Служба підтримки в месенджерах					
Можливість проглянути аналітику витрат за певний період часу	✓ (можливість перегляду витрат помісячно за категоріями)	✗	✗	✗	✓
Сервіс накопичення/ smart savings	✓ «Банка» (округлення за операціями)	✓ (нарахування % на залишок на рахунок)	✗	✓ (нарахування % на залишок на рахунок)	✓ («ціль» зарахування необхідної суми або заокруглення)
Реферальна програма	✓	✓	✗	✓	✗
Особливості	Shake to pay	Prepaid картка			

Рисунок 2.7 – Послуги необанків в Україні [45]

Безумовно, зміна технологій у банківській діяльності потребує додаткових фінансових вливань. Водночас відставання установи від процесу цифровізації економіки призведе до зниження ефективності його діяльності у майбутньому. З одного боку, що глибше інтеграція банку цифрову економіку, то більше вписувалося період окупності вкладень у фінансові технології. З іншого боку, інноваційний підхід до банківського обслуговування сприяє збільшенню надійності банківської діяльності, а отже, і привабливості організації для клієнтів, що зумовлює підвищення її фінансової результативності. Дослідження ролі фінансових технологій у забезпеченні ефективності банківської діяльності показало двоякий характер їхнього впливу: зниження витрат та забезпечення фінансової безпеки за рахунок розвитку національної платіжної системи здійснюється на тлі появи нових фінансових ризиків. Водночас використання цифрових технологій обробки банківських баз даних, автоматизація цього

процесу дозволяють мінімізувати втрати організацій від підвищення ризиків, пов'язаних із фінансовими технологіями, та забезпечити кібербезпеку клієнтських операцій.

Основним драйвером цифровізації грошово-кредитної сфери виступили електронні гроші та платіжні системи на основі їх застосування. Електронні гроші характеризуються досить складною типологією як у світлі застосовуваних інформаційних технологій для зберігання та переказу електронних грошових коштів, так і у світлі природи виникнення, а також грошових та банківських властивостей, якими характеризується діяльність кредитних та інших організацій у цій сфері. Залежно від типу комп'ютерного носія інформації та відповідної технології передачі можна виділити такі види електронних грошей: з урахуванням карт; на базі мереж; з урахуванням розподіленого реєстру цифрових транзакцій (криптовалюти).

Одним із найпоширеніших видів інновацій у галузі фінансових технологій є система грошових переказів. У зв'язку з цим слід виділити такі розробки, як система Corduro, що пропонує широкий функціонал, що спрощує процеси інтернет-перекладів, мобільних, роздрібних операцій. Однією з найбільших організацій, що займаються міжнародними переказами у галузі світових та цифрових валют, є компанія Ripple Labs. У 2012 р. Ripple Labs була запущена система Ripple – криптовалютна платформа для платіжних систем, орієнтованих на операції з обміном валют без повернення платежів. Протоколом підтримуються токени, що представляють гроші, криптовалюту (XPR), біржові товари та інші об'єкти. American Express та Santander використовують протокол Ripple для платежів між США та Британією, південнокорейські та японські банки – для проведення транскордонних платежів. Платформа Eriphyte – програмне забезпечення, яке дозволяє платіжній індустрії вийти за рамки національних валют та використовувати криптовалюту.

Криптовалюта є різновидом цифрової валюти, електронним механізмом обміну, системою, що функціонує в рамках розподіленої комп'ютерної мережі. Емісія та облік криптовалюти не мають централізованого характеру, всі операції,

що проводяться, мають деревоподібну форму, прозорі і не можуть бути змінені. Ця особливість стає можливою завдяки блокчейн-технології. Вперше ця технологія була реалізована в процесі емісії та функціонування криптовалюти біткоїн. Блокчейн-технологія є науково-технічним проривом, здатним змінити фінансову інфраструктуру. Технологія блокчейн є чітко структурованою базою даних з певними правилами побудови ланцюжків транзакцій та доступу до інформації, яка виключає крадіжку даних, шахрайство, порушення майнових прав тощо. Принцип роботи технології блокчейн наведено на рисунку 2.8.

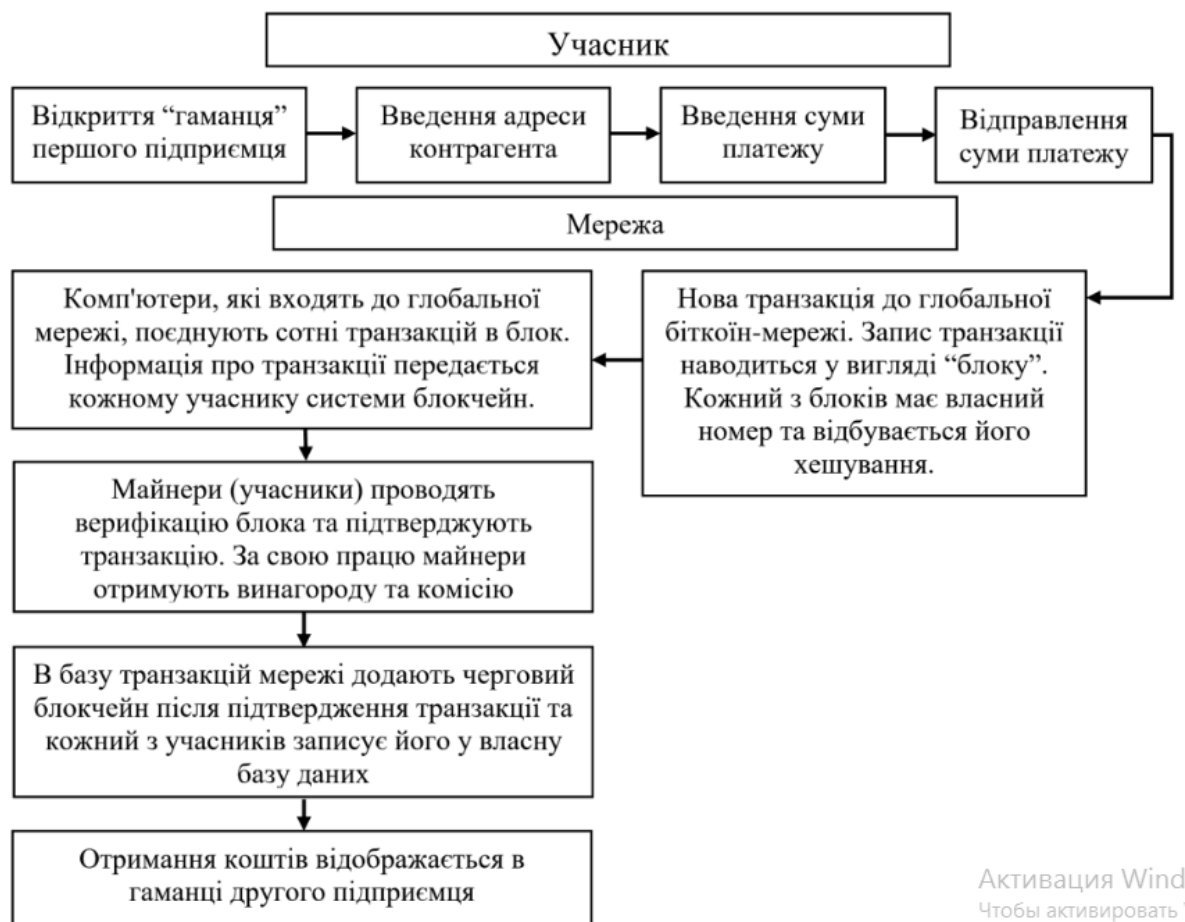


Рисунок 2.8 – Принцип роботи технології блокчейн [48]

Блокчейн-технологія як інновація у сфері фінансових технологій має величезний потенціал застосування як у сфері бізнесу, так і в банківському секторі: покращення та спрощення фінансових операцій, значне покращення ведення бухгалтерії, спрощений доступ до фінансових продуктів та ін. У

розвитку блокчейн-технології зацікавлені кілька сторін: бізнес, що мінімізує витрати; інвестори, зацікавлені у отримання прибутку від інвестицій у блокчейнпроекти; держава, зацікавлена у забезпеченні прозорості бізнес-процесів та зниженні корупції. На базі блокчейн-технологій були розроблені такі стартапи, як Coinbase – біржа криптовалют, на якій продаються та купуються біткоїни, пропонуються послуги із захисту та зберігання цифрових активів.

Різноманітні мотиви спонукають центральні банки проводити дослідження у сфері державних цифрових валют центральних банків (Central Bank Digital Currencies, далі – CBDC). В даний час основна увага приділяється розробці CBDC для платежів, забезпечуючи широкий доступ до центрального банку. Інтерес центральних банків до CBDC обумовлений безліччю різноманітних мотивів. Відмінності між країнами з ринком, що формується, і країнами з розвинутою економікою особливо помітні, але окремі юрисдикції також можуть значно відрізнятись в залежності від їх грошово-кредитної політики. Для центральних банків, основною мотивацією досліджень є використання CBDC як засіб платежу, хоча є і другорядні мотиви (наприклад, посилення інструментів грошово-кредитної політики).

Процес впровадження цифрових валют у існуючу грошово-кредитну систему є досить неоднозначним. Він пов'язаний з низкою фінансових і системних ризиків як самого регулятора, так учасників грошової і платіжної систем. Зокрема, нині не зрозумілі характеристики, які будуть мати цифрові валюти центральних банків, не визначено моделі їхньої емісії, а також переваги та недоліки випуску цифрових валют у порівнянні з існуючими грошовими формами. Головне – незрозуміло, який потенційний вплив матиме емісія цифрових валют на грошово-кредитну систему.

Загалом ступінь впливу цифрових валют центральних банків на грошово-кредитну політику залежатиме від її популярності. Це, у свою чергу, буде пов'язане із характеристиками нового виду грошей. Як було показано раніше, ймовірно, що криптовалюти центральних банків будуть конкурувати з готівкою та грошима комерційних банків, а також можуть бути використані як засіб платежу. Введення центробанківської цифрової валюти може позначитися на

конкуреноспроможності різних кредитних інститутів. Як високоліквідний і безризиковий актив, центробанківська цифрова валюта може почати конкурувати з депозитами у великих, системно значущих комерційних банках.

На даний момент основними проблемами розвитку та впровадження фінансових технологій є рівень цифрової та фінансової грамотності населення, а також доступ до фінансових продуктів різних верств населення. У Сполученому Королівстві не менше ніж півтора мільйона дорослих громадян не мають банківської картки або рахунку в банку. Обмеження доступу громадян до фінансових послуг найчастіше говорить про нестабільну економічну ситуацію в країні. Наприклад, країни Латинської Америки та Африки, що розвиваються, не можуть надати своїм громадянам сучасний рівень фінансових послуг. Проте, поява сучасних технологій потихеньку змінює ситуацію. Щорічна статистика Світового банку, говорить про те, що кількість електронних платежів у країнах Африканського континенту, що розвиваються, зросла протягом 2015-2018 років, так більше 21 % жителів освоїло електронні перекази. Крім цього, у всьому світі в 2019 році було зроблено електронних переказів на суму \$1 млрд на день. За прогнозами, кількість банків в Африці та Латинській Америці до 2022 року має зрости на 60 % [10].

Підсумовуючи розгляду питань цифрової трансформації фінансового ринку, слід зазначити, що є головними учасниками ринку фінансових технологій. Диджиталізація банківських продуктів є одним з основних напрямків модернізації банківської діяльності у форматі цифрового розвитку протягом уже кількох років, тому питання цифровізації банківських процесів не стало новим для учасників фінансового ринку в період пандемії, а лише змусило прискорити темпи переходу до обслуговування клієнтів у режимі онлайн та розвитку процесів віддаленого (дистанційного) обслуговування клієнтів.

2.3 Цифровізаційні процеси в сфері публічних фінансів

Інформаційні системи та технології стрімко проникають у сучасну економічну реальність та багато в чому визначають шляхи її трансформації.

Сфера інформаційного забезпечення публічних фінансів не є винятком і динамічно розвивається у вік цифрових технологій. Розробка та впровадження інформаційних систем у сфері публічних фінансів відбувається послідовно відповідно об'єктивних потреб суспільства та держави, а також необхідністю підвищення прозорості сфери публічних фінансів та з різним ступенем інтенсивності охоплювало галузі сфери публічних фінансів (наприклад, одними з найперших областей, у яких цифрові технології були успішно застосовані та активно розвиваються, є бюджетна та податкова сфери).

Так в бюджетній сфері України застосування цифрових технологій спрямовано на збільшення публічності та прозорості бюджетного процесу. Для цього у 2018 році було відкрито вебпортал Open budget, який є офіційним інформаційним джерелом публічних фінансів на державному та місцевому рівнях, який створено у відповідності до провідного міжнародного досвіду у розрізі транспарентності публічних фінансів. Ініціатором відкриття цього вебпорталу виступило Міністерство фінансів України, яке керувалося необхідністю виконання Концепції створення інтегрованої інформаційно-аналітичної системи «Прозорий бюджет» та запиту громадськості [13]. Стартова сторінка цього вебпорталу наведена на рисунку 2.9.

Основною метою даного вебпорталу є поширення інформації в доступній формі для населення та громадських організацій щодо ефективності використання податкових коштів в рамках публічності та прозорості бюджетної політики, що відповідає сучасним принципам транспарентності публічних фінансів.

«Вебпортал створює можливості для прозорого діалогу влади з громадськістю з питань планування та виконання бюджету на державному та місцевому рівнях. Кожен громадянин України може дізнатись про доходи та видатки своєї громади та взяти безпосередню участь у формуванні та затвердженні бюджету [13]».

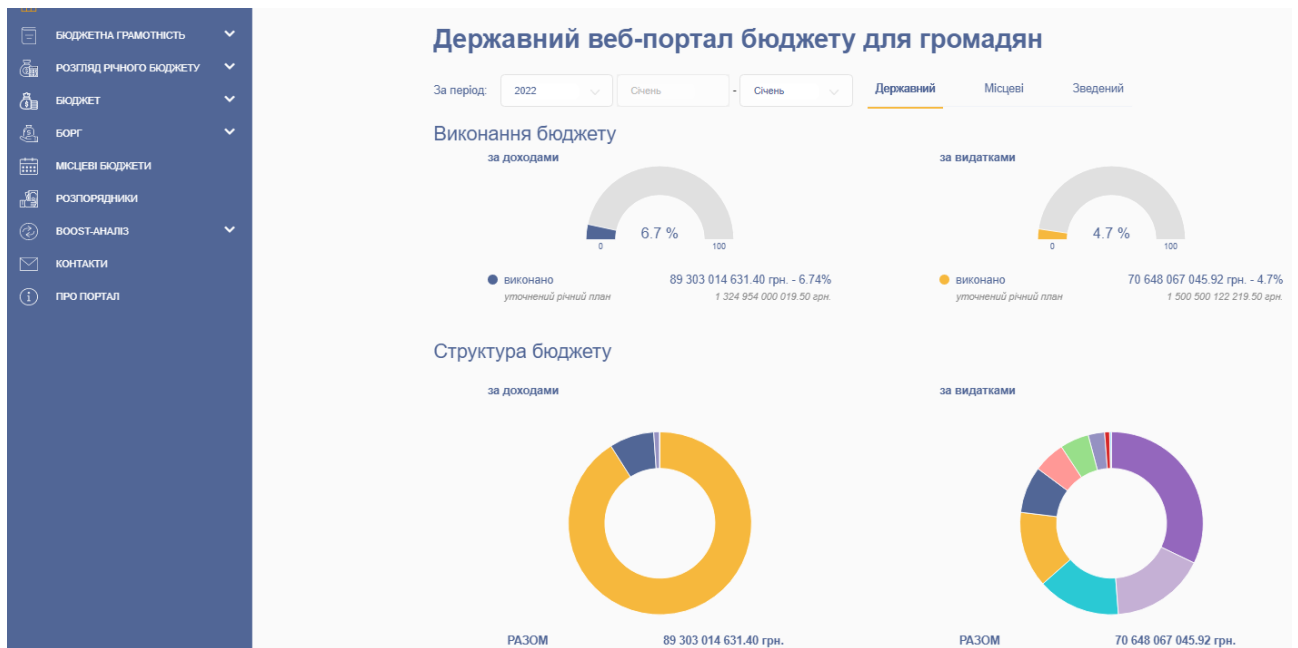


Рисунок 2.9 – Стартова сторінка вебпорталу Open budget [13]

У 2015 році розпочав діяльність ще один офіційний державний вебпортал Spending, на якому висвітлюються дані щодо цільового використання бюджетних коштів «...розпорядниками та одержувачами коштів державного і місцевих бюджетів, суб'єктами господарювання державної і комунальної форм власності, Пенсійним фондом України та фондами загальнообов'язкового державного соціального страхування [15]». Стартова сторінка цього інформаційного ресурсу наведена на рисунку 2.10.

Робота цього вебпорталу сприяє підвищенню транспарентності системи публічних фінансів та бюджетного процесу і дає можливість інформаційного забезпечення інтересів населення та громадських організацій щодо отримання повноцінних даних, а також реалізації контрольної функції фінансів та підвищення відповідальності розпорядників та одержувачів бюджетних коштів на державному та місцевому рівнях [15].

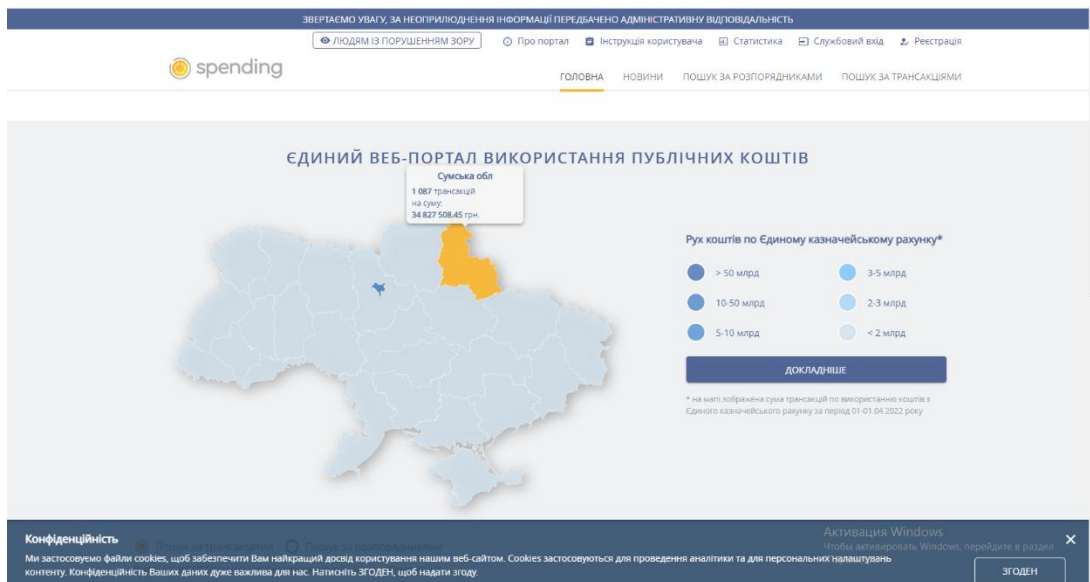


Рисунок 2.10 – Стартова сторінка цього інформаційного ресурсу Spending

Інформаційна система як сукупність інформації, що міститься в базах даних і забезпечує її обробку, інформаційних технологій і технічних засобів, так само як і інформаційні технології як процеси, методи пошуку, збору, зберігання, обробки, надання, поширення інформації та способи здійснення таких процесів і методів, зберігаючи загальні переваги і показники (оперативність (швидкість), сумісність даних, економічність, зручність, прозорість, безперервність, надійність, виключення дублювання), переломлюючись крізь призму публічних фінансів, набувають специфічні відтінки та особливе призначення, обумовлене найважливішою роллю бюджету держави.

В умовах сучасної фінансової системи набувають актуальності питання впровадження цифрових технологій в галузі оподаткування. Реалізація цих технологій спрямована на усунення інформаційних обмежень за допомогою сучасних методів перевірки отриманих результатів роботи підприємств та фізичних осіб, з метою об'єднання інформаційних потоків в різних компонентах податкової системи для повноцінного виявлення можливих порушень в сфері сплати податків. Тобто сучасні фінансові технології на базі цифрових процесів представляють собою вдосконалення технології системи оподаткування.

З 2014 року в Україні ці процеси набувають все ширшого розповсюдження та спрямовуються на вдосконалення системи оподаткування. Одним з найбільш значимих рішень в цьому є створений Електронного кабінету платників податків стартова сторінка якого наведена на рисунку 2.11.

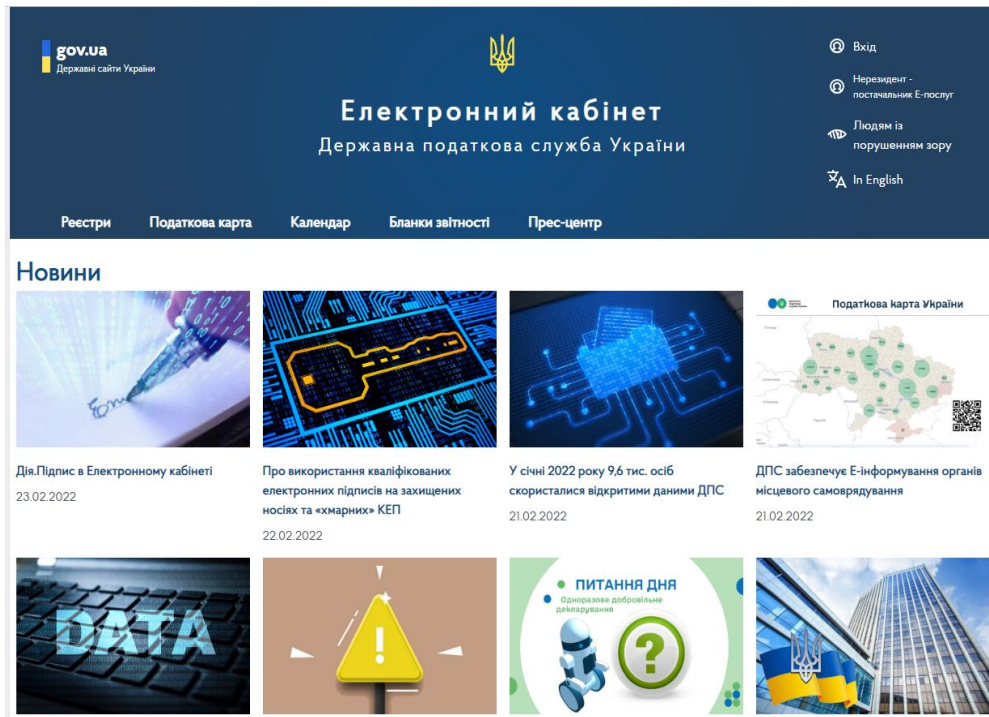


Рисунок 2.11 – Електронний кабінет платника податків

Можливості цього електронного сервісу дозволяють реалізувати такі інструменти для платників податків, як:

- подання через Інтернет податкових декларацій та інших форм звітності;
- інформаційна система сплати податків;
- збір інформації про платників податків.

Таким чином впровадження сучасних фінансових технологій в податковій сфері в більшості стосуються подання та опрацювання податкової звітності що значно поліпшує роботу контролюючих органів та запобігає ухилянню щодо сплати податків [50].

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження можна зробити наступні висновки. Дослідивши інтернет-технології за сутністю, можна сказати що під ними розуміють інформаційні, комунікаційні та інші види технологій та сервісів, завдяки яким здійснюється діяльність в інтернеті. Їхній вплив можна спостерігати за їх функціями: збереження та перенесення інформації, взаємозв'язок з клієнтом цілодобово, полегшення управління логістичного ланцюжку, організація роботи працівників компанії, що збільшує ефективність праці, реклама, а також багато іншого.

Економіка змінюється з класичної на цифрову. Це відбувається завдяки поступовому проникненню інтернету у всі галузі економіки. Загалом виділяють два напрями використання інтернет-технологій в бізнесі, перший - це «інтернет в бізнесі», другий «бізнес в інтернеті». Перший підхід використовується для підтримання інформаційних бізнес-процесів, встановлення можливої конкуренції. Другий підхід використовується для здійснення продажів в інтернеті, що в рази збільшує обороти компанії.

Розвиток компаній в даний час визначається рівнем автоматизації та електронізації процесів. Компанія буде розвиватися на низькому рівні, якщо взагалі відмовиться від даних технологій, або випереджати інших в конкурентній боротьбі, використовуючи технології якомога найбільше.

Рівень впливу інтернет-технологій на бізнес можна простежити на зарубіжному досвіді. Так, у 2019 році 1,92 млрд. осіб придбали товари чи послуги в інтернеті, й у тому ж році у всьому світі обсяг електронного роздрібного продажу перевищив 3,5 трлн. дол. США. Відбувається зростання значень на багатьох економічних показниках. Так, частка електронної торгівлі у загальних глобальних продажах за період 2015-2020 роках зросла з 7,4 % до 16,1 %. Чисельність користувачів цифровим продуктами у світі за період 2015-2020 років зросла з 1,46 млрд. осіб до 2,05.

Якщо розглядати електронну комерцію за регіональним розподілом, до домінуючим являється Азіатсько-Тихоокеанський регіон. Якщо порівнювати

країни, то в топ-3 входить КНР, США та Великобританія. Можна помітити, що країни знаходяться на різних континентах, це дає зрозуміти, що кожна країна являється пануючою в своєму регіоні в аспекті електронного бізнесу.

В Україні також відбувається розвиток бізнесу з використанням інтернет-технологій, але на своєму рівні. Так, покупок в інтернеті за 2020 рік українцями було зроблено на 107 млрд. грн, це на 40 % більше, ніж у 2019 році. Даний темп зростання говорить про великий потенціал в Україні до зростання електронної комерції, який являється одним з найкращих в Європі і сягає 31 %. Проте рівень доступу до мережі інтернет залишає бажати кращого і являється одним з найгірших в Європі, який має значення в 60 %, в порівнянні з іншими європейськими країнами, де ідентичний показник сягає близько 100 %.

В Україні можна помітити як переваги електронного бізнесу так і загрози для суспільства. До переваг можна віднести: доступність до товарів та послуг, національна безпека, позитивний вплив на навколишнє середовище, взаємодія продукції власного виробництва зі світовим ринком, організація самозайнятості. До загроз відносяться: шахрайство, кібератаки, високі процентні ставки при проведенні платежів та недосконалість законодавчого регулювання.

Якщо говорити про перспективи ведення бізнесу в Україні з використанням інтернет-технологій, то підприємцям було б відкрите наступне: світовий ринок, висока ефективність, цілодобова присутність, надання нових послуг використовуючи дані технології. Проте є загрози, які заважають отримати дані переваги, а саме: законодавче регулювання, проблеми на рівні інфраструктури, соціально-психологічний характер.

Проведене дослідження показало, що традиційний ринок фінансових послуг різко змінюється. Його основними напрямками розвитку є: скорочення частки традиційного банківського сектора за рахунок збільшення обсягів діяльності фінансових інституцій, зростання кількості операторів платіжних систем та цифрового банкінгу; виникнення та стрімкий розвиток сервісів для порівняння фінансових продуктів та їх купівлі, сервісів з управління фінансами організацій та приватних осіб, інтернетсервісів у секторі торгівлі та маркетингу, краудфандингу, автоматизація on-line/off-line діяльності фінансових організацій;

розширення інфраструктури валютного ринку за рахунок виникнення інтернет-гаманців та цифрових бірж; розмивання кордонів між окремими секторами ринку; зменшення кількості посередницьких організацій; орієнтація бізнесу на використання екосистеми фінтеху та побудова на цій основі нових бізнес-моделей, посилення контролю з боку Національного банку.

Розвиток ринку пов'язаний із збільшенням обсягів венчурного інвестування у фінтехпроекти. Реалізація даних проектів впливає на роками бізнес-моделі організацій, що сформувалися. Це призводить до необхідності вивчення останніх трансформацій екосистеми фінтеху, а організаціям, які проводять подібні дослідження, дозволяє отримати істотні переваги на ринку за рахунок скорочення витрат на персонал та часу на обробку аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень.

Незважаючи на високий рівень використання сучасних фінансових технологій, говорити про те, що ринок Фінтеху достатньо розвинений поки що рано. У ході дослідження нами було виявлено значний потенціал зростання у таких галузях, як бюджетування та фінансове планування, а також ощадні та інвестиційні послуги. У середньостроковій перспективі очікується, що фінтех-індустрія продовжить розвиватися за рахунок підвищення показників проникнення ринку для вже існуючих послуг, а також їх міжнародного розповсюдження. До факторів, що найбільше впливають на темпи розвитку ринку фінансових технологій в Україні, насамперед доцільно віднести доступ до фінансування, розвиток технологій, державну інфраструктуру та регулювання, попит з боку населення та бізнесу, активність пропозиції фінтехпослуг з боку фінансових компаній та наявність людського капіталу. Проте існує низка проблем, від вирішення яких залежить подальша трансформація вітчизняної фінансової системи, зокрема низький рівень фінансової грамотності населення, жорстке регулювання ринку фінансових технологій з боку НБУ.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. 12 Business Insider Intelligence (2019), Lipsman, E“Global e-commerce 2019” [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>.
2. Digital Markets: FinTech. Statista. Available at: <https://www.statista.com/outlook/dmo/fintech/worldwide#transaction-value>.
3. DIGITAL 2021: GERMANY [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-germany>.
4. DIGITAL 2021: ITALY [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-italy>.
5. Ecommerce in Poland breaks records [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-poland-breaks-records/>.
6. Ecommerce in the Netherlands: €26.6 billion in 2020 [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-the-netherlands-e26-6-billion-in-2020/>.
7. ЕМОТА [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ird.gov.ua/irdp/p20190004.pdf>.
8. European Commission. (2021). The Digital Economy and Society Index (DESI). Retrieved from: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>.
9. German E-Commerce Market Grows in Coronavirus Year 2020 [електронний ресурс] - Режим доступу: <https://tradeandinvestmentpromotion.com/german-e-commerce-market-grows-in-coronavirus-year-2020/>.
10. Global adoption index 2019. *EY FinTech Australia. 2019.* 44 p. URL: https://www.ey.com/en_gl/ey-global-fintech-adoption-index.
11. In global historic first, ecommerce in China will account for more than 50 % of retail sales [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.emarketer.com/content/global-historic-first-ecommerce-china-will-account-more-than-50-of-retail-sales>.

12. Interkassa [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.interkassa.com/>.
13. Open budget. Державний веб-портал бюджету для громадян. URL: <https://openbudget.gov.ua/>
14. Schueffel P. Taming the Beast: A Scientific Definition of FinTech. *Journal of Innovation Management*. 2016.vol. 4. no. 4. pp. 32–34.
15. Spending. Єдиний веб-портал використання публічних коштів URL: <https://spending.gov.ua>.
16. Statista (2020), “B2C e-commerce statistics and market data” [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.statista.com/markets/413/topic/457/b2c>.
17. Statista (2020), Клемент, Дж. “E-commerce worldwide - statistics and facts” [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>.
18. Survey: Greek E-Commerce Turnover Tripled to €15B in 2020 [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-poland-breaks-records/>.
19. Top 10 countries ranked by retail ecommerce sales 2020-2021 billions change [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.emarketer.com/chart/242909/top-10-countries-ranked-by-retail-ecommercesales-2020-2021-billions-change>.
20. UBR (2020), “PayPal remains the world leader in online commerce” [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/paypal-ostaetsia-liderom-mirovoi-onlain-torgovli-455029>.
21. Ukrstats Report (2018) [электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/12/zb_dsp_2018.pdf.
22. US ecommerce grows 44.0 % in 2020 [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.digitalcommerce360.com/article/us-ecommerce-sales/>.

23. Балицька М.В., Бровенко К.С. Фінансові технології як драйвер розвитку фінансових ринків. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 9. С. 59–65. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.9.59](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.9.59).

24. Безпалій Р.В. Фінтех-інновації: передумови становлення та сучасні тенденції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 2. С. 44-49. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.2.44](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.2.44).

25. Види економічної діяльності електронної комерції [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.legalaid.gov.ua/publikatsiyi/elektronna-komertsiya-ta-onlajn-prodazhi/>.

26. Використання пошти в бізнесі [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://fotc.com/ua/blog/gmail-dlya-biznesa-vse-sho-potribno-znati-pered-vprovadzhennyam/>.

27. Гаркавенко В., Грінько І. Вплив цифровізації на трансформацію глобального фінансового ринку. *Економіка та суспільство*. 2021. №33. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-74>.

28. Гончарено А.С. Р2Р як кредитна технологія. *Сучасні гроші, банківські послуги та фінансові інновації в цифровій економіці*: матеріали наук.-практ. інтерн. конф. студ. аспір. і молод. вчених. Київ, 23 березня 2020 р. / [Л.О. Примостка, І.Б. Охрименко, А.В. Нікітін]. – Дніпро: Середняк Т.К., 2020. С.178-183.

29. Д'яконова І., Павленко Л., Криклій О. Сучасний стан та перспективи колаборації банків та FinTech. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. №1 (17). С. 190–199.

30. Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України: стаття – Режим доступу: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018_1_83_102.pdf.

31. Деркач А.О., Корнєєва М.В., Абакуменко О.В. Діджиталізація банківського сектору України. *Фінансові дослідження*. 2016. №1. URL: <https://fr.stu.cn.ua/tmppdf/20.pdf>.

32. Доступність інтернету в Німеччині [електронний ресурс] – Режим доступу:

https://datacommons.org/place/country/DEU?utm_medium=explore&mprop=count&pop=Person&cpv=isInternetUser%2CTrue&hl=ru.

33. Дудинець Л.А. Розвиток фінансових технологій як фактор модернізації фінансової системи. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. С. 794-798.

34. Економіка і організація управління: журнал. С.В. Козловський, Л.Л. Антонюк, К.С. Безгін, В.Я. Брич. Вінниця: ДНУ, 2021. 289 с. Операційне числення: журнал/ О.А. Дороніна та ін. Вінниця: ДНУ, 2007.

35. Електронна комерція [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://allretail.ua/news/76830-60-yevropeyskoji-onlayn-torgivli-pripadaye-na-4-krajini-zahidnoji-yevropi>.

36. Електронна комерція в Україні [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya->.

37. Електронний кабінет платника податків. URL: <https://cabinet.tax.gov.ua/help/index.html>.

38. Закон України «Про публічні закупівлі» №9, ст. 89, 2016.

39. Захаркін О.О., Костель М.В., Захаркіна Л.С. Оцінка впливу рівня інноваційної активності підприємств на їх фінансово-економічні результати. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 8 (170). С. 427–441.

40. Захаркін О.О. Вартісно-орієнтоване управління інноваційною діяльністю підприємств: методологічні засади, світовий та вітчизняний досвід [Текст]: монографія / О.О. Захаркін. - Суми: СумДУ, 2015. - 400 с.

41. Звіт про публічні закупівлі [електронний ресурс] – Режим доступу: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Collegium/2018/13-1_2018/Zvit_13-1_2018.pdf;

42. Інтернет-технології [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/internettehnologiiecom/sucasni-internet-tehnologiie>.

43. Інформаційні системи [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://fosdoc.com/ru/klassifikacija-informacionnyh-sistem>.
44. Калашнікова Т.В., Самохіна С.А. Розвиток ринку фінансових технологій в Україні як фактор сприяння фінансовій інклюзивності. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва*. 2018. № 3. Серія Економічні науки. С. 201–210.
45. Каталог фінтех-компаній України 2020 / Українська асоціація фінтех та інноваційних компаній. 2020. URL: https://drive.google.com/file/d/1YxWMuhyGfxUIS8j7JOFRacM_VU41sw04/view.
46. Кількість інтернет-користувачів [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mind.ua/news/20219912-kilkist-internet-koristuvachiv-u-sviti-dosyagla-48-mlrd>.
47. Ковач М.Й. Роль і місце інтернет-економіки в сучасній економічній системі: стаття/ М. Й. Ковач - 2 с.
48. Криворучко Г. В. Технологія блокчейн та перспективи її застосування в процесі бюджетування, орієнтованого на результат. *Вісник економічної науки України*. 2018. № 2. С. 108-113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2018_2_22.
49. Лакіза В.В. Особливості застосування електронної торгівлі суб'єктами господарювання в умовах міжнародної економічної діяльності: наукове фахове видання – Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2020/55.pdf.
50. Лобода Н.О., Чабанюк О.М., Шевчук Ю.І. ІТ-процесінг у національній обліковій практиці. *Науково-практичний журнал "Економічні студії"*. 2019. Вип. 4 (26). С. 97-100.
51. Мазаракі А., Волосович С. Fintech у системі суспільних трансформацій. *Вісник КНТЕУ*. 2018. №2. С. 5-16.
52. Найкращі інтернет магазини України [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://my-master.net.ua/top-10-luchshikh-internet-magazinov/>
53. Напрями використання інтернет-технологій в бізнесі [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://um.co.ua/2/2-15/2-153104.html>.
54. Онищенко Ю.І. Банківська діяльність в умовах розвитку цифрових технологій. *Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова*. 2018. Т. 23. Вип. 8(73). С. 160-165.

55. Платіжні системи в США [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://crosspay.net/ru/rejting-populyarnyh-platezhnyh-sistem/>.
56. Платіжні системи у Великобританії [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ecommpay.com/ru/products/payment-methods/payment-systems-in-europe/#uk>.
57. Платіжні системи у Франції [електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.fin.do/ru/blog/24_platezhnye-sistemy-vo-francii-vse-chno-vam-nuzhno-znat.
58. Плікус І. Й. Цифрова економіка: ключові тренди в світі та перспективи для України. *Молодий вчений*. 2019. № 12. С. 470-476. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-12-76-101>.
59. Полоус О. Системний аналіз показників цифровізації підприємств України. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 1. Частина 2. С. 118-124.
60. Поченчук Г.М. Фінансові технології: розвиток і регулювання. *Економіка і суспільство*. 2017. №13. – С. 1193-1200
61. Про інтернет-технології [електронний ресурс] – Режим доступу: https://stud.com.ua/57233/filosofiya/internet_informatsiyi_tehnologiyi.
62. Прохорова М.Е. Нові фінансові технології на сучасному фінансовому ринку. *Стратегія розвитку України*. 2018. № 1. С.54-62. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14012>.
63. Роль конференц-дзвінків в бізнесі [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.freeconference.com/uk/blog/category/product-tips/video-conferencing/page/23/>.
64. Структура електронної комерції в Україні [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bakertilly.ua/news/id49804>.
65. Сфери поширення електронної комерції [електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukr.vipreshebник.ru/elcomerc/1458-elektronna-komertsiya-v-informatsijnomu-sektori-ekonomiki.html>.

66. Тарасюк М.В., Кощєєв О.О. Інновації в глобальній цифровій сфері: оцінка трансформацій. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2017. Вип. 131. С. 94–110.

67. Фінансова інклюзія, інновації та безготівкові операції в Україні – пріоритети Стратегії розвитку FinTech 2025. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/finansova-inklyuziya-innovatsiyi-ta-bezgotivkovi-operatsiyi-vukrayini—prioriteti-strategiyi-rozvitku-fintech-2025>

68. Худолій Ю., Свистун Л. Сучасні тенденції fintech та їх вплив на безпеку банківських установ. *Економіка і регіон*. 2021 №3(82). С. 115-123. URL: [https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3\(82\).2375](https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2021.3(82).2375).

69. Шкарлет С.М., Дубина М.В., Жук О.С. Теоретичні аспекти визначення сутності категорії «fintech». *Науковий вісник Полісся*. 2018. №1(17). С. 148–157. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/179902>.

70. Щодо замовників, які здійснюють діяльність в окремих сферах господарювання [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://infobox.prozorro.org/news-mert/shchodo-zamovnikiv-yaki-zdiysnyuyut-diyalnist-v-okremih-sferah-gospodaryuvannya>.