

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ПЕНТЕЛЕЙЧУК МИРОСЛАВ ГЕОРГІЙОВИЧ

УДК [336.71:339.137.2]:[336.77:330.567.221]:330.341(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ НА РИНКУ СПОЖИВЧОГО
КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Подається на здобуття ступеня доктора філософії.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.



М. Г. Пентелейчук

Науковий керівник:
Тарасенко Артем Валерійович,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Національного університету
«Чернігівська політехніка»

Чернігів – 2026

АНОТАЦІЯ

Пентелейчук М. Г. Формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» (07 «Управління та адміністрування»). – Національний університет «Чернігівська політехніка». – Чернігів, 2026.

У дисертації поглиблено теоретико-методичні засади й розроблено прикладні положення формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки.

У першому розділі роботи проведено дослідження сутності ринку споживчого кредитування, обґрунтовано роль банківських установ у його розвитку, конкретизовано зміст, види та особливості формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, проаналізовано та розкрито роль цифровізації у їхньому створенні в сучасних умовах.

Зокрема досліджено сутність категорії «конкурентна перевага банківської установи», яку визначено на основі результатів аналізу змісту дефініції «конкурентоспроможність банківської установи», наукових підходів до її розуміння. Запропоновано розглядати конкурентну перевагу банківської установи як наявність певних ресурсів, технологій, інновацій, системи управління, які в сукупності формують стабільну основу для розвитку такої установи, дозволяють отримувати вище середніх у сфері їхнього функціонування доходи та забезпечують ефективне її функціонування в умовах дисипативності економічного середовища і постійних трансформаційних процесів на ринку фінансових послуг;

Також визначено наукові підходи до розгляду змісту дефініції «ринок споживчого кредитування», серед яких виокремлено такі: системний, просторовий, сегментний, інституціональний, інституційний, ресурсний. Це

дозволило обґрунтувати доцільність використання системного підходу до дослідження окресленого ринку та описати його модель функціонування, конкретизувати основні сегменти (ринки іпотечного кредитування, автокредитування, Pos-кредитування, нецільових споживчих кредитів (ринок карткового кредитування і ринок готівкового кредитування)).

У роботі поглиблено концептуальні положення щодо систематизації конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, які були класифіковані за такими ознаками: за економічним змістом, за рівнем охоплення, за характером, за тривалістю формування, за можливістю адаптації, за тривалістю, за етапом взаємодії з банківською установою, за роллю у розвитку кредитної діяльності банку, за впливом на рівень фінансового ризику, за рівнем інноваційності та за складністю формування. Аналіз зазначених видів конкурентних переваг дозволив обґрунтувати основні їхні типи, серед яких виокремлено наступні: кадрові, маркетингові, фінансові, організаційні, технологічні, репутаційні та цінові.

У другому розділі дисертації проаналізовано сучасний стан розвитку банківського споживчого кредитування в Україні та досліджено основні тренди розвитку ринку споживчого кредитування в умовах макрофінансової нестабільності. Також визначено актуальні тенденції формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування з урахуванням викликів цифрової економіки.

Проведено аналіз впливу макроекономічних показників на розвиток банківського споживчого кредитування в Україні, що реалізовано через використання кореляційно-регресійного аналізу та побудову кубічних однофакторних регресійних моделей впливу таких параметрів: офіційного курсу гривні до долара США, рівня інфляції, рівня середньої заробітної плати, процентних ставок за кредитами, облікової ставки НБУ та індексу фінансового стресу. Також побудовано багатфакторну регресійну модель залежності обсягу банківського споживчого кредитування від окреслених показників. Результати моделювання засвідчили, що найбільший вплив на розвиток такого

кредитування серед усіх макроекономічних показників здійснюють курс гривні щодо долара США та вартість кредитних ресурсів.

На основі PEST- та SWOT-аналізу визначено загрози для функціонування ринку банківського споживчого кредитування в Україні. Встановлено, що нестабільність, яка притаманна функціонуванню фінансової системи, національної економіки, найбільш негативно впливає на розвиток банківської системи загалом, у тому числі і сфери споживчого кредитування.

Також обґрунтовано напрями формування конкурентних переваг банківськими установами на ринку споживчого кредитування в умовах становлення цифрової економіки, використання яких дає змогу забезпечити розвиток споживчого кредитування в Україні, сформувати стабільну основу для надання таких кредитів комерційними банками у довгостроковій перспективі, підвищити рівень їхньої конкурентоспроможності через підтримку інноваційного розвитку та впровадження дієвих і ефективних інформаційних технологій у власну діяльність.

У третьому розділі визначено вектори удосконалення механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації, поглиблено прикладні напрями формування таких конкурентних переваг, використано метод сценарного моделювання для розробки стратегічних положень їх створення з урахуванням можливостей банківської установи та потенціалу використання цифрових технологій.

Відповідно поглиблено наукові підходи до опису механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації, що реалізовано через детальний опис моделі механізму конкурентоспроможності банківської установи, визначення особливостей впливу цифрових технологій на окремі складові системи банківського менеджменту, операційні процеси банку, виокремлення специфічних рис надання послуг споживчого кредитування та принципів окресленого механізму.

Систематизовано та обґрунтовано також прикладні засади формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, що здійснено через аналіз основних напрямків світового розвитку такого ринку, аналізу базових викликів для сучасного розвитку комерційних банків. Це дозволило обґрунтувати модель формування конкурентних переваг банківських установ на окресленому ринку, визначити її складові та особливості побудови в умовах цифрової економіки.

Також розроблено алгоритм формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, в межах якого виокремлено основні етапи визначення таких переваг, а саме: діагностичний, стратегічний, тактичний, оперативний, аналітичний, системної імплементації, моніторингу та контролю, що дало можливість чітко обґрунтувати процес створення конкурентних переваг банків у сфері споживчого кредитування, визначити роль цифрових технологій у здійсненні кожного з окреслених етапів.

З урахуванням отриманих результатів також визначено наукові підходи до обґрунтування різних типів стратегій формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, які на відміну від інших підходів, виокремлено за допомогою використання методології сценарного моделювання, конкретизації його сутності та принципів застосування. Це дозволило визначити наступні типи таких стратегій: технологічна, адаптивна, цифрового розвитку, трансформаційна, що у підсумку дало можливість описати змістовні риси кожної з них та конкретизувати доцільність використання банківськими установами.

Ключові слова: банківська установа, споживче кредитування, цифрова економіка, конкурентна перевага, конкурентоспроможність, ринок фінансових послуг, цифрова технологія, ризики, банківська послуга, кредитна діяльність банку.

ABSTRACT

Penteleichuk M. H. Building competitive advantages for banking institutions in the consumer credit market within the digital economy. – A qualifying academic paper in manuscript form.

Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in the specialisation 072 “Finance, Banking and Insurance” (07 “Management and Administration”). – Chernihiv Polytechnic National University. – Chernihiv, 2026.

In the dissertation, the theoretical and methodological foundations are explored in depth, and practical guidelines are developed for building competitive advantages for banking institutions in the consumer credit market within the digital economy.

Chapter 1 of this study explores the nature of the consumer credit market, justifies the role of banking institutions in its development, specifies the content, types and characteristics of how banking institutions build competitive advantages in the consumer credit market, and analyses and examines the role of digitalisation in creating these advantages in the current environment.

In particular, the study examines the essence of the category “competitive advantage of a banking institution”, which has been defined based on the results of the analysis of the definition of “competitiveness of a banking institution” and academic approaches to its understanding. It is proposed that the competitive advantage of a banking institution be viewed as the presence of certain resources, technologies, innovations, management systems, which together form a stable foundation for the institution’s development, enable it to generate above-average returns within its sector, and ensure its effective operation in the face of an unstable economic environment and constant transformational processes in the financial services market;

The study also identifies academic approaches to analysing the definition of the “consumer credit market”, including the following: systemic, spatial, segmental, institutional, and resource-based. This made it possible to justify the use of a

systematic approach to researching the defined market and to describe its operational model, as well as to identify the main segments (the mortgage lending market, the car loan market, the POS lending market, and the non-specific consumer credit market (comprising the card lending market and the cash loan market)).

This paper provides an in-depth analysis of the conceptual framework for classifying the competitive advantages of banking institutions in the consumer credit market, which have been categorised according to the following criteria: by economic content, by coverage, by nature, by the duration of formation, by adaptability, by duration, by the stage of interaction with the banking institution, by the role in the development of the bank's lending activities, by the impact on the level of financial risk, by innovation level, and by the complexity of formation. The analysis of these types of competitive advantages has made it possible to identify their main categories, which include the following: human resources, marketing, financial, organisational, technological, reputational and pricing.

Section 2 of the dissertation analyses the current state of development of consumer banking in Ukraine and examines the main trends in the consumer credit market against a backdrop of macro-financial instability. The study also identifies current trends in the development of competitive advantages for banking institutions in the consumer lending market, taking into account the challenges of the digital economy.

The influence of macroeconomic indicators on the development of consumer banking in Ukraine has been analysed, utilising correlation and regression analysis and constructing cubic single-factor regression models to assess the impact of the following parameters: the official hryvnia-to-US dollar exchange rate, the inflation rate, the average wage level, interest rates on loans, the NBU discount rate and the financial stress index. In addition, a multivariate regression model was constructed to examine the relationship between the volume of consumer banking loans and the specified indicators. The results of the modelling showed that, of all macroeconomic indicators, the exchange rate of the hryvnia against the US dollar and the cost of credit resources have the greatest impact on the development of this type of lending.

Based on PEST and SWOT analyses, threats to the functioning of the consumer banking market in Ukraine have been identified. It has been established that the instability inherent in the functioning of the financial system and the national economy has the most negative impact on the development of the banking system as a whole, including the consumer-lending sector.

It also substantiates the approaches to building competitive advantages by banking institutions in the consumer lending market amidst the emergence of the digital economy; the implementation of these approaches enables the development of consumer lending in Ukraine, establishes a stable foundation for commercial banks to provide such loans in the long term, and enhance their competitiveness by supporting innovative development and the implementation of effective and efficient information technologies in their operations.

Section 3 identifies areas for improving the mechanism for building competitive advantages for banking institutions in the consumer lending market in the digitalisation era; it explores in depth the practical approaches to building these competitive advantages; and employs scenario modelling to develop strategic guidelines for their creation, taking into account the capabilities of the banking institution and the potential for utilising digital technologies.

Accordingly, the research approaches to describing the mechanism by which banking institutions develop competitive advantages in the consumer credit market in the context of digitalisation have been further refined. This has been achieved through a detailed description of the model of a banking institution's competitiveness mechanism, an analysis of the specific ways in which digital technologies influence individual components of the banking management system and the bank's operational processes, and the identification of the specific features of consumer lending services and the principles of the outlined mechanism.

Systematic and substantiated are also the practical principles for building competitive advantages for banking institutions in the consumer credit market, achieved through an analysis of the main trends in the global development of this market and an examination of the fundamental challenges facing the contemporary

development of commercial banks. This has made it possible to substantiate a model for the development of competitive advantages for banking institutions in the specified market, and to identify its components and the specific features of its structure within the context of the digital economy.

In addition, the algorithm for forming banks' competitive advantages in the consumer lending market within the digital economy has been developed; this outlines the main stages involved in identifying such advantages, namely: diagnostic, strategic, tactical, operational, analytical, system implementation, monitoring and control, which made it possible to clearly substantiate the creation of competitive advantages for banks in the field of consumer lending and to define the role of digital technologies in the implementation of each of the outlined stages.

Taking into account the results obtained, scientific approaches have also been identified for justifying various types of strategies for building banks' competitive advantages in the consumer lending market within the digital economy; unlike other approaches, these have been identified using the scenario modelling methodology, clarifying its essence and principles of application. This made it possible to identify the following types of strategies: technological, adaptive, digital development and transformational, which in turn enabled us to describe the key features of each and specify the appropriateness of their use by banking institutions.

Keywords: banking institution, consumer lending, digital economy, competitive advantage, competitiveness, financial services market, digital technology, risks, banking service, a bank's lending activities.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в іноземних наукових виданнях: SCOPUS

1. Білий М., Кравченко А., Лесун С., Федорів Ю., **Пентелейчук М.**, Акінчиць О. (2026). Формування конкурентних переваг фінансових установ в умовах цифровізації та нестабільності національної економіки. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(66), 123–137. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.66.2026.5024> (1,7 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора*: виокремлено типи конкурентних переваг фінансових установ та конкретизовано вплив диджиталізації на процес надання фінансових послуг та на систему управління фінансовими установами (0,3 ум. друк. арк.).

Статті в наукових фахових виданнях та виданнях, внесених до наукометричних баз даних:

2. Тарасенко А., **Пентелейчук М.**, Белінський Ю. Сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 1(28). С. 387–407. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1\(28\)-387-407](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1(28)-387-407) (2,4 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора*: систематизовано основні підходи науковців до розуміння сутності категорії «споживче кредитування», поглиблено теоретичні положення щодо обґрунтування особливостей формування фінансових відносин в межах ринку споживчого кредитування (0,9 ум. друк. арк.).

3. Садчикова І. В., Колотило Л. Л., **Пентелейчук М. Г.** Забезпечення фінансової безпеки банківських установ в Україні в умовах макроекономічної нестабільності. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 2(29). С. 430–448 (2,2 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора*: поглиблено прикладні засади підвищення рівня фінансової безпеки комерційних банків (0,5 ум. друк. арк.).

4. Тарасенко А., **Пентелейчук М.**, Колотило Л. Теоретичні аспекти трактування сутності споживчого кредитування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 1(41). С. 396–406. DOI:

- [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1\(41\)-396-406](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1(41)-396-406) (1,3 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: розгляд наявних концепцій трактування сутності споживчого кредитування, визначення його ознак, специфічних рис та видів (0,7 ум. друк. арк.).
5. Білий М., **Пентелейчук М.** Конкурентоспроможність банківських установ: сутність та особливості формування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 3(43). С. 326–336. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3\(43\)-326-336](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3(43)-326-336) (1,3 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: конкретизація змісту категорії «конкурентоспроможність банківської установи» та опис її ключових аспектів на мікро-, мезо- та макрорівнях (0,7 ум. друк. арк.).
6. Popelo O., Potseluiko I., **Penteleichuk M.** Teoretyko-metodolohichni polozhennia funktsionuvannia rynku kredytnykh posluh u suchasnykh umovakh. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsii*. 2025. № 3(17). Рр. 543–557. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/578> (1,7 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: обґрунтування особливостей функціонування та розвитку ринку кредитних послуг (0,3 ум. друк. арк.).
7. Пентелейчук М. Г. Роль цифрових технологій у формуванні конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування. *Успіхи і досягнення у науці*. 2025. № 9(19). С. 1058–1068. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/29352/29303> (1,3 ум. друк. арк.).
8. **Пентелейчук В. Г.**, Дубина М. В., Мурашківська В. П. Економіко-математичне моделювання розвитку банківського споживчого кредитування в Україні в умовах фінансової нестабільності. *Успіхи та досягнення в науці*. 2026. № 1(23). С. 1566-1583 <https://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/35548> (2,2 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: визначення однофакторних економетричних моделей впливу макроекономічних показників на обсяг банківського споживчого кредитування (1,2 ум. друк. арк.).

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

9. Садчикова І. В., Колотило Л. Л., **Пентелейчук М. Г.** Теоретичні основи забезпечення фінансової безпеки банківських установ в Україні. *Розвиток фінансів, аудиту, бухгалтерського обліку та оподаткування: реалії часу* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих вчених пам'яті видатного українського вченого-економіста Сергія Ілліча Юрія (м. Кам'янець-Подільський, 11 лютого 2025 р.). Кам'янець-Подільський : Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», 2025. С. 240-242 (0,2 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: поглиблено сутність ознаки фінансової безпеки банківських установ в Україні (0,05 ум. друк. арк.).*

10. Тарасенко А. В., **Пентелейчук М. Г.**, Колотило Л. Л. Сутність споживчого кредитування: форми, функції, особливості. *Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі* : збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених (м. Чернігів, 20 березня 2025 р.). Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2025. С. 184-185 (0,1 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: конкретизація змісту категорії «споживче кредитування», обґрунтування основних функцій споживчого кредиту в межах фінансової системи (0,5 ум. друк. арк.).*

11. Тарасенко А., **Пентелейчук М.**, Крохмалюк Л. Особливості та сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні. *Соціальне підприємництво як інструмент відновлення України* : Форум стейкхолдерів розвитку соціального підприємництва (м. Чернігів, 16 вересня 2024 р.) : тези доповідей. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. С. 171-173. (0,2 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: конкретизовано позитивні та негативні наслідки розвитку споживчого кредитування (0,1 ум. друк. арк.).*

12. Пентелейчук М. Г. Соціогуманітарний аспект розвитку споживчого кредитування в новітній Україні. *Юність науки – 2024* : збірник тез доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 24-26 квітня 2024 р.). Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. С. 657-658 (0,1 ум. друк. арк.).

13. Пентелейчук М. Г. Теоретичні положення розвитку споживчого кредитування в Україні. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін* : збірник наукових праць VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції. (30 жовтня 2025 р., м. Полтава) / Полтавський державний аграрний університет. Полтава : ПДАУ, 2025. Т. 1. С. 544-545 (0,1 ум. друк. арк.).

14. Пентелейчук М. Г. Роль цифрових технологій у розвитку банківського споживчого кредитування. *Стратегія розвитку України : фінансово-економічний та гуманітарний аспекти (в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення)* : матер. XII Міжнар. наук.-практ. конф. : у 2-х ч. Ч. 1. Київ : Інтерсервіс, 2025. С. 354-356 (0,2 ум. друк. арк.).

ЗМІСТ

ВСТУП.....	16
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методичні положення формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування	26
1.1. Сутність ринку споживчого кредитування та роль банківських установ у його розвитку.....	26
1.2. Конкурентні переваги банківських установ: зміст, види та особливості формування на ринку споживчого кредитування.....	49
1.3. Роль цифровізації у формуванні конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування	70
Висновки до розділу 1	88
РОЗДІЛ 2. Дослідження розвитку ринку банківського споживчого кредитування в Україні та ролі цифрових технологій у його трансформації	91
2.1. Сучасний стан розвитку банківського споживчого кредитування в Україні.....	91
2.2. Сучасний розвиток ринку споживчого кредитування в умовах макрофінансової нестабільності	119
2.3. Актуальні тенденції формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової трансформації	136
Висновки до розділу 2	156
РОЗДІЛ 3. Забезпечення конкурентоспроможності банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки	159
3.1. Удосконалення механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації	159

3.2. Прикладні напрями формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування з урахуванням потенціалу цифрових технологій.....	179
3.3. Сценарне моделювання формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації	199
Висновки до розділу 3	232
ВИСНОВКИ	234
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	237
ДОДАТКИ	267

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Ринок споживчого кредитування в Україні є одним з найбільш динамічних сегментів функціонування ринку фінансових послуг. У його межах відбувається рух фінансових ресурсів від банківських і небанківських установ до домогосподарств. Цей ринок відіграє ключову роль у процесах стимулювання економічного розвитку держави, підвищення рівня соціального забезпечення домогосподарств, задоволення їхніх поточних потреб, що в підсумку сприяє підвищенню якості життя населення.

Ринок споживчого кредитування є також тим сегментом, де фінансові установи мають здатність забезпечити формування власних доходів та прибутку, враховуючи нерозвиненість фондового ринку в країні. Це, у свою чергу, підвищує конкуренцію між зазначеними установами за кредитоспроможних та надійних клієнтів. Особливо це відбувається в межах функціонування банківської системи країни і стимулює банківські установи постійно удосконалювати власну діяльність, шукати нові напрями підвищення ефективності для забезпечення конкурентних переваг у сфері надання позик домогосподарствам.

У сучасних умовах цифрові технології надають банківським установам можливість формувати власні конкурентні переваги, розробляти якісніші фінансові продукти, підвищувати рівень доступності фінансових послуг для домогосподарств. Зазначені установи активно долучаються до процесу цифрової трансформації ринку фінансових послуг загалом і найбільш активно використовують потенціал інноваційних технологій саме у сфері споживчого кредитування. У підсумку вже сьогодні це призвело до трансформації процесу кредитування і загалом окремих бізнес-моделей банківських установ. Цифровізація значною мірою вже визначає рівень конкурентоспроможності банків та їхню здатність розробляти якісні фінансові продукти і забезпечувати підвищення власної конкурентоспроможності, ефективності функціонування в сучасних умовах.

Проте питання ролі цифрових технологій у формуванні різних типів конкурентних переваг комерційних банків на ринку споживчого кредитування на сьогодні залишаються недостатньо вивченими, враховуючи значний рівень динамічності цифрової трансформації, формування нових ризиків та процеси макрофінансової нестабільності, які формують нові виклики для діяльності комерційних банків.

Дослідження у сфері функціонування та розвитку ринку споживчого кредитування в сучасних умовах були проведені наступними вченими: Н. Чийпеш, В. Вовк, З. Криховецькою, О. Панченко, А. Жаворонком, О. Попело, В. Петровським, В. Погребняком, І. Садчиковою, І. Охрименко, І. Поцелуйком, О. Базілінською, Т. Васильєвою, О. Гонтою, Н. Демчишаком, А. Семеногом, Д. Рудаковим, Л. Бублик, А. Іващенко, І. Карбівничим, С. Кириленко, Я. Пась.

Особливості формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки досліджувалися А. Тарасенком, М. Дубиною, М. Забаштанським, І. Мурашківською, А. Роговим, М. Кужелєвим, В. Лавренюком, Н. Приказюк, О. Лобком та ін.

Однак, враховуючи напрацювання зазначених науковців щодо розробки та обґрунтування теоретико-прикладних положень функціонування ринку споживчого кредитування та формування в його межах конкурентних переваг банківських установ, на наше переконання, існує потреба в їхньому поглибленні шляхом пізнання особливостей забезпечення конкурентоспроможності комерційних банків на такому ринку з урахуванням потенціалу цифрових технологій, які сьогодні впливають на функціонування всім напрямків роботи цих установ. Це відповідно вимагає проведення нових досліджень у цьому напрямі.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами. Дисертаційна робота виконана в межах планів науково-дослідних робіт Національного університету «Чернігівська політехніка» за такими темами: «Розвиток ринку кредитних послуг в умовах становлення цифрової економіки»

(номер державної реєстрації 0121U113250), в межах якої конкретизовано здобувачем прикладні напрями формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування з урахуванням потенціалу цифрових технологій; «Стратегічні детермінанти розвитку ринку фінансових послуг в умовах цифровізації національної економіки» (номер державної реєстрації 0123U104317), у межах реалізації якої здобувачем обґрунтовано теоретико-методологічні положення функціонування та трансформації механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації; «Теоретико-прикладні положення розвитку ринку кредитних послуг в умовах макроекономічної нестабільності та повоєнного відновлення економіки (номер державної реєстрації 0123U104319), а рамках якої проведено аналіз сучасного стану розвитку банківського споживчого кредитування в Україні та визначені основні тенденції його розвитку.

Метою дисертаційної роботи є узагальнення та поглиблення теоретико-методичних засад і розробка прикладних положень формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки.

Для досягнення цієї мети в роботі поставлено такі *завдання*:

- розглянути сутність ринку споживчого кредитування та обґрунтувати роль банківських установ у його функціонуванні;
- обґрунтувати зміст конкурентних переваг банківських установ та виокремити їх основні види;
- описати роль цифровізації у формуванні конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування;
- провести аналіз сучасного стану розвитку ринку банківського споживчого кредитування в Україні;
- проаналізувати вплив макроекономічних чинників на розвиток банківського споживчого кредитування;

- визначити тенденції формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової трансформації;
- описати механізм забезпечення конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації;
- поглибити прикладні аспекти формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації;
- розробити стратегії формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації.

Об'єктом дослідження є процес формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки.

Методи дослідження. У роботі використано спектр загальних і спеціальних методів пізнання, серед яких доцільно виокремити наступні: *метод контент-аналізу* – для обґрунтування сутності категорії «ринок споживчого кредитування», поглиблення змісту дефініції «конкурентна перевага банківської установи»; *системний підхід* – для конкретизації сутності ринку споживчого кредитування, виокремлення основних його сегментів; *метод класифікації* – для групування основних типів конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування за сукупністю окремих ознак; *методи абстрагування та узагальнення* – для обґрунтування сутності цифровізації, її специфічних рис та наслідків для функціонування сфери фінансових послуг; *статистичні методи* – для дослідження сучасного розвитку банківського споживчого кредитування в Україні, визначення трендів функціонування ринку споживчого кредитування в умовах макрофінансової нестабільності; *економетричні методи та методи системної динаміки* – для моделювання впливу макроекономічних показників на розвиток банківського споживчого кредитування на основі побудови кубічних однофакторних економетричних

моделей; *PEST- та SWOT-аналіз* – для визначення сучасних тенденцій, сильних, слабких сторін функціонування ринку споживчого кредитування в Україні, обґрунтування можливостей та загроз його подальшого розвитку; *методи індукції, дедукції* – для поглиблення прикладних положень функціонування та трансформації механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації, виокремлення цифрових технологій у кредитній діяльності зазначених установ; *сценарний підхід* – для обґрунтування можливих напрямків формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації; *матричний метод* – для визначення конкурентних позицій банківських установ на ринку споживчого кредитування залежно від рівня її цифрового розвитку та наявних конкурентних переваг; *індексний аналіз* – для конкретизації способу обчислення індексу цифрової трансформації банківської установи, інтегральної оцінки її конкурентних переваг на ринку споживчого кредитування; *методи стратегічного планування* – з метою обґрунтування основних стратегій формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування з урахуванням рівня їхньої цифровізації; ***графоаналітичний та табличний методи*** – для узагальнення статистично-аналітичної інформації та наочного представлення отриманих у процесі дослідження результатів.

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі акти України, нормативно-правові документи, які стосуються функціонування ринку споживчого кредитування, банківських установ в Україні, наукові праці вчених, у яких досліджуються питання формування конкурентних переваг комерційних банків в сучасних умовах, статистична інформація Державної служби статистики України, Національного банку України, інформаційні ресурси мережі інтернет, особисті спостереження та розрахунки автора.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у поглибленні теоретико-методичних засад та розробці науково-практичних рекомендацій щодо формування конкурентних переваг банківських установ на ринку

споживчого кредитування в умовах цифрової економіки. Найбільш суттєві результати, які характеризують наукову новизну роботи, полягають у такому:

удосконалено:

- наукові підходи до обґрунтування різних типів стратегій формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, які, на відміну від інших підходів, були виокремлені за допомогою використання матричного підходу до визначення конкурентних позицій банку на основі аналізу індексу його цифрового розвитку та рівня наявних конкурентних переваг, методології сценарного моделювання. Це дозволило визначити такі типи таких стратегій: технологічна, адаптивна, цифрового розвитку, трансформаційна, що у підсумку дало можливість конкретизувати доцільність їхнього використання банківськими установами з урахуванням стану цифрової трансформації та позицій на зазначеному ринку;

- концептуальні положення до систематизації конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, які, на відміну від подібних підходів, були класифіковані за такими ознаками: за економічним змістом, за рівнем охоплення, за характером, за тривалістю формування, за можливістю адаптації, за тривалістю, за етапом взаємодії з банківською установою, за роллю у розвитку кредитної діяльності банку, за впливом на рівень фінансового ризику, за рівнем інноваційності та за складністю формування. Детальний аналіз зазначених видів конкурентних переваг дозволив обґрунтувати основні їхні типи, серед яких виокремлено наступні: кадрові, маркетингові, фінансові, організаційні, технологічні, репутаційні та цінові, що у подальшому дало можливість запропонувати прикладні напрямки формування таких переваг з урахуванням викликів цифровізації

- алгоритм формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, в межах якого виокремлено основні етапи визначення таких переваг, а саме: діагностичний, стратегічний, тактичний, оперативний, аналітичний, системної імплементації,

моніторингу та контролю, що дало можливість чітко обґрунтувати процес створення конкурентних переваг банків у сфері споживчого кредитування, визначити роль цифрових технологій у здійсненні кожного з окреслених етапів;

– прикладні засади формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, що здійснено через аналіз основних напрямків світового розвитку такого ринку, аналізу базових викликів сучасного розвитку комерційних банків. Це дозволило обґрунтувати модель формування конкурентних переваг банківських установ на окресленому ринку, визначити її складові та особливості побудови в умовах цифрової економіки та фінансової нестабільності;

набули подальшого розвитку:

– поглиблення понятійно-категоріального апарату економічної науки через обґрунтування сутності категорії «конкурентна перевага банківської установи», яку визначено на основі результатів аналізу змісту дефініції «конкурентоспроможність банківської установи», наукових підходів до її розуміння. Запропоновано розглядати конкурентну перевагу банківської установи як наявність певних ресурсів, технологій, інновацій, системи управління, які в сукупності формують стабільну основу для розвитку такої установи, дозволяють отримувати вище середніх у сфері їхнього функціонування доходи та забезпечують ефективне її функціонування в умовах дисипативності економічного середовища і постійних трансформаційних процесів на ринку фінансових послуг;

– обґрунтування сутності категорії «ринок споживчого кредитування», що реалізовано через аналіз підходів до розгляду її змісту, серед яких виокремлено такі: системний, просторовий, сегментний, інституціональний, інституційний, ресурсний, що дало можливість обґрунтувати доцільність використання системного підходу до дослідження окресленого ринку та описати його модель функціонування, конкретизувати основні сегменти такого ринку (ринки іпотечного кредитування, автокредитування, Pos-кредитування, нецільових споживчих кредитів (ринок карткового кредитування і ринок готівкового кредитування));

– наукові підходи до опису механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації, що реалізовано через детальний опис моделі механізму конкурентоспроможності банківської установи, визначення особливостей впливу цифрових технологій на окремі складові системи банківського менеджменту, операційні процеси банку, виокремлення специфічних рис надання послуг споживчого кредитування та принципів окресленого механізму (інклюзії, аналітичності, омнікальності, екосистемності, клієнтоцентричності, прозорості, персоналізації, ризик-орієнтованості, технологічної інноваційності, алгоритмізації та раціональності). Це дало можливість виокремити основні ризики цифровізації банківських установ у сфері надання споживчих кредитів, серед яких виокремлено такі: інформаційні, технологічні, економічні, кредитні, інституційні та репутаційні;

– використання економетричного підходу до моделювання впливу макроекономічних показників на розвиток банківського споживчого кредитування, що реалізовано через побудову кубічних однофакторних економетричних моделей впливу наступних чинників: офіційний курс національної валюти до долара США, рівень інфляції, рівень середньої заробітної плати, значення процентних ставок за кредитами домогосподарств, облікова ставка НБУ, індекс фінансового стресу. Це дало можливість обґрунтувати наслідки впливу макроекономічних показників на стабільний розвиток зазначеного ринку, поглибити розуміння передумов, причин та специфічних рис його трансформації.

Практичне значення отриманих результатів полягає в доведенні основних положень, викладених у дисертації, до рівня методичних розробок та практичних рекомендацій щодо забезпечення розвитку банківських установ на ринку споживчого кредитування. Результати дисертаційної роботи використовуються у діяльності: АТ Райффайзен Банк Перше міське відділення (м. Чернігів): враховано сформульовані здобувачем рекомендації щодо удосконалення системи управління процесами споживчого кредитування в

умовах цифровізації банківської діяльності; пропозиції щодо використання цифрових технологій для підвищення якості кредитного обслуговування клієнтів; рекомендації щодо підвищення ефективності взаємодії з клієнтами через цифрові канали обслуговування (№ 3 від 01.05.2026); АТ «А-Банк»: рекомендації щодо підвищення рівня цифровізації процесів кредитного обслуговування клієнтів; рекомендації щодо покращення якості банківських продуктів і послуг в умовах розвитку цифрової економіки (№ M5A5-RF58-DFH5-0135 від 30.04.2025); Національного університету «Чернігівська політехніка»: використано у навчальному процесі кафедри фінансів, банківської справи та страхування при розробці методичних матеріалів, а також під час проведення лекційних та практичних занять з таких освітніх компонентів: «Банківська система», «Банківські операції», «Кредитний менеджмент» (№ 202/08-839 від 12.05.2026).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійним завершеним дослідженням, в якому розкрито авторський підхід до узагальнення та поглиблення теоретико-методичних засад формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування та розробки прикладних положень їх використання в умовах цифрової економіки. Наукові результати, розробки, висновки та рекомендації, які викладені в роботі і виносяться на захист, одержані автором особисто. Авторський внесок у працях, опублікованих у співавторстві, конкретизовано у списку публікацій.

Апробація результатів дослідження. Основні результати досліджень, а також висновки та пропозиції доповідались й обговорювались на науково-практичних конференціях, серед яких: IV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція студентів, аспірантів та молодих вчених пам'яті видатного українського вченого-економіста Сергія Ілліча Юрія «Розвиток фінансів, аудиту, бухгалтерського обліку та оподаткування: реалії часу» (м. Кам'янець-Подільський, 11 лютого 2025 р.); IV Міжнародна науково-практична конференція молодих учених «Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі» (м. Чернігів, 20 березня 2025 р.); XIV Міжнародна

науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих вчених «Юність науки – 2024» (м. Чернігів, 24-26 квітня 2024 р.); Форум стейкхолдерів розвитку соціального підприємництва «Соціальне підприємництво як інструмент відновлення України» (м. Чернігів, 16 вересня 2024 р.); VIII Всеукраїнська науково-практична конференція «Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін» (30 жовтня 2025 р., м. Полтава); XII Міжнародна науково-практична конференція «Стратегія розвитку України : фінансово-економічний та гуманітарний аспекти (в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення» (Київ, 2025).

Публікації. Основні результати дисертаційної роботи опубліковано у 14 наукових працях, з них: 1 стаття в іноземному науковому виданні (Scopus); 7 статей у наукових фахових виданнях України, що входять до міжнародних наукометричних баз даних; 6 праць апробаційного характеру. Загальний обсяг публікацій – 15 друк. арк.; особисто автору належить – 6,95 друк. арк.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, 2 додатки. Загальний обсяг дисертації становить 273 сторінки. У тексті дисертації розміщено 28 таблиць, 31 рисунок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ НА РИНКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ

1.1. Сутність ринку споживчого кредитування та роль банківських установ у його розвитку

Розвиток споживчого кредитування є важливою складовою забезпечення активного функціонування ринку фінансових послуг загалом. Надання позик населенню є однією з найбільш поширених фінансових послуг серед банківських та небанківських фінансових установ. Виконуючи не лише економічну, але й соціальну функцію, споживче кредитування завжди перебуває в центрі уваги державних інституцій, які впроваджують власні стратегії щодо стимулювання цього виду кредитування, або навпаки зниженню темпів його розвитку, враховуючи сформований у країні макроекономічний ландшафт.

В Україні провідну роль у розвитку споживчого кредитування відіграють банківські установи, які є лідерами у кредитуванні національної економіки й усіх суб'єктів господарювання. Фактично всі банки сьогодні надають різні види позик домогосподарствам, намагаючись задовольнити їхній попит у таких позиках. Окреслене також сприяло формуванню високого рівня конкуренції між банками на ринку споживчого кредитування, що загалом позитивно впливає на нього.

Проте сьогодні внаслідок війни, макроекономічної нестабільності розвиток банківського споживчого кредитування зіштовхується із новими викликами: зменшення кількості клієнтів комерційних банків, погіршенням їхньої платоспроможності, значними втратами цих установ унаслідок окупації частини країни. Усе окреслене формує нову економічну реальність, у якій

сьогодні намагаються функціонувати банки та їхні клієнти, адаптуючись до нових умов. Важливу при цьому роль у їх створенні відіграють державні інституції, які намагаються впроваджувати дієві моделі грошово-кредитної політики, які б стимулювали реальний сектор економіки та дозволяли забезпечити доступність фінансових ресурсів для економічних суб'єктів. При цьому такі моделі розробляються на основі значної кількості макроекономічних показників, експертних думок і досвіду самих регуляторів.

Незважаючи на численні напрацювання науковців у частині вивчення тенденцій розвитку споживчого кредитування, аналізу макроекономічного середовища, у якому здійснюють свою діяльність банківські установи та небанківські кредитні установи, питання подальшого дослідження особливостей розвитку такого виду кредитування залишаються актуальними, особливо враховуючи постійну мінливість економічного простору та інших умов, в яких функціонують комерційні банки. При цьому, що є важливим, для функціонування самих комерційних банків, споживче кредитування є однією з найбільш рентабельних фінансових послуг, хоча і високоризикованою. Відповідно ця особливість значним чином впливає на функціонування всього ринку споживчого кредитування, динаміку його розвитку, відновлення після кризових подій у функціонуванні фінансової системи країни. Саме тому для розуміння теоретичних положень функціонування комерційних банків на цьому ринку здійснимо дослідження його сутності, функцій та визначимо базові особливості такого ринку. Аналіз розпочнемо з вивчення змісту категорії «споживчий кредит».

Споживче кредитування є важливим інструментом розвитку економіки та задоволення потреб населення. Споживчий кредит дозволяє громадянам купувати товари та послуги, які вони не можуть собі дозволити власним коштом, сприяючи зростанню споживчого попиту та економічної активності. У сучасних умовах розвитку фінансово-кредитних відносин споживче кредитування набуває особливої актуальності, оскільки є важливим фактором розвитку роздрібної торгівлі, сфери послуг та інших галузей економіки. Крім того, споживче кредитування відіграє важливу роль у підвищенні рівня життя населення, забезпечуючи доступ до якісних товарів і послуг.

Споживче кредитування є однією з важливих стратегічних сфер економічної безпеки держави. Основною метою споживчого кредитування є зростання обсягів продажу продукції представленої в ритейл-точках, що безпосередньо сприяє зростанню показника ВВП. Показники продажу споживчих кредитів становлять 60-68 % у загальній структурі доходів банківських установ. Здебільшого споживче кредитування охоплює сферу обслуговування фізичних осіб, а отже, і кожна кредитна установа прагне створити власний кредитний продукт у цій ніші, що перевершить кредитні умови конкурентів, враховуючи параметри споживчого кредитування по ринку загалом. Проте реалізація нового споживчого кредиту для кредитної установи завжди супроводжується певними ризиками, деякі з них дуже важко описати математично в діючу скорингову модель

Історія споживчого кредитування сягає корінням у далеке минуле, проте саме в XX ст. воно набуло масового характеру завдяки розвитку банківської системи та маркетингових інструментів. У сучасних реаліях споживче кредитування стало одним із найдинамічніших сегментів фінансового ринку. Кредит як економічна категорія з історичного погляду розглядалася представниками різних економічних шкіл та концепцій по-різному. Кожна з них пропонувала своє бачення сутності кредиту, його функцій та впливу на економіку. Розглянемо основні з них (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Наукові підходи до розуміння сутності та функцій споживчого кредиту

№ п/п	Теорії кредиту	Представники	Характерні риси
1	2	3	4
1	<i>Класична теорія кредиту</i>	Адам Сміт, Давид Рікардо	<ul style="list-style-type: none"> – об'єктом кредиту є натуральні негрошові речові блага; – кредит являє собою лише засіб перерозподілу матеріальних цінностей; – існування банківських установ не є обов'язковим; – кредит не створює нової вартості;

Продовження таблиці 1.1

1	2	3	4
			<ul style="list-style-type: none"> – матеріальне виробництво є первинним для розвитку економіки; – обсяг кредитів залежить від обсягів заощаджень; – розвиток кредитних відносин повністю залежить від розвитку виробництва;
2	<i>Капітало-творча теорія кредиту</i>	Джон Ло, Йозеф Шумпетер	<ul style="list-style-type: none"> – банки відіграють важливу роль у розвитку економіки; – доступність кредиту є важливим чинником економічної активності; – банки створюють новий капітал; – кредит може приносити дохід, а відповідно і примножувати багатство; – кредит важливіший за виробництво; – обсяги кредитування можуть бути безмежними для національної економіки; – кредит дозволяє швидше створювати та впроваджувати інновації;
3	<i>Кейнсіанська теорія кредиту</i>	Джон Кейнс	<ul style="list-style-type: none"> – кредит є інструментом для здійснення макрорегулювання; – держава повинна відігравати ключову роль у регулюванні кредитних відносин; – необхідність використання спектру відповідних інструментів для державного регулювання; – важливим показником макроекономічного розвитку є низький рівень безробіття в країні;
4	<i>Монетарна теорія кредиту</i>	Ірвінг Фішер, Мілтон Фрідман	<ul style="list-style-type: none"> – кредит пов'язаний з обсягом грошової маси; – кредит пов'язаний з рівнем інфляції в країні; – банки мають змогу примножувати обсяги кредитних коштів; – центральний банк відіграє ключову роль у стабілізації фінансової системи; – обсяги кредитних ресурсів в національній економіці підлягають регулюванню;
5	<i>Інституційна теорія кредиту</i>	Торстейн Веблен, Дуглас Норт	<ul style="list-style-type: none"> – кредитні відносини розвиваються в сприятливому регуляторному середовищі; – важливу роль відіграють формальні, неформальні правила; – довіра є основою для розвитку кредитних відносин;

Закінчення таблиці 1.1

1	2	3	4
			<ul style="list-style-type: none"> – кредитні установи є основними інститутами, які впливають на економічний розвиток; – розвиток кредитних відносин залежить не лише від економічних чинників;
6	<i>Поведінкова теорія кредиту</i>	Деніел Канеман, Річард Талер	<ul style="list-style-type: none"> – поведінка позичальників як правило є ірраціональною; – важливо правильно оцінювати кредитний ризик; – у кредитуванні важливу роль відіграють психологічні чинники; – рішення про отримання кредиту можуть прийматися спонтанно, імпульсивно.

Джерело: складено автором на основі [72; 35; 93; 176].

Загалом у науковій літературі сьогодні існує значна кількість наукових підходів до розуміння сутності споживчого кредиту. Дослідження цього поняття відбувається не лише у межах економічного напрямку, але і в інших науках, враховуючи суспільну природу цього виду кредиту. Виокремимо окремі з таких підходів:

1) економічний підхід – розгляд споживчого кредиту як одного з виду позик, які надаються кредиторами позичальникам і мають цільовий характер. З економічного погляду кредит являється господарськими відносинами, які виникають між суб'єктами, в результаті чого відбувається задоволення потреб споживачів і відповідно формування попиту і пропозиції на фінансові ресурси;

2) фінансовий підхід – споживчий кредит розглядається як фінансовий інструмент, за допомогою якого відбувається задоволення фінансових потреб домогосподарств і формування доходів кредитних установ. У межах цього підходу увагу в першу чергу приділяють питанням визначення процентних ставок, вибору термінів кредитування, валюти кредитування, конкретизації вимог до позичальників, оцінці їхньої кредитоспроможності;

3) поведінковий підхід – використовується для опису особливостей взаємодії між різними суб'єктами у процесі отримання споживчих кредитів, формування моделей кредитної поведінки кредиторів, позичальників, дослідження чинників, які впливають на формування таких моделей;

4) правовий підхід – розгляд споживчого кредитування як системи правових взаємовідносин, які виникають між економічними суб'єктами, у результаті чого формуються зобов'язання в одних суб'єктів повернути кошти кредиторам, які у свою чергу також зобов'язуються такі кошти надати вчасно і на тих вимогах, які визначені в кредитному договорі;

5) психологічний підхід – дослідження механізму прийняття рішень домогосподарствами у частині управління власними фінансовими ресурсами, залучення кредитних коштів, що відбувається в результаті впливу психологічних, соціальних, когнітивних та інших чинників. У межах цього підходу увага приділяється аналізу відношення домогосподарств до кредиту як суспільному явищу, аналізуються їхні погляди на використання або відмову у використанні кредитних ресурсів;

6) соціологічний підхід – споживчий кредит розглядається як окремо існуючий у соціумі інститут, який розвиваються, формуються у результаті взаємодії між фінансовими установами та домогосподарствами, які є невід'ємними компонентами розвитку суспільства. Споживчий кредит відображає в тому числі і соціальні відносини, які характеризуються нерівністю, впливає на можливості окремих груп споживачів підвищувати власні умови життєдіяльності, відігравати більш помітну та важливу соціальну роль;

7) політологічний підхід – розгляд споживчого кредиту як об'єкту державної політики, а саме впливу органів державної влади на процеси надання таких позик домогосподарством з метою зниження соціальної напруги в суспільстві, підвищення рівня якості життя, а отже, і політичної лояльності. Кредитна система є тією системою, у межах якої можна сприяти підтримці економічної стабільності, достатньому рівню фінансового

забезпечення ресурсами домогосподарств, які є суб'єктами політичної системи, мають право голосувати та обирати безпосередньо органи державної влади та місцевого самоврядування.

8) інформаційний підхід – розгляд споживчого кредитування як сфери створення, обробки, обігу, збереження фінансової інформації про кредиторів, споживачів, що відбуваються в процесі їхньої взаємодії. Цей підхід в першу чергу полягає у дослідженні, яким чином відбувається процес інформаційного забезпечення функціонування зазначеного ринку, у тому числі доступ до інформації, етичність її використання, збереження, подальше використання саме кредитними установами у майбутній співпраці з клієнтами [48; 69].

У науковій літературі існує безліч визначень споживчого кредитування, які різняться за своїм змістом та обсягом. У нормативно-правових актах також містяться визначення споживчого кредитування, які, як правило, є більш конкретними та детальними, ніж у науковій літературі. Наприклад, у Законі України «Про споживче кредитування» споживчий кредит визначається як: кошти, що надаються кредитором (банком або іншою фінансовою установою) споживачеві на придбання продукції [158; 1996].

Деякі автори акцентують увагу на цільовому призначенні споживчого кредиту, визначаючи його як кредит, що надається фізичним особам для придбання товарів та послуг особистого, сімейного або домашнього споживання. Інші дослідники наголошують на суб'єктному складі кредитування, зазначаючи, що споживчий кредит – це кредит, що надається банками або іншими фінансовими установами фізичним особам [32]. У деяких визначеннях споживчого кредитування підкреслюється його строковий характер та платність. Так, споживчий кредит може визначатися як кредит, що надається на певний строк та передбачає сплату відсотків за користування кредитними коштами [23].

Розглянемо детальніше трактування змісту категорії «споживчий кредит». У табл. 1.2 представлено окремі наукові підходи до його розуміння.

*Наукові підходи до розуміння сутності
поняття «споживче кредитування»*

Автор	Тлумачення терміна
1	2
І. О. Доценко [51]	це кредит, який надається фізичним особам на придбання споживчих товарів і послуг і виникає з приводу фінансування потреб кінцевого споживання
Н. Блащук-Дев'яткіна, В. Беднарчук, А. Млінцова [16]	це кошти, які надаються кредитором (банком або іншою фінансовою установою) споживачеві на придбання продукції
В. Я. Погребняк [148]	це фінансова послуга, яка дозволяє фізичним особам отримати грошові кошти на придбання товарів чи послуг для особистих потреб, не пов'язаних з підприємницькою діяльністю
Н. О. Кучер [107]	це договір, за яким кредитор (банк) надає позичальнику (споживачу) грошові кошти, а позичальник зобов'язується повернути суму кредиту з процентами протягом певного строку
А. М. Прилуцький, Л. В. Пахалюк [155]	це вид фінансової послуги, за якої кредитор (банк або інша фінансова установа) надає фізичній особі (споживачеві) грошові кошти на особисті, сімейні або інші потреби, не пов'язані з підприємницькою діяльністю
С. В. Мороз, В. О. Мейш [123]	це грошові кошти, що надаються споживачеві на придбання товарів (робіт, послуг) для задоволення особистих потреб, не пов'язаних з підприємницькою, незалежною професійною діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника
О. Д. Вовчак, О. І. Антонюк [30]	це кредит, який надається фізичним особам для задоволення їх особистих потреб, таких як придбання товарів тривалого користування, ремонт житла, оплата навчання, медичні послуги, тощо
Закон України «Про споживче кредитування» [158]	це кредит, що видається фінансово-кредитною установою на придбання товарів та послуг для невиробничих та некомерційних потреб споживача.
Закон України «Про банки і банківську діяльність» [156]	це різновид кредиту, що надається споживачу, виключно фізичній особі, для придбання товарів на особисті потреби, не пов'язаних з підприємницькою діяльністю та виконанням службових обов'язків працівниками органів державної влади.
А. Т. Ковальчук [86]	це кредит, що надається в національній валюті виключно фізичним особам-резидентам України на придбання товарів та послуг тривалого користування.

М. І. Савлук [170]	це кредит, що надається як юридичним, так і фізичним особам на товари й послуги побутового значення. Надається банками або небанківськими кредитними установами.
В. І. Міщенко [120]	це продаж споживчих товарів з відстрочкою оплати на обумовлений кредитним договором термін роздрібними точками через банк.

Джерело: систематизовано автором.

З огляду на трактування, наведені в табл. 1.2, та аналізуючи представлені, можна виділити такі характерні ознаки та ключові характеристики цього виду кредиту. Ознаками для споживчого кредиту є наступні:

- споживчий кредит надається фізичним особам;
- споживчий кредит спрямований на задоволення особистих, сімейних або домашніх потреб споживача, не пов'язаних з підприємницькою діяльністю;
- споживчий кредит може надаватися у різних формах, таких як кредит на товари (роботи, послуги), кредитна картка, споживчий кредит готівкою;
- споживчий кредит, як правило, повертається частинами протягом певного періоду часу;
- отримати споживчий кредит зазвичай простіше, ніж інші види кредитів (наприклад, іпотечний);
- банки пропонують різноманітні умови кредитування: терміни, суми, відсоткові ставки, способи погашення;
- позичальник має право погасити кредит достроково, сплативши певні штрафи або комісії;
- при несвоєчасній оплаті кредиту можуть виникнути штрафи, пені, а також проблеми з кредитною історією [1; 57; 50; 67; 97; 165; 199].

Ключовими принципами споживчого кредитування є такі:

- *поворотність*: кредит необхідно повернути кредитору в обумовлені терміни, зазвичай із нарахованими відсотками;

- *платність*: позичальник сплачує не лише суму самого кредиту, а і проценти за його використання;
- *терміновість*: кредит надається на певний строк, після закінчення якого він має бути повністю погашений;
- *цільовий або нецільовий характер*: цільовий кредит: видається на придбання конкретного товару чи послуги (наприклад, автомобіль, ремонт житла); нецільовий кредит: може бути використаний на будь-які потреби позичальника;
- *забезпеченість або незабезпеченість*: забезпечений кредит: видається під заставу майна позичальника (наприклад, нерухомості, автомобіля); незабезпечений кредит: надається виключно на основі довіри до позичальника та його платоспроможності.

Наведені в табл. 1.2 визначення поняття споживчого кредиту є досить різноманітними й охоплюють широке трактування, як з погляду типу кредиту, так і з погляду надавача кредитних послуг, посередника та умов, що визначені кредитним договором. На основі викладених тлумачень можна запропонувати такий підхід до розуміння сутності цього поняття: *споживчий кредит* – один із різновидів кредитних програм, що включає в себе кредитування потреб споживачів, фізичних осіб при купівлі ними товарів та послуг у відповідних точках продажу на умовах мінімальної процентної ставки й максимального періоду його погашення із достроковим терміном закриття. З іншого боку більш ґрунтовним є таке трактування: *споживчий кредит* – це фінансові відносини, що виникають між кредитором і позичальником з приводу надання першому грошових коштів або інших матеріальних цінностей для задоволення особистих, сімейних, домашніх та інших подібних потреб, не пов'язаних зі здійсненням підприємницької діяльності.

Різнманітність потреб споживачів та умов кредитування привели еволюційно до виникнення великої кількості різних видів споживчих кредитів. Розглянемо окремі із них та їхню сутність. Зазначимо, що у науковій літературі прийнято використовувати різні підходи для розгляду класифікації споживчих позик [155; 5, с. 88-89; 208, с. 138-139; 189, с. 38; 22, с. 44-47].

У таблиці 1.3 представлено результати систематизації та класифікації різних видів споживчих кредитів.

Таблиця 1.3

Класифікація споживчого кредиту

№ з\п	Класифікаційна ознака	Вид споживчого кредиту	Характеристика
1	2	3	4
1	За цільовим призначенням	Цільові кредити	надаються на придбання конкретних товарів або послуг. Наприклад, автокредит, іпотека, кредит на навчання
		Нецільові кредити	можуть бути використанні на будь-які потреби позичальника
2	За способом отримання	Готівкові кредити	кошти перераховуються на банківську картку або видаються готівкою
		Кредити на товари та послуги	кошти перераховуються безпосередньо продавцю товару або послуги
3	За терміном кредитування	Короткострокові кредити	термін повернення до 1 року
		Середньострокові кредити	термін повернення від 1 до 5 років
		Довгострокові кредити	термін повернення понад 5 років
4	За видом забезпечення	Незабезпечені кредити	надаються без додаткового забезпечення
		Забезпечені кредити	для отримання такого кредиту необхідно надати майно в заставу
5	За способом погашення	Аннуїтетні платежі	щомісячні платежі однакової суми, яка включає як відсотки, так і частину основного боргу.
		Диференційовані платежі	щомісячні платежі зменшуються з кожним наступним платежем, оскільки зменшується сума боргу.
6	За видом кредитора	Банківські кредити	надаються банківськими установами
		Кредити від небанківських фінансових установ	надаються мікрофінансовими організаціями, ломбардами, кредитними спілками тощо. Сьогодні активно розвиваються онлайн-платформи споживчого кредитування (p2p кредитування)

Закінчення таблиці 1.3

1	2	3	4
7	За об'єктом кредитування	На купівлю товарів	класична позика з метою купівлі певного матеріального блага для подальшого його використання
		На оплату послуг	прикладом такої послуги може бути кредит на освіту
8	За типом валюти	Позики в національній валюті	найчастіше використовуються при придбанні товарів у торговельних центрах, інших магазинах
		Кредити у валюті іншої країни	кредити, які беруться з метою здійснення розрахунків в іноземній валюті. В Україні сьогодні для отримання таких позик необхідно довести, що ти отримуєш дохід у валюті позики і зможеш її повертати незалежно від кон'юнктури на валютних ринках

Джерело: згруповано авторами на основі [16; 53; 52; 107; 148; 55; 123].

Наведена класифікація споживчого кредитування дає можливість фінансовим установам більш гнучко створювати кредитні програми під різні товарні групи, різних за станом заможності позичальників (використовувати персоналізацію), враховувати інші критерії, що впливає на тип договору споживчого кредитування, період погашення, періодичність виплат та ін. При цьому зазначимо, що умови кредитування, такі як процентна ставка, строк кредитування, необхідні документи та розмір першого внеску, можуть суттєво відрізнятися залежно від різних чинників споживчого кредитування [50]. Розуміння цих чинників допомагає потенційним позичальникам ухвалити обґрунтоване рішення та вибрати найвигіднішу пропозицію [135].

Запропонована класифікація споживчого кредиту має системний підхід та дає можливість точніше охарактеризувати саме поняття споживчого кредиту, підкреслює певні властивості споживчого кредитування з теоретичного погляду, його важливість та соціальну спрямованість в умовах нестабільності фінансового ринку. При цьому слід відзначити позитивні та негативні сторони споживчого кредитування [123; 135; 188]:

– позитивні сторони: придбання товару в кредит дає змогу придбати бажаний товар тут і зараз, а не чекати певний час, дає можливість придбати товар або послугу в момент її найвищої потреби для споживача; кредит дає змогу оплачувати покупку невеликими платежами протягом встановленого періоду часу згідно з кредитним договором, частіше за все ануїтетним методом;

– негативні сторони: відсоток за кредитом збільшує вартість товару або послуги, які придбано в кредит; кредит завжди є вигідніший кредитор з погляду прибутковості, оскільки дає змогу отримувати додатковий дохід. Також при затримці із платежами за позики можуть бути нараховані додаткові штрафні санкції, що у підсумку призведе до зростання реальної вартості за позикою.

Таким чином, враховуючи окреслені вище теоретичні положення щодо сутності споживчого кредиту, його ознак та видів, розглянемо тепер більш детальніше і сутність «ринку споживчого кредитування» та роль банківських установ у його розвитку. Для цього вважаємо доречним виокремити декілька наукових підходів, які можуть бути використанні для розкриття такої сутності, а саме: системний, просторовий, сегментний, інституціональний, ресурсний.

Системний підхід – сутність цього підходу полягає у розгляді ринку споживчого кредитування як цілісної системи, яка має свою структуру, в рамках якої функціонує значна кількість різних компонентів, підсистем, що взаємодіють між собою з метою досягнення єдиної мети функціонування такого ринку. В рамках цього підходу зазначений ринок досліджується як цілісна система, якій притаманні власні властивості, принципи, конкретні функції. Такий ринок є складовою більш масштабної фінансової системи, в його структурі можна виокремити окремі ринки, які безпосередньо є його компонентами. Наприклад, серед таких підсистем можна виділити ринок іпотечно кредитування, ринок автокредитування та інші ринки, які в цілому відповідають основним напрямкам надання банківськими установами споживчих послуг домогосподарствам.

При цьому структуру ринку споживчого кредитування можна розглядати з декількох ракурсів, використовуючи різні системоутворюючі ознаки. Наприклад, таку структуру також можна розглядати з позиції основних видів позикодавців, які функціонують в його межах: ринок банківського споживчого кредитування та ринок кредитних послуг, які надають домогосподарствам небанківські кредитні установи. Вибір сегментації ринку споживчого кредитування у переважній більшості залежить від мети проведення наукового дослідження, його об'єкта, аналізу сучасних тенденцій функціонування.

Просторовий підхід – сутність такого підходу полягає у дослідженні ринку споживчого кредитування як простору або середовища, в якому відбувається взаємодія між кредитними установами та домогосподарствами з приводу отримання різних видів споживчих позик. Досить часто цей підхід використовують з метою дослідження регіональних особливостей функціонування ринку споживчого кредитування, досліджуючи специфічні риси моделі кредитної поведінки споживачів, які проживають на різних територіях, та кредитних установ, які функціонують у різних регіонах і здійснюють свою діяльність з урахуванням економічного потенціалу та стану розвитку регіональних господарських систем.

Сегментний підхід – полягає у дослідженні окремих сегментів ринку споживчого кредитування, аналізу особливостей їх розвитку, вивченні попиту, пропозиції, рівня конкуренції в кожному окремому сегменту такого ринку. При цьому вагома увага приділяється аналізу кредитних продуктів, які пропонуються різними кредитними установами, вивченню методів та інструментів, які використовуються в сучасних умовах такими установами для надання споживчих позик.

Інституціональний підхід – використовується з метою дослідження формальних і неформальних інститутів, які еволюційним або революційним шляхом були створені для підтримки розвитку ринку споживчого кредитування. Наявність таких інститутів дає змогу ефективніше аналізувати

в першу чергу ефективність сформованого економічного середовища, в якому розвивається зазначений ринок, виявляти ті неформальні чинники, які можуть впливати на процеси кредитування домогосподарств і в підсумку формувати деструктивні чинники для функціонування кредитних установ.

Інституційний підхід – дослідження сутності ринку споживчого кредитування через аналіз особливостей державної політики щодо стимулювання функціонування такого ринку, здійснення впливу на моделі кредитної поведінки позичальників та кредиторів з метою формування найбільш сприятливих їх варіантів для забезпечення стабільного функціонування не лише зазначеного ринку, а загалом банківської та фінансової системи країни.

Досить часто інституційний та інституціональні підходи ототожнюють, досліджуючи в межах інституційного підходу формальні, неформальні чинники з урахуванням того, що формальні з них якраз і відображають ефективність державної політики регулювання розвитку ринку споживчого кредитування. Проте на нашу думку в межах інституціонального підходу в першу чергу доцільно увагу приділяти конкретизації формальних, неформальних чинників, їх взаємозв'язку, аналізу еволюційних етапів їх формування та впливу загалом на розвиток ринку споживчого кредитування. Інституційний підхід доцільно використовувати для аналізу виключно діяльності органів державної влади у напрямку регламентації особливостей функціонування ринку споживчого кредитування, діяльності різних типів кредитних установ.

Ресурсний підхід – дослідження ринку споживчого кредитування як середовища, в якому відбувається рух фінансових ресурсів від кредиторів до позичальників. При цьому увагу приділяють вивченню ефективності формування таких ресурсів, їх обігу та використання, аналізу різних типів ресурсів, які необхідно використовувати для забезпечення стабільного розвитку зазначеного ринку, серед яких варто виокремити насамперед

фінансові, інформаційні, людські ресурси. Використання цього підходу насамперед дає змогу оцінити ресурсний потенціал фінансової системи у частині створення фінансових ресурсів для надання їх у тимчасово користування домогосподарствам.

Таким чином окреслені наукові підходи до розгляду ринку споживчого кредитування дають змогу аналізувати різні аспекти його функціонування, що підтверджує складність аналізу особливостей та передумов розвитку такого ринку, пізнання специфічних рис його взаємодії з іншими макросистемами в межах фінансової системи країни. Невід'ємною складовою дослідження зазначеного ринку є і вивчення особливостей впливу його загалом на економічний розвиток країни, соціальну сферу, враховуючи, що споживчий кредит за своєю природою виконує не лише економічну, але і соціальну функцію, підтримуючи домогосподарства у їх прагненні розвиватися, підвищувати якість життя.

На наш погляд, враховуючи зміст окреслених наукових підходів до розгляду сутності ринку споживчого кредитування, доцільно використовувати в першу чергу системний підхід для аналізу всіх основних аспектів функціонування такого ринку. Розклад його як цілісної системи дає змогу конкретизувати структуру, тобто основні його сегменти, проаналізувати особливості формування взаємозв'язків між його суб'єктами, а отже, і описати особливості формування і обігу фінансових та інших видів ресурсів між ними. Системний підхід дає змогу також чіткіше визначити елементи зовнішнього середовища, в якому відбувається функціонування ринку споживчого кредитування, конкретизувати основні підсистеми, суб'єктів такого середовища та описати специфічні риси їхньої взаємодії із таким ринком. На рис. 1.1 представлено концептуальну модель функціонування ринку споживчого кредитування як цілісної системи.

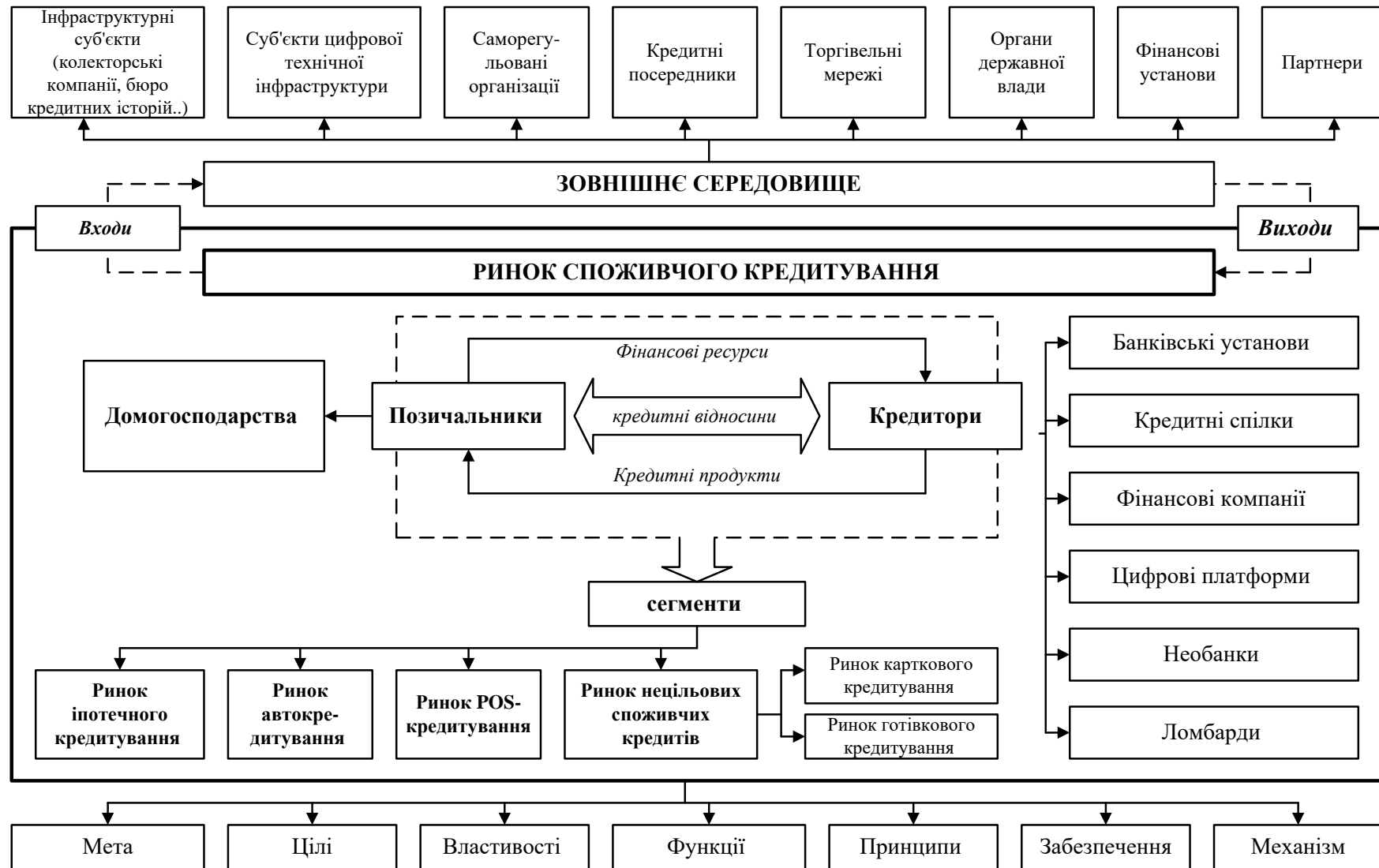


Рис. 1.1 – Модель ринку споживчого кредитування

Джерело: складено автором [54; 142; 143].

Розглянемо представлену на рис. 1.1 модель детальніше.

Отже, в межах ринку споживчого кредитування відбувається безпосередньо взаємозв'язок між кредитними установами та домогосподарствами, в результаті чого фізичні особи отримують фінансові ресурси від зазначених установ для задоволення власних поточних потреб. Таким чином на цьому ринку постійно відбувається рух фінансових ресурсів. З одного боку, позики надають кредитні установи, а з іншого – відбувається повернення коштів домогосподарствами із нарахованими відсотками відповідно до графіка погашення кредитних зобов'язань.

У законі України «Про споживче кредитування» визначаються основні суб'єкти ринку споживчого кредитування, а саме:

- 1) кредитодавець – банк або інша фінансова установа, яка відповідно до закону має право надавати споживчі кредити;
- 2) споживач – фізична особа, яка уклала або має намір укласти договір про споживчий кредит [63; 158].

У результаті взаємодії основних суб'єктів на ринку споживчого кредитування відбувається формування у кожного з таких суб'єктів власної моделі кредитної поведінки, яка безпосередньо формується відповідно до впливу різних чинників, мети, яку намагаються реалізувати позичальники та кредитори, вступаючи у кредитні відносини між собою. Звичайно для кожного з учасників такого ринку, насамперед кредитних установ та їхніх позичальників, формування кредитної поведінки відбувається абсолютно різним способом, оскільки і вплив внутрішніх та зовнішніх чинників значним чином відрізняється. При цьому варто розуміти, що домогосподарства як споживачі кредитних послуг відрізняються між собою рівнем фінансового забезпечення, матеріальним достатком, освітою та іншими соціальними, економічними та психологічними чинниками. Окреслене значним чином впливає на створення і різних моделей кредитної поведінки таких суб'єктів господарювання, у межах яких формуються відмінні потреби у специфічних видах споживчих кредитів, їхніх основних параметрах.

Кредитні установи своєю чергою також формують власні моделі кредитної поведінки, враховуючи напрямки власної кредитної політики, загальну стратегію розвитку банку, особливо у частині надання позик домогосподарства. Саме напрямки такої політики регламентують відсоткові ставки, вимоги до кредитоспроможності позичальників, особливості надання їм позик, канали, за яким відбувається рух кредитних ресурсів. У цілому всі кредитні установи намагаються задовольняти різні потреби населення в позикових ресурсів, проте окремі з них можуть фокусуватися на розвитку конкретних видів кредитування або взагалі більше уваги приділяти кредитуванню інших економічних суб'єктів і створювати не дуже привабливі умови для отримання позик фізичними особами, намагаючись мінімізувати цей напрям операційної діяльності. Варіантів кредитної поведінки банківських і небанківських фінансово-кредитних посередників є значна кількість, кожний з них формується в результаті впливу великої кількості внутрішніх, зовнішніх чинників. Важливу роль у цьому процесі відіграє і державна політика, особливості побудови системи державного регулювання кредитних відносин у країні.

Аналізуючи більш детальну структуру ринку споживчого кредитування та особливості його функціонування в економічному просторі, можна виділити такі специфічні риси, які йому притаманні. Серед них на наше переконання можна виокремити наступні:

- основну роль серед позичальників відіграють домогосподарства, відповідно й організація надання позик цим суб'єктам вимагає врахування специфіки їхньої економічної діяльності;
- важливу роль у прийнятті рішень про необхідність отримання позики домогосподарствами відіграють також соціальні, психологічні чинники, що треба враховувати кредитними установами при оцінці кредитного ризику;
- динаміка функціонування значним чином залежить від стану економічного, соціального розвитку в країні. Активний економічний розвиток переважно супроводжується зростанням обсягів кредитування

домогосподарств, підвищенням попиту цих суб'єктів на відповідні кредитні продукти. Погіршення соціальних умов в свою чергу також може призводити до зростання зазначеного попиту, проте структура такого попиту буде абсолютно різною. У стабільних економічних умовах домогосподарства намагаються розвиватися, залучаючи позики для купівлі нерухомості, автотранспортних засобів, більш дорогих об'єктів, виплати за якими можуть бути довготривалими. Натомість в умовах економічної та соціальної нестабільності найбільший попит серед домогосподарств є на позики готівкою, кредитні картки й інші фінансові продукти, які дають можливість швидко отримати готівкові кошти;

- споживчі кредити для фінансових установ є високоризикованими, що впливає на функціонування всього ринку споживчого кредитування, значний розвиток різних інфраструктурних суб'єктів, які дають змогу виявляти недобросовісних позичальників. Велика кількість позик, які за своїм змістом є споживчими, не завжди супроводжується наданням застави, що також підвищує високий рівень їхнього неповернення;

- споживчі позики є досить поширеними, а тому ринок споживчого кредитування є динамічним, досить швидко реагує на зміни соціального, економічного середовища. Відповідні кредитні продукти як правило є стандартизованими, розробляються для надання значній кількості клієнтів;

- важливу роль у розвитку ринку відіграє наявність ефективно побудованої системи законодавчого регулювання норм поведінки як позичальників, так і кредиторів, що є важливим для забезпечення їхніх прав;

- високий рівень використання кредитними установами цифрових технологій як у частині перевірки кредитоспроможності потенційних позичальників, так і в процесі надання для подальшого використання ними запозичених ресурсів. Цифровізація у сфері споживчого кредитування сьогодні є найбільш важливим чинником для динамічного та сучасного розвитку фінансових установ. Банківські і небанківські кредитні установи приділяють вагомому увагу використанню інформаційно-комунікаційних

технологій у цьому напрямку. Передусім це пов'язано з можливістю уніфікації підходів до процесу кредитування домогосподарств, враховуючи їхню значну кількість та проживання потенційних клієнтів в різних регіонах країни [33; 104; 146; 209].

На ринку споживчого кредитування на сьогодні свою діяльність здійснює значна кількість різних фінансових установ, серед них можна виділити насамперед банківські установи й небанківських кредитних посередників. До останньої групи прийнято відносити кредитні спілки, фінансові компанії та ломбарди. У межах фінансових компаній також виділяють ті компанії, які надають безпосередньо позики домогосподарствам, факторингові компанії та ін. Беззаперечно спектр небанківських фінансових компаній є досить широким, що сформувалося еволюційно у результаті виникнення різних потреб домогосподарств в кредитних ресурсах. Для задоволення цих потреб історично в різні часи виникали різні типи кредитних установ. Саме специфіка цих потреб визначила в ті часи, і сьогодні визначає специфіку економічної діяльності ломбардів, фінансових компаній, кредитних спілок. Зазначені установи здійснюють свою діяльність на ринку споживчого кредитування, проте мета їх функціонування досить часто різна, а методи, інструменти, підходи до надання кредитів домогосподарствам значним чином відрізняються. У таблиці 1.4 представлено інформацію про спільні та відмінні риси між банками та небанківськими кредитними установами.

Таблиця 1.4

*Спільні та відмінні риси між банками та небанківськими
фінансово-кредитними установами*

Спільні риси	Відмінні риси	
	Банки	Небанківські фінансово-кредитні установи
1	2	3
Робота на кредитному ринку	Нижчі ризики по всім типам операцій	Високі ризики неповернення коштів
Джерела ресурсів	Власні, залучені та запозичені кошти	В основному власні та запозичені кошти, обмежений доступ до депозитних ресурсів

Закінчення таблиці 1.4

1	2	3
Тип клієнтів	Широка спеціалізація	Вузька спеціалізація, робота в окремих сегментах ринку споживчого кредитування
Емісія фінансових активів	Прямий вплив на формування пропозиції грошей	Не мають впливу
Конкуренція за споживача	Надають значний спектр фінансових послуг	Обмежена кількість фінансових операцій
Процедура оцінки кредитоспроможності	Більш складна, регламентується зовнішніми вимогами та внутрішніми документами, багатоетапна	Більш спрощена, вимагається мінімальний пакет документів
Розмір позик	Може бути значним, якщо відбувається надання іпотечних позик і т.д.	Як правило обсяги позик незначні, для задоволення в першу чергу поточних потреб клієнтів
Державний контроль	Діяльність регулює НБУ, високі вимоги до здійснення кредитної діяльності	Діяльність регулює Нацкомфінпослуг (до 2020 року), після 2020 року – Держфінпослуг та НБУ щодо окремих небанківських фінансово-кредитних установ (наприклад, кредитні спілки)

Джерело: згруповано авторами на основі [63; 16; 159; 14; 203; 129, с. 116; 21; 125].

Банківські установи сьогодні є найбільш активними кредиторами економіки України, відіграють ключову роль у розвитку ринку споживчого кредитування. Така ситуація знову ж сформувалася історично, оскільки ці установи є провідними і у функціонуванні інших ринків фінансових послуг. Роль комерційних банків полягає у наступному:

- комерційні банки володіють значним фінансовим потенціалом для розвитку споживчого кредитування, яке є масштабним видом надання позик великій кількості різних позичальників;
- комерційні банки мають здатність організувати ефективно діючі системи перевірки кредитоспроможності позичальників, аналізу потенційних кредитних ризиків;
- комерційні банки володіють значною мережею структурних підрозділів, які мають здатність консультувати домогосподарства, надавати їм кредитні послуги, що значним чином підвищує рівень фінансової інклюзії;

- комерційні банки володіють фінансовими ресурсами для активного використання цифрових технологій у сфері споживчого кредитування, аналізу фінансових можливостей позичальників повертати позики;

- комерційні банки, надаючи споживчі кредити, активним чином підвищують рівень конкуренції між кредитними установами на ринку споживчого кредитування, що постійно вимагає удосконалення операційних процесів, які пов'язані з наданням зазначених позик;

- високий рівень конкуренції на ринку споживчого кредитування підштовхує банківські установи до розробки нових кредитних продуктів, впровадження нових технологій їхнього продажу, підвищення якості кредитних послуг та інформаційної взаємодії з позичальниками;

- комерційні банки мають здатність розробляти значну кількість різних кредитних продуктів, тим самим задовольняючи різні потреби домогосподарств, підтримуючи попит на споживчі кредити, забезпечуючи використання потенціалу ринку споживчого кредитування;

- банківські установи для підвищення рівня транспарентності кредитних відносин з домогосподарствами стимулюють розвиток відповідної кредитної інфраструктури, функціонування якої допомагає мінімізувати кредитні ризики, виявляти не кредитоспроможних клієнтів і тим самим знижувати власні збитки (колекторські компанії, бюро кредитних історій та ін.) [19; 40; 59; 126; 160].

Таким чином у межах поточного підрозділу дисертаційної роботи увага була приділена розгляду сутності споживчого кредитування, структури та змісту системи ринку споживчого кредитування. Визначено, що банківські установи відіграють провідну роль у функціонуванні такого ринку і безпосередньо на ньому сьогодні спостерігається високий рівень конкуренції між цими установами за клієнтів. Відповідно актуальними стають питання формування конкурентних переваг банківськими установами з метою розвитку споживчого кредитування, збільшення обсягів таких позик своїм клієнтам. Ці питання будуть розглянуті в наступному підрозділі дисертації.

1.2. Конкурентні переваги банківських установ: зміст, види та особливості формування на ринку споживчого кредитування

Звичайно будь-яке підприємство, установа намагається сформувати в процесі своєї діяльності власні конкурентні переваги, які б дозволяли розвивати бізнес, підвищувати рентабельність, і у підсумку, крім отримання додаткового доходу, забезпечити підвищення ринкової вартості самого підприємства. Процес формування конкурентних переваг у будь-якому випадку є складним, багатоетапним, таким, що вимагає від керівників та власників підприємств систематичної, довгострокової роботи з удосконалення всіх напрямів діяльності конкретного суб'єкта господарювання, системи його управління та внутрішньої структури. Конкурентні переваги виникають і формуються лише в тих випадках, коли підприємство володіє певними перевагами, ресурсами, можливостями, унікальними технологіями, які при правильному поєднанні дозволяють сформувати такі конкурентні переваги та враховувати їх при розробці власної стратегії функціонування.

Питання конкретизації сутності конкурентних переваг є складним, тому що такі переваги сприймаються науковцями та практиками як певні допоміжні позитивні фактори, які дозволяють розвивати бізнес. Проте всім цілком зрозуміло, що наявність таких переваг не є стабільною і може досить швидко змінитися через зміну зовнішнього середовища, у якому функціонує фінансова установа, зміни на ринку фінансових послуг, в окремих його сегментах. Також досить часто конкурентні переваги для одного виду діяльності можуть бути не зовсім перевагами для надання інших фінансових послуг. Відповідно і керівники, і власники фінансових установ повинні постійно, адекватно і вдало підходити до процесу формування власних конкурентних переваг та, що найголовніше, їхнього використання у своїй діяльності. Наприклад, для банківської установи наявність резервів фінансових ресурсів завжди є позитивною з позиції забезпечення її ліквідності, платоспроможності в

довгостроковій перспективі. Проте, з іншого боку, більші резерви означають менші можливості для використання таких ресурсів з метою отримання додаткових доходів від здійснення кредитних та інвестиційних операцій.

Банківський сектор України перебуває в надзвичайно динамічних умовах мінливого ринкового середовища, яке характеризується посиленою конкуренцією фінансових установ, прискореним розвитком інноваційних фінансових технологій, перманентними змінами споживчих уподобань, що пов'язані з проведенням широкомасштабних військових дій та економічною нестабільністю. Такі умови забезпечують прискорені зміни конкурентних позицій банківських установ, що набуває особливої актуальності в сучасних економічних реаліях та є одним із ключових факторів їх подальшого виживання та розвитку. Відповідно питання забезпечення конкурентних переваг таких установ у сучасних умовах стає важливими складовими їхнього стратегічного розвитку.

Банківський сектор є найбільш динамічною частиною кредитного ринку, що характеризується постійними змінами в кількості учасників, різноманітності продуктів, стандартах обслуговування та технологіях [3; 8]. Щоб забезпечити конкурентну перевагу та досягти високої конкурентоспроможності, окремі банки повинні постійно відстежувати ці зміни та своєчасно реагувати на них. Особливо це стосується діяльності банківських установ на ринку споживчого кредитування, де відбувається конкуренція між різними кредитними установами за клієнтів фактично в усіх сегментах такого ринку. Банківські і небанківські установи намагаються приділяти вагомому увагу аналізу стану ринку споживчого кредитування, вивчати пропозиції клієнтів та розробляти конкурентні кредитні продукти. Враховуючи провідну роль комерційних банків на зазначеному ринку, питання формування їхніх переваг у його межах є особливо актуальним. У межах поточного підрозділу дисертації проведемо дослідження саме сутності конкурентних переваг банківських установ та особливостям їхнього формування на ринку споживчого кредитування.

Почнемо дослідження з аналізу змісту категорії «конкурентоспроможність банківської установи».

Слово «конкуренція» походить від латинського слова «зіткнення» або «боротися», що, по суті, означає суперництво за досягнення результатів у будь-якій діяльності [12]. При цьому ключова роль у суперництві належить послугі або продукту, оскільки саме їх використовують для привертання уваги потенційних споживачів. Загалом конкурентоспроможність будь-якого суб'єкта насамперед визначається якістю його продукції. Відповідно споживач у цьому випадку завжди є суб'єктом, на який спрямовані дії продавців, виробників, торговців, які бажають продати, залучити споживача. При цьому споживач, це розуміючи, формує власну споживчу поведінку, специфічні риси якої важливо враховувати при розробці продуктів. Особливо це актуально для функціонування фінансових установ, у тому числі й комерційних банків.

Аналіз наукових праць засвідчує, що питання конкурентоспроможності банківських установ сьогодні активно вивчаються вченими, оскільки воно є актуальним та важливим для забезпечення їхньої роботи, підвищення ефективності функціонування. Зазначимо, що немає єдиного підходу серед науковців до розуміння змісту категорії «конкурентоспроможність банківської установи». Основною причиною такої ситуації насамперед є те, що ця категорія відображає у своєму змісті надто широкий спектр відносин, процесів та механізмів, які у сукупності формують конкурентні переваги комерційного банку на ринку фінансових послуг. Врахувати всі ці аспекти в межах одного дослідження досить складно. Саме тому більшість науковців, практиків при наданні власного трактування цієї дефініції враховують ті аспекти, які вони досліджують або вивчали раніше, зіштовхувалися у своїй практичній роботі. У табл. 1.5 представлено наукові підходи до розуміння сутності категорії «конкурентоспроможність банківської установи», які сьогодні трапляються в роботах вітчизняних учених.

Наукові підходи до трактування категорії
«конкурентоспроможність банківської установи»

Автори	Трактування поняття
В. Я. Вовк	це здатність банку ефективно конкурувати на ринку банківських послуг, що охоплює можливість банку успішно залучати клієнтів, утримувати свою частку ринку та отримувати прибуток у конкурентному середовищі [29]
Н. Ю. Гладинець, В. В. Петрина	це інтегрована здатність одночасно демонструвати високу прибутковість, ефективно використовувати капітал та активи для максимізації рентабельності, а також підтримувати достатній рівень ліквідності для забезпечення фінансової стабільності та виконання зобов'язань [37]
Є. Г. Глінський	це інтегральна характеристика банку, що відображає його здатність ефективно управляти всіма своїми внутрішніми елементами (ресурсами, процесами, структурою) та адаптуватися до зовнішніх умов (ринку, регулювання, технологій) з метою створення та реалізації банківських продуктів та послуг [39]
Ю. О. Заруба	це ефективне використання банком наявних ресурсів та здатності оптимально розподіляти капітал, персонал і технології для досягнення ринкових цілей [76]
О. В. Золотарьова, С. О. Гура	це здатність банку адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та готовність до впровадження нових технологій для адаптації своїх продуктів і послуг згідно з запитами споживачів [79]

Джерело: систематизовано автором.

Дані таблиці 1.5 засвідчують наявність різних поглядів науковців на сутність категорії «конкурентоспроможність банківської установи». Більшість дослідників погоджуються, що конкурентоспроможність є вирішальним фактором успіху для банку в ринковому середовищі. Аналізуючи різні підходи до розуміння цієї категорії, можна виділити декілька ключових концепцій, які використовують науковці при її дослідженні.

Ю. О. Заруба [76], Ю. А. Шавло, В. М. Дереза розглядають конкурентоспроможність банківських установ як здатність ефективно та раціонально використовувати наявні в них ресурси, зокрема фінансові, людські, інформаційні та технологічні, задля досягнення поставлених стратегічних цілей і здобуття конкурентних переваг на ринку фінансових

послуг. Автори використовують передусім саме ресурсний підхід до трактування сутності конкурентоспроможності банківської установи. Такий підхід виражено підкреслює важливість максимально ефективного використання внутрішніх можливостей банку. При цьому не враховуються ті можливості, які можуть виникати в зовнішньому середовищі й також сприяти формуванню конкурентних переваг банківської установи. Це й можливість співпраці з іншими фінансовими установами та економічними суб'єктами, це і зміна чинного законодавства тощо [76; 210].

В. Я. Вовк, І. Кадирус зосереджуються на здатності банку залучати нових та утримувати наявних клієнтів, пропонуючи їм висококонкурентні унікальні банківські продукти та послуги. Тобто використовується ринковий підхід. У межах такого підходу робиться акцент на роботі з факторами зовнішнього середовища й увага фокусується на розумінні потреб своїх споживачів, їх зміни в майбутньому [29; 83].

Н. Ю. Гладинець, В. В. Петрина, А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк визначають конкурентоспроможність банківських установ через кількісне співвідношення сукупності фінансових показників, якими можуть бути такі: прибутковість, рентабельність, ліквідність та інші. Проте в межах такого підходу акцент у дослідженні конкурентоспроможності може бути зроблений насамперед на кількісних показниках, тоді як якісні параметри також відіграють ключову роль у її формуванні [37; 75].

Є. Г. Глінський, О. В. Крухмаль, О. А. Барановська намагалися поєднати в єдину систему елементи вищезгаданих підходів, розглядаючи конкурентоспроможність банківських установ як узагальнюючу властивість, що сформувалася внаслідок впливу внутрішніх та зовнішніх факторів, які забезпечують ефективну діяльність та стабільний розвиток у довгостроковій перспективі. Відповідно науковцями використовується системний підхід до розуміння конкурентоспроможності банківської установи [39; 102].

Поняття конкурентоспроможності банківських установ може розглядатися з різних позицій, що відображає складність та динамічність банківського ринку, багатогранність функціонування банківських установ. Їхній успіх на ринку залежить від його вміння поєднувати орієнтацію на клієнта з внутрішньою ефективністю та здатністю стратегічно позиціонувати себе у складному та мінливому конкурентному середовищі.

Конкурентоспроможність банківської установи можна розглядати не лише з позиції розвитку конкретної банківської установи. Високий рівень розвитку та наявність значних конкурентних переваг таких установ є важливою умовою для розвитку банківської системи та функціонування національної економіки. На рис. 1.2 представлено інформацію про розгляд сутності конкурентоспроможності банківської установи на мікро-, мезо- та макрорівнях.

Враховуючи результати проведеного дослідження щодо конкретизації сутності дефініції «конкурентоспроможність банківської установи», обґрунтуємо власну позицію щодо розуміння її змісту: конкурентоспроможність банківської установи – це комплексна характеристика, що інтегрує в собі економічні, фінансові, маркетингові, інноваційні й управлінські аспекти, які в сукупності визначають здатність банку досягати успіху в умовах ринкової конкуренції та забезпечувати своє стабільне функціонування та розвиток.

Конкурентне середовище, сформоване банківськими установами, має низку специфічних рис.

По-перше, визначну роль відіграє НБУ, Міністерство фінансів України та інші уповноважені органи. Тобто державні інститути значним чином формують умови для здійснення банківської діяльності й тим самим обмежують різні можливості комерційних банків до формування власних конкурентних переваг. Саме банківський сектор є одним із найбільш врегульованих у світовій економіці, оскільки це зумовлено його критичним значенням для стабільності розвитку та функціонування фінансової системи як держави, так і світових ринків капіталу.

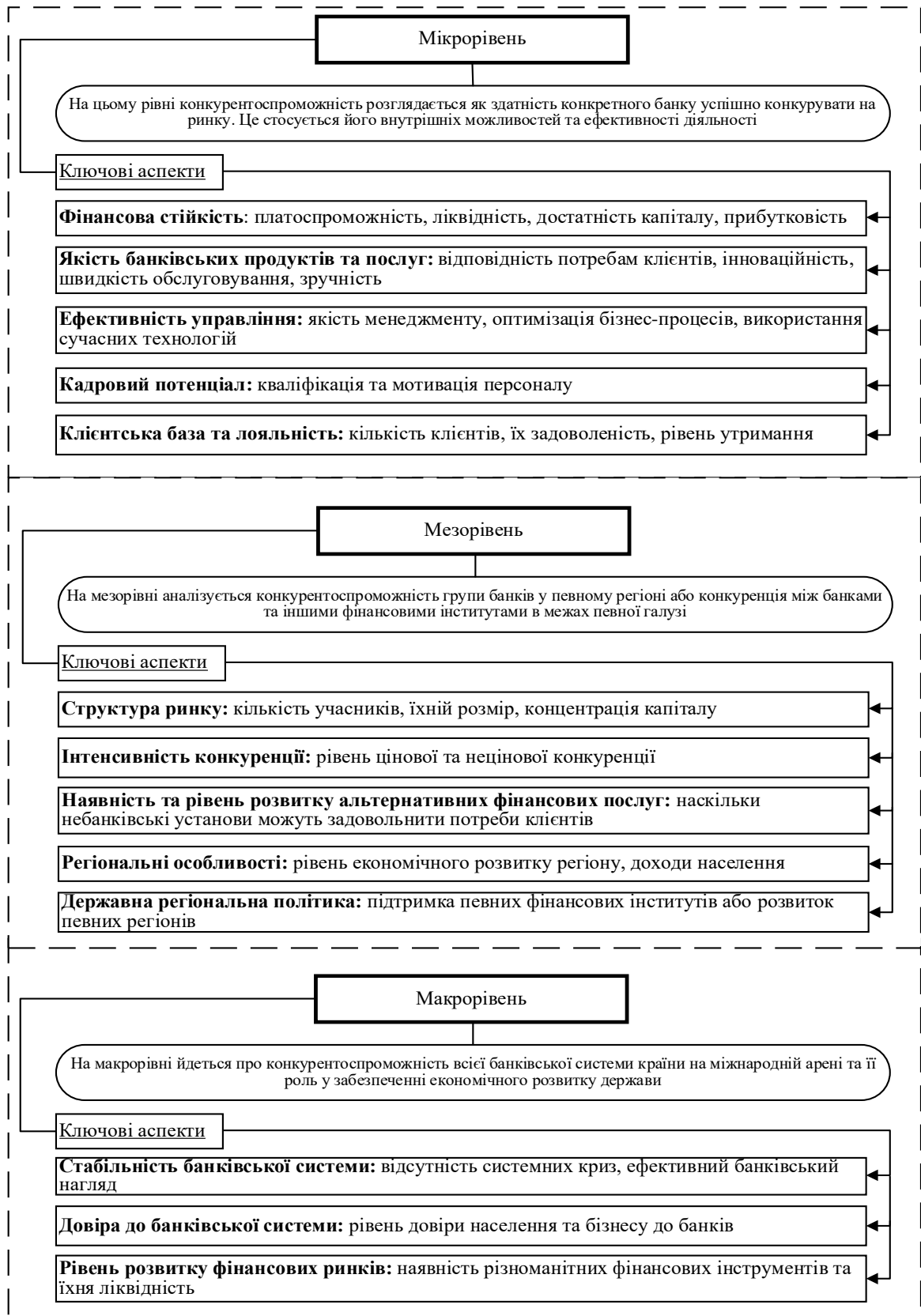


Рис. 1.2 – Визначення конкурентоспроможності банківської установи на мікро-, мезо- та макрорівнях

Джерело: згруповано автором на основі [75; 119; 118; 161; 162; 169; 179].

Регуляторні органи встановлюють суворі правила та вимоги до величини статутного капіталу банку, показників ліквідності, системи управління та розрахунку різних видів ризиків та їх класифікацію, дотримання законодавчих норм у сфері боротьби з відмиванням грошей та фінансуванням тероризму, а також ліцензування і контролю за діяльністю банківських установ. Такі норми безпосередньо впливають на кількісну появу нових банківських установ на фінансовому ринку, а також на формування стратегії розвитку конкуренції, змушуючи їх постійно адаптуватися до змін у законодавстві та його адаптації до світових і європейських норм і правил.

По-друге, конкурентоспроможність комерційних банків формується виключно через наявність довіри споживачів до їхніх послуг і загалом до установ як ефективних фінансових посередників. Саме довіра є неодмінною частиною процесу формування конкурентних переваг. Це своєю чергою можна забезпечити лише через побудову дієвих систем інформаційної взаємодії зі своїми клієнтами, побудову з ними довгострокових відносин.

По-третє, ринок банківських послуг не є однорідним, у його межах функціонують як великі системні банки, так і невеликі банківські установи, які можуть функціонувати в окремих регіонах. Відповідно, в системних банків є більше фінансових, організаційних можливостей надавати якісні фінансові послуги, краще задовольняти потреби споживачів у різних видах таких послуг.

По-четверте, конкуренція у банківському секторі відбувається не лише між самими банками, а й з боку небанківських фінансових установ та «фінтех-стартапів». Платіжні системи, компанії з мікрокредитування, інвестиційні фонди та інші гравці пропонують окремі банківські послуги й забирають на себе частину ринку від традиційних банківських установ. Це змушує банки переглядати свої бізнес-моделі, шукати нові ніші та співпрацювати з фінтех-компаніями.

По-п'яте, визначальною рисою банківської системи є взаємозалежність та системний ризик. Банківська система є складною, динамічною системою, в межах якої проблеми однієї складової можуть спричинити каскадні наслідки

для всієї мережі. Для подолання наслідків негативного впливу держава може проводити стабілізаційні заходи, які направлені на підтримку системно важливих банків, у яких спостерігаються кризові явища. Це зумовлено тим, що регулятори зацікавлені в забезпеченні стабільності функціонування всієї банківської системи. У підсумку, зазначене може погіршувати конкуренцію серед банків, оскільки деякі з них можуть отримувати неявні переваги.

Оцінка конкурентоспроможності банківської установи є складним і багатогранним процесом, що вимагає застосування різноманітних методів і методик (рис. 1.3). Це пов'язано з тим, що конкурентоспроможність банку залежить від багатьох факторів як внутрішніх (фінансовий стан, якість послуг, професіоналізм персоналу, управлінські рішення), так і зовнішніх (економічне середовище, регуляторна політика, конкуренція на ринку).



Рис. 1.3 – Методи та методики оцінювання конкурентоспроможності банківської установи

Джерело: згруповано автором на основі [200].

Вибір конкретних методів та методик залежить від мети оцінювання (для внутрішнього управління, для інвесторів, для регулятора), доступності даних, специфіки банку та ринкових умов. Зазвичай, для отримання об'єктивної та повної картини використовується комбінація різних методів.

Для детального та покрокового визначення конкурентоспроможності банківських установ, необхідно враховувати комплекс критеріїв, що охоплюють як об'єктивні фінансові показники, так і суб'єктивне сприйняття цінності клієнтами [115]. Щоб правильно оцінити рівень конкурентоспроможності банківської установи, необхідно постійно займатися вивченням ринку, проводити аналіз пропозиції конкурентів, робити опитування клієнтів щодо якості задоволення послугами для вчасного та поступового пристосування до їхніх потреб і очікувань.

Конкурентні переваги банківської установи можна розглядати як наявність певних ресурсів, технологій, інновацій, системи управління, які в сукупності формують стабільну основу для розвитку такої установи, дозволяють отримувати вище середніх у сфері їхнього функціонування доходи та забезпечують ефективне її функціонування в умовах дисипативності економічного середовища й постійних трансформаційних процесів на ринку фінансових послуг [15].

На формування конкурентних переваг банківських установ значний вплив здійснює загалом стан ринку фінансових послуг, особливості його регулювання та тенденції в розвитку інших фінансових установ. Можна виокремити такі особливості функціонування ринку фінансових послуг, які впливають на формування конкуренції між фінансовими установами:

- високий рівень конкуренції між фінансовими установами в різних сегментах такого ринку, оскільки ці установи загалом надають досить незначний перелік фінансових послуг;

- наявність значної кількості фінансових установ які надають ідентичні фінансові послуги, і відповідно забезпечити власну конкурентоспроможність можливо лише через підвищення якості надання послуг, впровадження

механізмів їх персоналізації, зміни цін через внутрішні можливості зменшення операційних витрат тощо;

- значна мінливість кон'юнктури на ринку фінансових послуг та в окремих його сегментах;

- значний вплив процесів регулювання діяльності фінансових установ на формування пропозиції фінансових послуг;

- важлива роль цифрових технологій у підвищенні рівня конкурентоспроможності фінансових установ;

- важлива роль неформальних чинників у формуванні попиту, пропозиції на ринку фінансових послуг;

- складність виходу на ринок фінансових послуг новим установам, бо це вимагає інвестиційних ресурсів, дотримання складних регуляторних вимог;

- постійне зростання вимог споживачів фінансових послуг до якості послуг фінансових установ, їх цифровізації та зручності у використанні;

- наявність постійного попиту від споживачів на окремі види фінансових послуг, особливо послуги з кредитування, платіжні послуги та ін.;

- наявність значної кількості сегментів ринку фінансових послуг обумовлює і різні механізми формування на ньому попиту, пропозиції таких послуг [186; 2; 42, с. 38-39].

Отже, можна зазначити, що формування конкурентних переваг на ринку фінансових установ для всіх фінансових установ є складним завданням, проте важливим, оскільки визначає загалом їхнє подальше функціонування та можливість досягнути поставлених керівниками та власниками таких установ цілей. Для банківських установ наявність конкурентних переваг дає можливість

- підвищити стійкість до впливу негативних зовнішніх факторів, які можуть впливати на їхню операційну діяльність;

- постійно залучати нових клієнтів для обслуговування та продажу власних фінансових продуктів;

- залучати необхідні обсяги фінансових ресурсів на міжнародних ринках капіталу, на внутрішньому міжбанківському ринку за прийнятною вартістю;

- залучати фінансові ресурси економічних суб'єктів, насамперед домогосподарств, підприємств відповідно до обраної фінансової стратегії розвитку;
- формувати стабільні надходження доходів від власної діяльності;
- підвищувати рівень довіри до роботи фінансової установи, формування лояльності споживачів фінансових послуг;
- підвищувати ринкову вартість самої фінансової установи, її репутацію серед клієнтів, конкурентів, органів державної влади на ринку фінансових послуг [13; 200; 128; 201, с. 62-63].

Для будь-якої банківської установи може бути притаманним декілька видів конкурентних переваг, які в сукупності й забезпечують належний рівень її конкурентоспроможності. Основні типи таких переваг представлені на рис. 1.4.

Вагомий вплив на процес формування конкурентних переваг фінансових установ справляє зовнішнє середовище. У цьому середовищі відбувається формування чинників, які можуть як позитивно, так і негативно впливати на діяльність фінансової установи. Передбачити такий вплив складно, навіть використовуючи сучасні складні підходи до моделювання, прогнозування діяльності таких установ.

Проте унікальність діяльності банківських установ полягає в тому, що навіть в умовах нестабільності, вони намагаються забезпечити зростання власних доходів, оскільки значна частина з них, забезпечуючи стабільність власної роботи, ефективного функціонування власних систем ризик-менеджменту, має здатність протидіяти негативним наслідкам зовнішніх впливів і тим самим формувати умови для власної ефективної роботи. В умовах кризи також продовжується спостерігатися високий рівень конкуренції серед ефективно діючих банківських установ за клієнтів і багато з них намагаються при цьому залучати клієнтів, які раніше були клієнтами тих установ, які опинилися в скрутному стані й були виведені з ринку фінансових послуг.

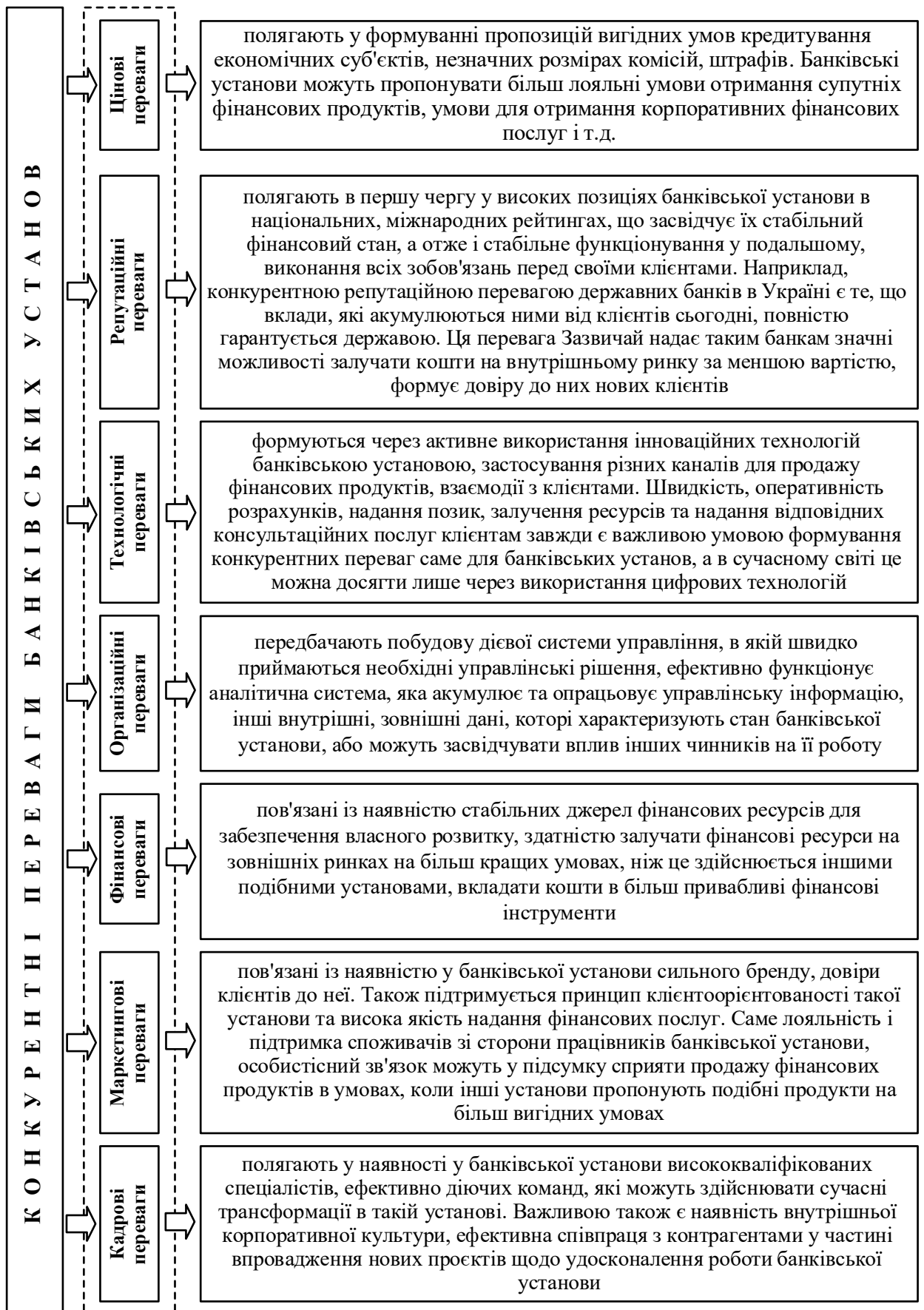


Рис. 1.4 – Типи конкурентних переваг банківських установ

Джерело: складено автором.

Таким чином, банківські установи можуть в умовах нестабільності формувати власні конкурентні переваги таким чином:

- впроваджувати поступову диверсифікацію власної діяльності, розробляти нові фінансові продукти для тих категорій клієнтів, які найменш постраждали від кризи;

- розглянути можливість впровадження кредитних канікул для клієнтів, що може позитивно впливати на репутацію банківської установи, сприяти впровадженню моделі клієнтоорієнтованості її функціонування;

- впроваджувати нові підходи до роботи з кредиторською заборгованістю клієнтів, пропонувати програми реструктуризації, особливо тим з них, які були лояльними, отримували послуги тривалий час і мають гарну історію взаємодії з банківською установою. При цьому варто враховувати здатність та потенційні можливості таких клієнтів погашати позики, виконувати свої зобов'язання;

- забезпечувати постійний інформаційний зв'язок із клієнтами, особливо тими, які зіштовхуються із фінансовими труднощами, які ускладнюють їхню здатність виконувати взяті на себе зобов'язання. Банківська установа може пропонувати послуги антикризового менеджменту, особливо найбільш цінним клієнтам;

- переглядати вартість позикових ресурсів для тих клієнтів, які тимчасово зіштовхуються з фінансовими труднощами, проте економічна ситуація засвідчує, що в майбутньому їхній фінансовий стан стане покращуватися (особливо це стосується корпоративного сектору, який також намагається адаптуватися до наслідків кризових явищ);

- активно використовувати цифрові технології, які б дозволяли більш оперативно реагувати на кризові явища, ефективніше прогнозувати вплив негативних чинників на фінансовий стан окремих, найбільш важливих клієнтів, що особливо є важливим з позиції управління фінансовими ризиками;

- використовувати цифрові технології з метою застосування гнучкого підходу до розробки параметрів фінансових послуг, що важливо при частих змінах кон'юнктури ринку фінансових послуг (параметри можуть змінюватися для окремих категорій клієнтів, чи в межах лише окремих типів фінансових послуг і т. ін.);

- долучатися до реалізації проєктів, які спрямовані на поступове впровадження моделі сталого розвитку, підтримувати ті заходи, які забезпечують розвиток екологічних систем, підтримку соціальних проєктів тощо;

- розробляти нові напрями діяльності з метою уникнення об'єктивно необхідного процесу звільнення працівників у разі зменшення економічної активності фінансової установи та ін. [31; 179; 195; 196; 224]

Враховуючи, що ринок споживчого кредитування в Україні й у багатьох інших країнах є досить висококонкурентним, банківські установи постійно намагаються знайти нові шляхи для удосконалення власних кредитних продуктів, які вони продають домогосподарствам, підвищити якість обслуговування своїх клієнтів. Цифровізація дає нові імпульси цьому процесу, створюючи нові можливості для цих установ щодо удосконалення якості своїх послуг і загалом системи управління. Це у свою чергу впливає на ефективність використання фінансових ресурсів і у підсумку дає фінансові можливості банківським установам розробляти нові інформаційно-інноваційні технології для використання у своїй роботі.

Конкурентна перевага банку на ринку споживчого кредитування являє собою сукупність унікальних, нестандартних властивостей, можливостей та рішень, які в сукупності дають змогу банківській установі розробляти та пропонувати клієнтам кредитні продукти, яким притаманний високий рівень інноваційності, якості, гнучкості, персоналізації порівняно з подібними продуктами інших банківських установ в окремих сегментах зазначеного ринку.

Варто розуміти різницю між конкурентоспроможністю кредитного продукту та наявністю конкурентної переваги кредитного продукту. У першому випадку конкурентоспроможність кредитного продукту означає, що він може бути проданий на ринку споживачам, але не надто відрізняється від подібних продуктів, які пропонують інші банківські установи. У цьому випадку комерційні банки передусім акцент роблять на продажу таких продуктів власним постійним клієнтам, споживачам, які проживають на територіях, де відсутні відділення інших банківських установ.

Наявність конкурентної переваги кредитного продукту засвідчує те, що він значним чином в кращу сторону відрізняється від подібних продуктів, йому притаманна інноваційність, вигідність і нестандартність у порівнянні з раніше розробленими кредитними продуктами для домогосподарств.

Конкурентна перевага може бути досить простою за своїм змістом, а може бути і складною з позиції її формування та підтримки. Наприклад, зменшена відсоткова ставка в порівнянні з іншими банками за конкретними кредитними продуктами, які можуть продаватися певним категоріям споживачів, вже є конкурентною перевагою для банків. У такому випадку це є проста конкурентна перевага, зміст якої цілком зрозумілий. Проте, наприклад, продаж кредитних продуктів через використання цифрових каналів є більш інноваційною послугою, оскільки не всі банківські установи сьогодні пропонують такі позики або окремі їх види, які можна реалізовувати через такі канали взаємодії з клієнтами. Існують різні конкурентні переваги банківських установ на ринку споживчого кредитування. У таблиці 1.6 наведено окремі з них.

*Види конкурентних переваг банківських установ
на ринку споживчого кредитування*

Класифікаційна ознака	Види та їхній зміст
1	2
<i>За економічним змістом</i>	<p>1) <i>цінові</i> – полягають у зміні відсоткові ставки за кредит, менші вимоги до початкового внеску незначна вартість одноразових щомісячних комісій і т. д. Загалом цінові переваги полягають насамперед у нижчій реальній відсотковій ставці за споживчою позикою порівняння з іншими аналогічними банківськими установами;</p> <p>2) <i>нецінові</i> – конкурентні переваги насамперед полягають в ефективно організованому процесі надання споживчих кредитів клієнтам побудова відкритої процесу аналіз у кредитоспроможності позичальника прийняття рішення про видачу споживчого кредиту йому. Прийняття рішень відбувається швидко що також є перевагою банківської установи в порівнянні з іншими аналогічними фінансовими посередниками.</p>
<i>За рівнем охоплення</i>	<p>1) формуються в межах одного сегмента ринку споживчого кредитування;</p> <p>2) формуються загалом на ринку споживчого кредитування в процесі надання різних типів споживчих кредитів домогосподарствам;</p>
<i>За характером</i>	<p>1) технологічні;</p> <p>2) організаційні;</p> <p>3) управлінські;</p> <p>4) маркетингові;</p> <p>5) репутаційні;</p> <p>5) кадрові</p>
<i>За тривалістю формування</i>	<p>1) <i>довгострокові</i> – вимагають розробки детального плану адаптації сформованих можливостей до реалій господарської діяльності банківської установи у частині споживчого кредитування.</p> <p>2) <i>короткострокові</i> – вимагають внесення змін до внутрішніх документів банківської установи, прийняття необхідних рішень для зміни параметрів позик, підходів до їхнього надання домогосподарствам;</p>
<i>За тривалістю</i>	<p>1) <i>постійні (тривалі)</i> – можуть бути притаманними функціонуванню банківської установи досить тривалий час, надаючи їй додаткові стимули для здійснення споживчого кредитування (наприклад, доступ до дешевших зовнішніх фінансових ресурсів);</p> <p>2) <i>тимчасові</i> – зникають через певний час, оскільки інші банківські установи також почали використовувати нові ідеї та інновацій для надання власних споживчих позик (наприклад, використання різних каналів продажу (додатки, смартфони, офіційний сайт, реклама в соціальних мережах);</p>

1	2
<i>За можливістю адаптації</i>	1) <i>адаптовані</i> – можуть бути використані іншими банківськими установами у процесі надання споживчих кредитів своїм клієнтам; 2) <i>неадаптовані</i> – унікальні, які не можуть бути створені іншими банками (наприклад, державні банки можуть володіти додатковими конкурентними перевагами у сфері споживчого кредитування, базою клієнтів і т. д.);
<i>За етапом взаємодії із банківською установою</i>	1) <i>на етапі залучення клієнтів</i> – сукупність переваг, які дають можливість банківській установі поширити інформацію про нові умови надання споживчих кредитів, спрямовані на рекламу та продаж кредитних продуктів (передусім маркетингові); 2) <i>на етапі видачі позики</i> – переваги способу отримання кредитних коштів, можливість їхнього одночасного використання для необхідних потреб; 3) <i>на етапі використання позики</i> – переваги, які існують у процесі підтримки зв'язку клієнта із банківською установою, її працівниками, якість надання консультаційних послуг; 4) <i>на етапі повернення позики</i> – переваги, які формують лояльність клієнтів до банківської установи, довіру до працівників та бажання отримати нові споживчі кредити на свої потреби;
<i>За роллю у розвитку кредитної діяльності банку</i>	1) <i>системні</i> – найбільш важливі й відіграють ключову роль у здійсненні кредитної діяльності, отриманні планових показників доходів та прибутку; 2) <i>ситуативні</i> – швидко формуються та зникають, надаючи банківській установі тимчасові можливості для їхнього використання у власній кредитній діяльності: залучення нових клієнтів, збільшення обсягів видачі позик вже наявним клієнтам;
<i>За впливом на рівень фінансового ризику</i>	1) <i>ризиковані</i> – формування призводить до підвищення рівня фінансових ризиків банківської установи (наприклад, зниження відсоткової ставки нижче ринкового рівня); 2) <i>неризикові</i> – формування не призводить до виникнення додаткових фінансових ризиків;
<i>За рівнем інноваційності</i>	1) <i>високоінноваційні</i> – їхнє формування призводить до кардинального перегляду всіма банками окремих етапів, механізмів надання споживчих позик і надалі відбувається впровадження тих інноваційних рішень у діяльність всіх банків; 2) <i>обмежено інноваційні</i> – їхнє формування пов'язане із переглядом раніше все діючих механізмів, процесів, є тимчасовим та більш точковим з позиції процесу надання споживчих позик банківськими установами;
<i>За складністю формування</i>	1) <i>складні</i> – їхнє формування вимагає значних зусиль, часу, фінансових ресурсів, проте такі переваги можуть бути досить тривалими; 2) <i>прості</i> – пов'язані зі зміною внутрішніх підходів, концепцій, що не вимагає значних фінансових витрат, витрат людського капіталу.

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, можемо стверджувати, що сьогодні існує значна кількість різних видів конкурентних переваг, які можуть створювати банківські установи в процесі надання споживчих кредитів своїм клієнтам. Зазначимо, що кожна з конкурентних переваг вимагає від банківської установи розробки відповідних заходів підтримки окремих операційних процесів на високому рівні, дотримання встановлених внутрішніми документами нормативів, показників, правил всіма співробітниками банківської установи. Важливість забезпечення дієвості механізму формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування обумовлюється також тривалістю такого процесу та відсутністю досить часто швидких результатів.

Серед основних особливостей формування конкурентних переваг банківськими установами на ринку споживчого кредитування доцільно виокремити наступні:

- необхідність врахування чинних нормативних вимог до здійснення діяльності, що пов'язана із наданням споживчих кредитів, тобто банківська установа повинна здійснювати свою діяльність і ухвалювати рішення в межах тих можливостей, які існують відповідно до чинного законодавства;

- основний фактор – це потреби домогосподарств у різних видах споживчих кредитів, оцінка їхніх очікувань, можливостей та бажання отримувати такі позики. Вчасність пропозиції окремих видів споживчих кредитів з більш гнучкими умовами є важливою перевагою для банків, які намагаються розвивати власну діяльність на ринку споживчого кредитування;

- важливість використання інформаційних технологій для прискорення процесу збору інформації про потенційних клієнтів, швидкої оцінки їхньої кредитоспроможності та прийняття рішень про можливість видачі їм позик. Застосування цифрових технологій сьогодні значним чином прискорює цей процес і банківські установи, які використовують такі технології, отримують значні переваги, оскільки мають здатність обробляти швидко більшу кількість заявок клієнтів, бути гнучкими у зміні вимог, які використовуються програмами машинного навчання для прийняття рішень про видачу або відмову у видачі позики;

– формування відбувається в результаті аналізу ринку споживчого кредитування, визначення лідерів на такому ринку, основних їхніх конкурентних переваг, які дозволили їм посісти провідні позиції. Детальний аналіз фінансового стану таких конкурентів, механізму розробки їхніх кредитних продуктів дає можливість запозичити досвід, адаптувати його до конкретної моделі розвитку банківської установи з подальшим розвитком нових технологій та підвищенням якості кредитних продуктів;

– важливість фокусування на окремих сегментах ринку споживчого кредитування, оскільки мати конкурентні переваги в усіх сегментах є вкрай складним завданням і нерациональним з позиції отримання доходів банківською установою. Вибір конкретного виду споживчого кредиту для планування видачі таких позик домогосподарствам через створення конкретних конкурентних переваг є важливим для забезпечення ефективності розвитку такого виду кредитування, для отримання провідних позицій серед інших банків;

– важливість розуміння кінцевих цілей у створенні конкурентних переваг банківською установою в конкретному сегменті ринку споживчого кредитування, що є доречним для планування операційної діяльності банку, розробки дієвих стратегій формування його активів, доходів, забезпечення ефективності управління фінансовими, передусім кредитними ризиками. Досить часто формування конкурентних переваг вимагає від банківської установи фінансових ресурсів для впровадження нових змін в операційні процеси функціонування банку або надання певних пільг, знижок, зменшення вартості відсотків за споживчими кредитами;

– враховуючи обмежену кількість кредитних послуг, які надає банківська установа домогосподарствам, увага приділяється насамперед не зміні основних параметрів таких позик, а саме процесу її надання: швидкості прийняття рішень про видачу позик, якість підтримки взаємозв'язку з клієнтами при поверненні кредитів;

– існує необхідність у постійному пошуку нових способів формування конкурентних переваг, оскільки динаміка розвитку ринку споживчого кредитування є високою і досить швидко конкурентні переваги трансформуються в обов'язкові умови використання споживчих позик домогосподарствами;

– конкурентні переваги можуть формуватися не лише в межах сегментів ринку споживчого кредитування, але розроблятися і впроваджуватися для задоволення потреб у кредитних ресурсах окремих груп користувачів, які можуть бути виокремлені за певними ознаками. Такий же підхід може бути застосований до громадян, які проживають на певній території [27; 141;].

Таким чином, процес формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування є досить складним за своєю природою і залежить від значної кількості різних чинників, починаючи від кредитної політики конкретних банківських установ, і завершуючи тенденціям макроекономічного регулювання та особливостями впроваджувальної в країні моделі грошово-кредитної політики. Безпосередньо конкуренція призводить до об'єктивного й постійного пошуку нових переваг над конкурентами з метою задоволення потреб домогосподарств у споживчих кредитах, отримання додаткових доходів від використання зазначених переваг. Проте такі переваги на ринку споживчого кредитування можуть існувати недовго, оскільки банківські установи досить швидко адаптують інновації, нові технології, які виникають у межах такого ринку, до своєї діяльності, пропонуючи нові кредитні продукти.

Вирішальну роль у сучасних умовах відіграють процеси цифрової трансформації банківських установ, які значним чином вже змінили функціонування ринку банківського споживчого кредитування і поступово створюють нові передумови для розробки інноваційних кредитних продуктів комерційними банками. Особливості впливу цифрових технологій на процес формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування будуть розглянуті в наступному підрозділі дисертаційної роботи.

1.3. Роль цифровізації у формуванні конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування

Фінансові установи відіграють ключову роль у розвитку фінансової системи будь-якої сучасної країни. Сьогодні ці установи перебувають у значних трансформаційних процесах, які зумовлені розвитком цифрової економіки, активним залученням ними цифрових технологій у власну роботу.

Різні типи цифрових інновацій, які досить часто пов'язані між собою технологічно, визначає і різні можливості для економічних суб'єктів використовувати їх, адаптовувати, створювати цифрові продукти. Цифровізація змінила усталену модель функціонування національної економіки, оскільки сприяла формуванню нових видів економічної діяльності, сфер господарства, які активно розвиваються і формують основу інноваційного розвитку економіки й загалом суспільства.

Цифрові технології активно залучаються у фінансову сферу. Фінансові установи вкладають значні ресурси в розробку готових цифрових рішень для підвищення ефективності, результативності діяльності, якості надання фінансових послуг. Ці установи формують окремі імпульси до поглиблення цифровізації національної економіки, оскільки сфера фінансових послуг, яка сьогодні значними темпами трансформується, пов'язана з діяльністю всіх економічних суб'єктів і це змушує їх змінюватися, адаптуючись до тих нових цифрових рішень, які пропонують зазначені установи.

Цифрова трансформація фінансових установ, яку спостерігаємо, дійсно змінила усталену модель функціонування всієї сфери фінансових послуг. Це у підсумку призвело до трансформації окремих компонентів фінансових установ, насамперед системи управління. Цифрові технології змінили поведінку споживачів фінансових послуг і це вплинуло на функціонування банківських, небанківських фінансово-кредитних установ. Важливу роль у зміні підходів споживачів до використання зазначених послуг зазначені установи здійснили самотійно. Вони, намагаючись постійно оптимізувати

власну діяльність, зокрема й через використання цифрових технологій, розробляють і впроваджують у свою діяльність технології, які є корисними і зручними для споживачів фінансових послуг. Фактично позитивне ставлення до цифровізації як клієнтів фінансових установ, так і їхніх керівників, власників, призвели до стрімкого процесу цифрової трансформації фінансових установ. Потенціал цифрових технологій у сфері фінансових послуг на сьогодні ще не досліджений вичерпно. Проте можна чітко стверджувати, що є ще значна кількість перспективних напрямів застосування таких технологій у роботі зазначених установ.

В умовах, коли банківська система України зіштовхнулась із проблемою стабільного розвитку в умовах воєнного стану, трансформаційні процеси в державі розвиваються з різним ступенем інтенсивності. Банківська система проходить стадію очищення, стан її залишається складним і важко піддається прогнозуванню за міжнародними економічними моделями. Саме прогнозування стану кредитування дає можливість побачити перспективи розвитку ринку кредитування і запросити міжнародних інвесторів для співпраці в різних сферах економіки. Показник ефективності кредитування є необхідним і вирішальним показником життєдіяльності банків, оскільки розмір кредитного портфеля становить більшу частину від розміру всіх активів банку. Для успішного кредитування банки мають запровадити та сформувати, а потім і реалізувати ефективну систему управління своїм кредитним портфелем. Основу кредитного портфеля банку в розрізі кредитних продуктів складає споживче кредитування.

Окреслене зумовлює важливість проведення додаткових наукових досліджень у напрямку формування конкурентних переваг банківських установ в умовах цифрової економіки. Важливими в цьому контексті також є визначення ролі таких технологій в сучасному розвитку зазначених установ. При цьому актуальними залишаються питання дослідження особливостей їхнього розвитку зазначених установ в умовах нестабільності й визначення

можливостей цифрових технологій підвищувати стійкість фінансових установ до зовнішніх флуктуацій, які відбуваються на світових фінансових ринках, у межах економік окремих країн, в окремих сегментах ринку фінансових послуг.

Цифровізація – це складний процес, який полягає у поступовому використанні цифрових технологій у діяльності різних економічних суб'єктів. Цифрові технології впливають як таких окремих суб'єктів, так і загалом на функціонування соціальних систем. Сучасне суспільство поступово змінюється в результаті такого впливу. Особливо він відчувається і спостерігається у функціонуванні національної економіки. Це пов'язано з тим, що цифрові технології формують значні імпульси до економічного розвитку суб'єктів господарювання, дозволяють значно зменшити їхні витрати, створювати нові продукти, послуги з метою задоволення попиту споживачів.

Зазначимо, що в сучасному суспільстві цифровізація є об'єктивним процесом, який активно розвивається відповідно до інновацій, які сьогодні розробляються у функціонуванні різних типів інформаційних систем. Цифровізація являє собою складний процес розробки та адаптації цифрових технологій, що формується еволюційно й поступово поширюється на різні сфери функціонування сучасного суспільства. У кожній із таких сфер існують власні специфічні ознаки, які також визначають і особливості використання цифрових технологій, їхні можливості до покращення умов для розвитку таких сфер. При цьому цифрові технології і взагалі сам процес цифровізації завжди супроводжується і наявністю різних ризиків, загроз, які можуть виникати й негативно впливати на стабільність роботи суспільних систем, домогосподарств, підприємств і різних установ.

Цифровізація сьогодні – це не лише процес впровадження цифрових технологій в усталенні моделі функціонування окремих систем, здійснення конкретних процесів. Це концепція, яка змінює усталені моделі взаємодії між суб'єктами, трансформує безпосередньо умови функціонування систем прийняття управлінських рішень. Саме це і відрізняє цифровізацію від процесу

інформатизації, який більше стосується активного впровадження інформаційних технологій у діяльність суб'єктів господарювання.

Серед специфічних рис цифровізації як невід'ємного процесу розвитку сучасного суспільства можна виокремити, на наше переконання, такі:

- створюються нові способи формування цінностей у суспільстві й особливо в економічних системах;
- підвищується значення інформації як стратегічного ресурсу, який використовується для розвитку суспільних систем;
- інформація стає активом, який можна продавати, використовувати для здійснення економічної діяльності;
- зростає швидкість обробки інформації, швидкість її передачі, використання, обробки, що є важливою компонентою процесу імплементації цифрових технологій у функціонуванні різних соціальних систем;
- віртуалізація взаємодії між суб'єктами суспільних систем, частковий перехід таких систем у віртуальний простір;
- зростає важливість цифрових платформ, які є результатом проникнення цифрових технологій у суспільні відносини;
- значно підвищується роль репутації у функціонуванні різних суспільних систем;
- підвищення рівня автоматизації процесів, які пов'язані з прийняттям управлінських рішень, що ґрунтується на результатах глибокого аналізу наявних даних та інформації про господарські процеси;
- цифровізація сприяє виникненню нових сфер, галузей національного господарства, нових видів людської діяльності, які поступово розвиваються і стають невід'ємними компонентами розвитку сучасного суспільства;
- цифровізація сприяє значному зростанню обсягів інформації, даних, що відбувається за рахунок переводу паперової форми в електронну й через зростання масштабів акумуляції нових даних про різні аспекти суспільного життя;

- підвищується швидкість взаємодії, прискорюється процес прийняття рішень економічними суб'єктами, поглиблюються можливості аналізу альтернативних рішень, підходів, варіантів та пропозицій;
- зростає рівень транспарентності інформації про економічних суб'єктів, окремі підприємства, установи, організації;
- значною мірою цифровізація залежить від якості функціонування цифрової інфраструктури, матеріальних об'єктів, які підтримують складний процес руху інформаційних ресурсів;
- відбувається вдосконалення цифрових технологій, розширюється потенціал цифровізації для використання розвитку суспільних систем;
- цифровізація формує вимоги до цифрових компетентностей споживачів інформаційних ресурсів, формує цифрові ризики для їхнього стабільного існування і частково приводить до виникнення цифрової нерівності в суспільстві, яка полягає в нерівномірному доступі різних суб'єктів до інформаційного простору та цифрових технологій [12; 187, с. 66-67; 26, с. 814; 25, с. 354-355; 45; 206; 127, с. 45; 185].

Розглянемо детальніше наслідки цифровізації для функціонування сфери фінансових послуг, у межах якої відбувається значна конкуренція між фінансовими установами за клієнтів, у тому числі кредиторами і позичальниками. Такі наслідки розглянемо з двох ракурсів: яким чином цифрова цифровізація вплинула на сам процес надання фінансових послуг та яким чином цифровізація вплинула на функціонування самих фінансових установ, тобто фінансовий бізнес загалом, управління такими установами. Відповідна інформація представлена на рис. 1.5.

Цифрові технології також вплинули й на процеси забезпечення конкурентоспроможності фінансових установ, змінили підходи до формування кон'юнктури ринку фінансових послуг. Високий рівень цифровізації фінансових послуг сприймається клієнтами як обов'язковий елемент їхньої взаємодії із фінансовою установою. Відповідно цифровізація є складовою процесу формування конкурентоспроможності банківських, небанківських фінансово-

кредитних установ. Це підвищує їхню зацікавленість у використанні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, оскільки конкуренція на ринку фінансових послуг серед зазначених установ завжди була високою.

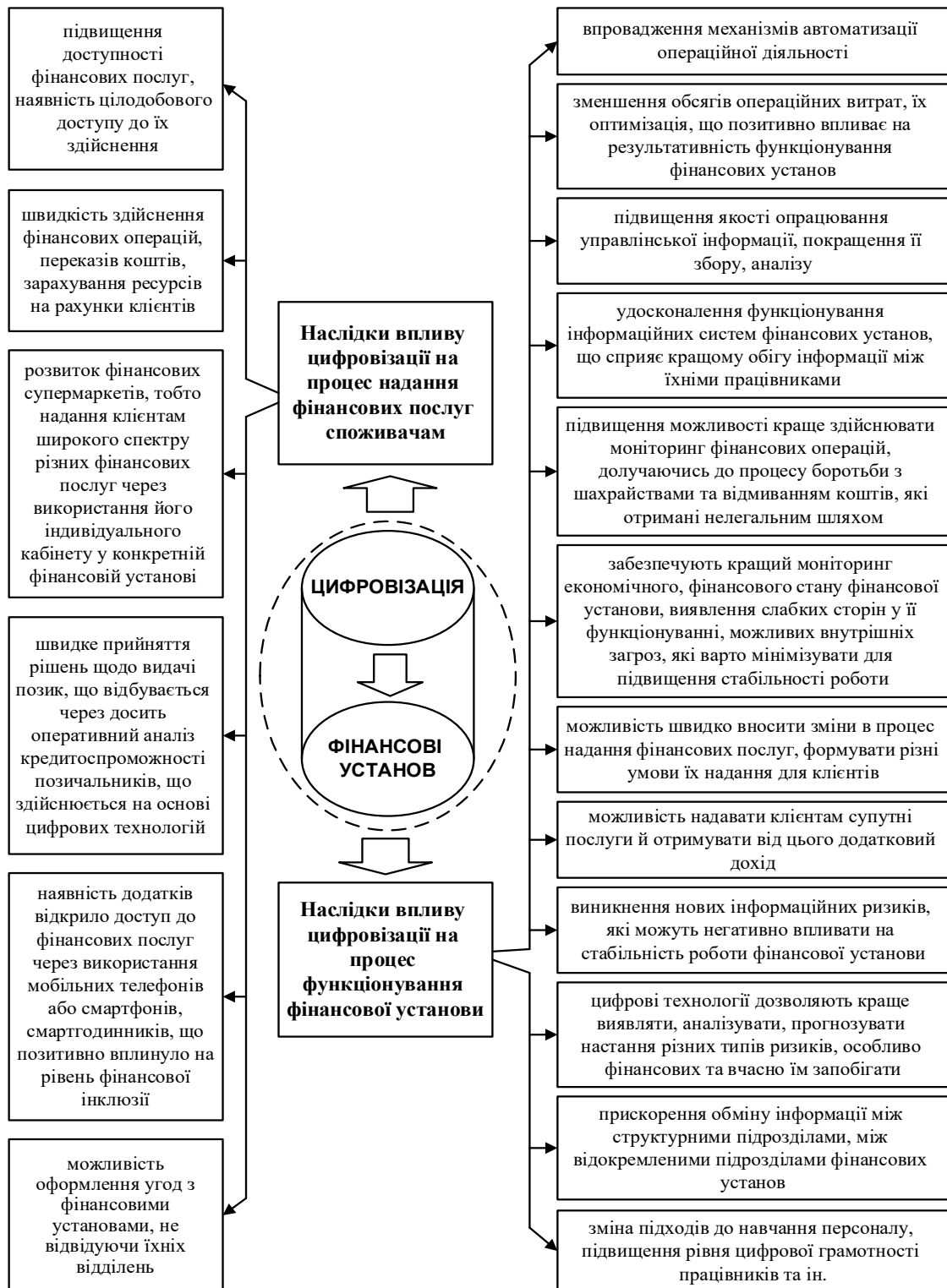


Рис. 1.5 – Наслідки цифровізації для функціонування сфери фінансових послуг

Джерело: систематизовано автором.

Відповідно цифровізація дозволяє фінансовим установам забезпечити власний розвиток, посісти провідну роль у функціонуванні окремих сегментів ринків фінансових послуг, сформувати репутацію як інноваційної установи, яка постійно розвивається, удосконалюється і впроваджує нові інформаційні інновації.

Цифровізація в сучасних умовах відіграє важливу роль у формуванні конкурентних переваг фінансових установ, що відбувається таким чином:

- використання цифрових технологій дозволяє запропонувати більш інноваційні фінансові продукти, які споживачі можуть використовувати у віртуальному просторі, мати постійний доступ до власних рахунків, у будь-який час здійснювати розрахунки і т. ін.;

- використовуючи цифрові технології, фінансові установи, особливо кредитні установи, мають змогу швидко визначати ліміти позик своїм клієнтам на основі якісного аналізу їхнього фінансового стану;

- цифровізація сприяє персоналізації сфери фінансових послуг, більш широкому спектру фінансових продуктів, які пропонуються окремим сегментам споживачів або взагалі окремим клієнтам фінансових установ;

- можливість підписання фінансових угод з фінансовою установою в мережі інтернет також є конкурентною перевагою і підвищує доступність послуг такої установи для клієнтів;

- наявність індивідуальних кабінетів клієнтів, інтерфейс яких зрозумілий та зручний, надає можливість створення шаблонів платежів, здійснювати автоматичні розрахунки, спрощувати споживачам рутинні операції щодо оплати щомісячних платежів;

- важливу роль також відіграє зручність офіційного сайту фінансової установи, його інтуїтивна простота; сайт може змінюватися відповідно до потреб клієнтів, їхньої фінансової поведінки, демонструючи при його відвідуванні окремим споживачам різну інформацію;

– через власні кабінети клієнти мають можливість використовувати значний спектр фінансових послуг, які можуть надаватися різними фінансовими установами, незважаючи на співпрацю з конкретним банком або небанківською установою;

– цифрові технології значним чином сприяли підвищенню ролі репутації у функціонуванні фінансових установ, що особливо є важливим, враховуючи можливість клієнтів залишати в мережі Інтернет і соціальних мережах, відгуки про фінансову установу, про якість обслуговування, якість фінансових продуктів, їх доступність, що впливає на ухвалення рішень клієнтів щодо використання послуг таких установ тощо;

– цифрові технології змінили модель маркетингової діяльності фінансових установ, сьогодні використання саме цифрових інструментів у продажу фінансових послуг є важливою перевагою і можливістю збільшити обсяги фінансових послуг;

– цифрові технології дозволяють побудувати більш ефективну систему відносин із клієнтами, що в підсумку впливає на їхню лояльність, підвищувати рівень довіри до фінансових установ і це у підсумку формує позитивний імідж і потенційні можливості залучення нових клієнтів [56; 66; 74; 92; 103; 114; 150].

Формування конкурентних переваг полягає не лише у використанні цифрових технологій як сучасного тренду, невід'ємного елементу підвищення ефективності роботи фінансових установ, але й у раціональності застосування таких технологій, створені дійсно інноваційних цифрових продуктів, рішень. Конкурентна перевага полягає у використанні цифрових технологій для формування нових інноваційних підходів, які ще не були використані іншими фінансовими установами у своїй діяльності. Саме тоді можна говорити про те, що фінансова установа дійсно володіє певними конкурентними перевагами, а не просто є конкурентоспроможною на ринку фінансових послуг, на якому функціонують аналогічні до такої установи інші суб'єкти господарювання.

Окреслене й ускладнює сам процес формування таких переваг і вимагає від фінансових установ залучення кваліфікованих, талановитих фахівців як у сфері цифровізації, так і у сфері розробки фінансових продуктів.

Сучасні підходи, що використовуються менеджментом банківських установ, ґрунтуються на активному впровадженні у процес надання фінансових послуг цифрових технологій, що забезпечують багатофункціональну трансформацію операційних процесів банку. Основними напрямками цифровізації процесу надання послуг споживчого кредитування виступають біометрична ідентифікація громадян під час оформлення кредиту, здійснення онлайн-платежів та переказів з використанням сайту та мобільного застосунку. Обидва напрямки забезпечують зручність та швидкість процесу обслуговування, проте потребують додаткового захисту даних, що формує умови для використання цифрових технологій і у сфері кіберзахисту.

Широке використання цифрових технологій отримала на першому етапі сфера послуг споживчого кредитування, а саме під час аналізу ринку потенційних споживачів, прогнозу збільшення прибутковості банківської діяльності за рахунок впровадження нових кредитних продуктів та модернізації процесу комунікацій із клієнтами. Дотримання зазначеного бізнес-тренду сприятиме отриманню конкурентної переваги на ринку споживчого кредитування тими банками, які впроваджують адаптивні інструменти в умовах зовнішніх змін та планують реалізацію цифрових механізмів розвитку.

Попри прибутковість споживчого кредитування, воно, як зазначалося, має достатньо високий ступінь ризику, що пояснюється швидкими змінами фінансового стану клієнта внаслідок певних непередбачуваних обставин, які не належать до форс-мажорних та пов'язані зі зміною соціального статусу (розірвання шлюбу, зміна або втрата роботи), що доводить важливість обліку індивідуальних психологічних та етичних особливостей позичальника з метою подальшого зменшення ступеня ризику. В умовах розвитку процесів цифровізації громадяни мають право на швидке, зручне та якісне задоволення

потреб у споживчому кредиті, у свою чергу, банки мають забезпечити надання своєчасної та достовірної інформації про позику, з метою зменшення ступеня ризику оцінювати платоспроможність клієнта, сприяти своєчасному погашенню кредиту. Використання цифрових технологій сприятиме розвитку нових каналів продажу кредитної послуги, проте формує вигідну конкурентну позицію по кожному напрямку, що допомагає розширити кошик пропозицій для клієнта. Водночас можливе збільшення операційних ризиків унаслідок недостатнього рівня компетентності персоналу щодо використання цифрових технологій.

Свідченням переходу традиційної моделі управління банківською установою до цифрової та трансформації процесу надання кредитних послуг виступає швидкість інтеграції цифрових технологій у всі сфери функціонування ринку фінансових послуг. Поширення технологій штучного інтелекту дозволяє надавати якісні кредитні послуги з одночасною оптимізацією витрат. Персоніфікація як принцип цифрового кредитування передбачає розвиток особистого кабінету клієнта, де відображається вся інформація про кредит, розмір, умови, термін погашення, а також у режимі онлайн відображається рух грошових коштів.

Нестабільність зовнішнього середовища зумовлює впровадження підходів стратегічного управління, які адаптуються до умов високого ступеня невизначеності функціонування. Пріоритетними стратегічними напрямками, що реалізуються в межах політики цифровізації банку, вважаються оптимізація процесу взаємодії «банк-клієнт» на основі цифрових інструментів, а також цифровізація процесу управління наданням послуги споживчого кредитування, що передбачає трансформацію управління комплексом бізнес-процесів банку.

Цифровізація суспільства та поширення цифрових технологій у всі сфери економічної діяльності формують такі сценарії організації процесу надання банками фінансових послуг (рис. 1.6).



Рис. 1.6 – Сценарії організації процесу надання банками фінансових послуг

Джерело: сформовано автором.

Функціонування банку в цифровому середовищі пов'язане з виникненням альтернативних кредитних платформ, які виступають, з одного боку, ефективним інструментом комунікацій між кредитором і позичальником, а з іншого – розглядається як канал, що може бути суттєвим конкурентом на ринку. Зважаючи на переваги та недоліки кожного з каналів, політика у сфері регулювання ринку споживчого кредитування має забезпечувати збалансоване використання обох каналів (рис. 1.7).

Процеси бізнес-аналітики, що отримали поштовх до розвитку в умовах цифровізації, використовують додаткові джерела інформації в процесі надання споживчого кредиту. Алгоритми кредитного скорингу, що використовують технології «великих даних», підвищують точність оцінювання платоспроможності клієнтів на основі обробки більш деталізованої інформації в порівнянні з інформацією, отриманою із традиційних каналів [216].



Рис. 1.7 – Порівняльна характеристика традиційного й альтернативного каналів надання послуги споживчого кредитування

Джерело: сформовано за [216].

Банк отримує доступ до даних операцій страхування, розмірів страхових відшкодувань, стану комунальних рахунків, записів у соцмережах, що дозволяє сформувати комплексний пакет інформації про клієнта. Використання подібних технологій порушує конфіденційність споживача. Особливе значення кредитний скоринг має для кредитів ФОП та кредитів на придбання вартісних товарів, у тому числі іпотечних кредитів. При цьому зростає запит на спеціальні програми обробки та аналізу інформації, а також програми захисту інформації.

Як уже зазначалося, у сучасних умовах цифрові технології відіграють важливу роль у розвитку фінансових, зокрема і банківських установ. Цифровізація сьогодні проникла вже в усі операційні процеси таких установ і особливо цифрові технології активно використовуються в кредитній діяльності комерційних банків.

Потенціал цифрових технологій дозволив значним чином змінити загалом сферу споживчого кредитування, що безпосередньо вплинуло на функціонування ринку споживчого кредитування і загалом процес формування конкуренції між фінансовими установами на такому ринку. Враховуючи, що сьогодні кредитні установи використовують цифрові технології на всіх етапах надання кредитів домогосподарствам, ефективність їх використання та можливість налагодження відповідних операційних процесів є одним із чинників забезпечення продуктивності роботи зазначених установ.

Серед наслідків активного використання банківськими установами цифрових технологій у сфері надання споживчих послуг можна виділити наступні:

- виникнення нових учасників ринку споживчого кредитування, які активно сьогодні пропонують різні види позик домогосподарствам, наприклад цифрові платформи, FinTech-компанії, необанки, що у підсумку лише посилює конкуренцію на цьому ринку;

- цифровізація є невід'ємною складовою для організації процесу надання споживчих послуг. Усі банківські установи активно використовують інформаційно-комунікаційні технології в цьому напрямку, щоб відповідати тим трендам, які вже сформувалися на ринку споживчого кредитування і сприймаються позичальниками як обов'язкові;

- підвищення доступу кредитних ресурсів для домогосподарств, враховуючи зростання кількості кредиторів, які готові брати на себе більші ризики, ніж, наприклад, банківські установи;

– віртуалізація процесу отримання, повернення кредитних ресурсів, оцінки кредитоспроможності позичальників, надання інформаційних послуг домогосподарствам. Рішення приймаються досить швидко на основі інформації з різних джерел про потенційних клієнтів, а саме з даних, які у відкритому доступі, внутрішніх джерел інформації кредитної установи, даних з бюро кредитних історій та інші джерела;

– зростання можливостей глибше оцінювати кредитні ризики, які пов'язані з видачею споживчих кредитів, впроваджувати складні моделі оцінки кредитоспроможності, враховуючи значно більший потенціал цифрових технологій для проведення такого аналізу, що у підсумку позитивно впливає на функціонування загалом ринку споживчого кредитування, зменшує кількість прострочених позик, підвищує ефективність роботи кредитних установ. Це в підсумку приводить до зменшення рівня інформаційної асиметрії;

– для кредитних установ цифровізація дозволяє оптимізувати операційні процеси, зменшити обсяги паперового документообігу, поглибити власний потенціал щодо надання кредитних послуг значній кількості потенційних клієнтів, використовуючи автоматизовані процеси оформлення договорів, підтримки взаємозв'язку з клієнтами, що позитивно впливає на обсяги доходів, а отже, прибутків від кредитної діяльності;

– забезпечення транспарентності взаємодії між кредитними установами та позичальниками, що полягає в наданні всієї інформації про графік погашення позик, залишки за кредитами, нараховані відсотки та ін. Це насамперед підвищує довіру між кредиторами та позичальниками, сприяє забезпеченню їхніх прав відповідно до чинних законодавчих норм [96; 10, с. 243-244; 46; 61; 70; 119, с. 131-132; 105; 164].

Загалом вплив цифровізації, як засвідчує вже сформований досвід використання цифрових технологій банківськими установами в процесі надання споживчих послуг домогосподарства, є неоднозначним і

супроводжується, з одного боку, значним покращенням умов отримання таких позик, проте при цьому виникає значна кількість інформаційних цифрових ризиків, які пов'язані із забезпеченням конфіденційності персональної інформації про клієнтів банківських установ, мінімізації шахрайських дій, які сьогодні все активніше проявляються на ринку споживчого кредитування. Віртуалізація фінансової сфери і постійна доступність кредитних ресурсів також впливають на модель прийняття рішень домогосподарствами про отримання позик, підвищується рівень імпульсивності покупок, а отже, і залучення кредитних коштів. З іншого боку, цифровізація підвищує рівень фінансової інклюзії, тобто доступності кредитних ресурсів різним верствам населення, які мають здатність також використовувати такі ресурси. Це у свою чергу змінює підходи та погляди цих суб'єктів на процес кредитування, використання кредитними продуктами. Паралельно змінюються вимоги до цифрових продуктів банківських установ. Домогосподарства вже сприймають результати цифровізації сфери фінансових послуг як об'єктивно існуючі й обов'язкові для їхнього використання комерційними банками.

Наприклад було проведено дослідження про схильність різних вікових категорій громадян до використання послуг онлайн-банкінгу. Відповідно при проведенні відповідного опитування 97 % представників покоління Millennials відповіли, що вони користуються цією послугою. Серед споживачів покоління Of Gen Xers таких було 91 %. Відповідно це лише підтверджує той факт, що в подальшій своїй роботі фінансові установи повинні враховувати таку ситуацію, розуміти високий рівень зацікавленості своїх споживачів у використанні саме цифрових фінансових послуг. Також детальний аналіз споживчих потреб цих категорій клієнтів є важливим і для формування подальших конкурентних переваг фінансових установ. У довгостроковій перспективі, оскільки саме ці громадяни стануть найбільшими споживачами фінансових послуг. У табл. 1.7 представлені основні характерні риси споживання фінансових послуг Millennials та Of Gen Xers.

Основні характерні риси споживання фінансових послуг

Millennials та Of Gen Xers

Of Gen Xers	Millennials
<ul style="list-style-type: none"> – менш схильні використовувати цифрові технології для розрахунків, активно відвідують відділення фінансових установ; – володіють значними обсягами вже накопичених фінансових ресурсів, отримують пасивний дохід; – схильні до менш ризикованих стратегій вкладення власних коштів; – довіряють більш традиційним банкам, є прив'язка до бренду; – обирають більш стабільні плани витрачання накопичених коштів, отримання доходів, їх диверсифікація; – не схильні робити непланові покупки або загалом значні витрати; – не використовують активно смартфони, комп'ютери для здійснення платежів та отримання інших фінансових послуг; – менш зацікавлені у використанні кредитних ресурсів, позики беруться усвідомлено, не так часто на споживчі потреби; – ведуть вже більш осілий спосіб життя, тому зацікавлені у стабільності, надійності фінансових установ, важливим є наявність довіри до таких установ; – досить часто скептично ставляться до онлайн-послуг фінансових установ, не довіряючи таким способам отримання їхніх послуг; – більш досвідчені у фінансовому плануванні, оскільки мають тривалішу історію взаємодії з різними типами фінансових установ, досвід протидії наслідкам фінансових криз; – менш вимогливі до технологічних рішень, швидкості фінансових операцій; – не достатньо мають знань про нові види фінансових інструментів (наприклад, криптовалюти); – значну увагу приділяють безпеці трансакцій та важливості кіберзахисту, включаючи захист своїх персональних даних та ін. 	<ul style="list-style-type: none"> – активно використовують цифрові технології при здійсненні фінансових операцій; – купують значну кількість товарів, послуг онлайн, що впливає і на фінансову поведінку, схильність до онлайн-витрат; – є активними споживачами фінансових послуг, які активно користуються кредитними продуктами, іпотекою, страховими продуктами; – зацікавлені в поступовому примноженні власних активів, тому готові вкладати кошти в інвестиції; – готові більше ризикувати з метою отримання більших обсягів доходів; – використовують часто смартфони для здійснення фінансових операцій, взаємодії з фінансовими компаніями; – позитивно ставляться до цифрових технологій, незважаючи на негативні аспекти їх використання; – здійснюють активну модель споживчої поведінки, зацікавлені у збільшенні власних активів або можливостей до примноження фінансових ресурсів; – притаманний рухливіший спосіб життя, переїзди між країнами, в межах країни, відповідно онлайн-послуги є дуже зручними; – досить швидко можуть змінювати фінансову установу через більш привабливі умови та якість обслуговування, відсутність прив'язки до бренду; – менше схильні відвідувати фізичні відділення, зацікавлені у використанні послуг онлайн фінансових установ (необанки, наприклад); – більш схильні використовувати послуги не лише класичних фінансових установ, але і FinTech-компаній, інших установ, які надають ліцензовані фінансові послуги; – вважають, що фінансові установи повинні долучатися до реалізації соціальних, екологічних заходів, підтримувати проекти, що пов'язані зі сталим розвитком та ін.

Джерело: систематизовано автором на основі [230; 239].

Банківські установи, використовуючи цифрові технології, дійсно мають значні можливості для підвищення якості надання споживчих кредитів домогосподарствам, одночасно забезпечуючи й ефективність власної операційної роботи, мінімізуючи кредитні ризики, які виникають при наданні такої послуги. Фактично всі банківські установи сьогодні використовують цифрові технології, оскільки вони безпосередньо визначають результативність та конкурентоспроможність їх на ринку фінансових послуг. Відповідно сформувати конкурентні переваги на ринку споживчого кредитування банківським установам сьогодні досить складно. Усі вони мають доступ фактично до тих самих цифрових технологій, мають можливість змінювати окремі параметри кредитів, які вони пропонують домогосподарствам, а це є основні напрями забезпечення формування конкурентних переваг. Саме тому забезпечити власну конкурентоспроможність і наявність певних переваг у порівнянні з конкурентами на сьогодні можливо лише через удосконалення внутрішніх процесів, які пов'язані з наданням споживчих позик. Серед ключових напрямків формування конкурентних переваг банківських установ на основі використання цифрових технологій можна виокремити такі:

- використання сучасних методів та інструментів цифрового маркетингу для продажу відповідних кредитних продуктів, що здійснюється через використання насамперед смартфонів, мобільних застосунків банківських установ, push повідомлень;

- швидкий процес прийняття рішення про видачу кредитних ресурсів домогосподарством, що здійснюється в онлайн режимі на основі мінімальних даних про клієнта;

- швидкість видачі позик клієнтам на основі недостатньої інформації про них може призводити на перший погляд до зростання рівня кредитного ризику та ймовірності неповернення позик, проте саме використання цифрових технологій дає можливість глибше і краще аналізувати інформацію з інших джерел про потенційного позичальника й на основі використання спеціальних технологій ухвалювати зважені рішення, незважаючи на невеликий обсяг початкової інформації, яку надає сам клієнт;

- цифрові технології дають можливість банкам формувати персоналізовані кредитні продукти на ринку споживчого кредитування і пропонувати їх різним групам клієнтів, диференціюючи їх за рівнем доходу, місцем роботи, місцем проживання, віком тощо. Такий підхід дає змогу чіткіше задовольнити потреби клієнтів у кредитних продуктах, впроваджувати диференційований підхід до визначення основних параметрів таких позик і в підсумку забезпечити отримання більшого доходу від їх надання;

- гнучкість системи розробки кредитних продуктів дозволяє більш швидко реагувати на зміни в соціальному, економічному середовищі і пропонувати відповідні продукти для різних категорій клієнтів, які матимуть потребу у кредитних ресурсах. Використання цифрових технологій для аналізу кредитних продуктів конкурентів лише посилює можливості банку запропонувати більш вигідні умови кредитування потенційним клієнтам;

- ефективне використання цифрових технологій для аналізу кредитних ризиків оцінки кредитоспроможності позичальників призводить у підсумку до зменшення рівня неплатежів за позиками, а це у свою чергу дає можливість банкам знижувати відсоткову ставку за кредитами, залучаючи більшу кількість клієнтів;

- цифрові технології розширюють можливості банків для підтримки постійних взаємозв'язків з клієнтом, як у процесі кредитних відносин, так і після завершення погашення зобов'язань за кредитними договорами. Побудова міцних та довірчих відносин з позичальниками є базою для розвитку споживчого кредитування, оскільки домогосподарства періодично мають потребу у додаткових фінансових ресурсах [4; 82; 91; 98; 140; 167].

Використання цифрових технологій не є сьогодні запорукою високого рівня конкурентоспроможності банківської установи, оскільки такі технології використовуються фактично всіма комерційними банками, проте ефективність застосування таких технологій безпосередньо залежить від кадрового потенціалу цих фінансових установ, управлінської моделі прийняття рішень щодо впровадження інновацій як в систему управління, так

і в систему продажу фінансових продуктів. Спроможність банківської установи максимально використовувати потенціал цифрових технологій у своїй діяльності й визначає його можливості формувати конкурентні переваги на ринку фінансових послуг у сучасних умовах. Саме тому комерційні банки сьогодні приділяють значну увагу залученню висококваліфікованих фахівців у сферу інформаційно-комунікаційних технологій.

Таким чином, формування конкурентних переваг банківськими установами на ринку споживчого кредитування через активне використання цифрових технологій є важливою умовою забезпечення цього напрямку діяльності зазначених установ, є об'єктивно необхідним для отримання очікуваних доходів від надання зазначених позик домогосподарствам. Ринок споживчого кредитування є висококонкурентним і можна з впевненістю говорити цифровим, оскільки інформаційно-комунікаційні технології відіграють провідну роль у продажу відповідних кредитних продуктів, забезпеченню ефективності кредитної діяльності банків у цьому напрямку їхньої роботи.

Висновки до розділу 1

1. Досліджено основні теорії, в яких розглядається науковцями сутність категорії «споживчих кредит», а саме: класична теорія кредиту, капіталотворча теорія кредиту, кейнсіанська теорія кредиту, монетарна теорія кредиту, інституціональна теорія кредиту, поведінкова теорія кредиту. Це дало можливість також конкретизувати окремі підходи до розуміння змісту зазначеної категорії, а саме: економічний, фінансовий, поведінковий, правовий, психологічний, соціологічний, політологічний та інформаційний.

2. Систематизовано погляди вчених на розуміння сутності поняття «споживче кредитування», аналіз яких дозволив визначити ознаки споживчого кредиту як об'єкта дослідження та конкретизувати ключові принципи надання

таких позик кредитними установами домогосподарствам. У підсумку споживчий кредит запропоновано розуміти як сукупність фінансових відносин, що виникають між кредитором і позичальником з приводу надання першому грошових коштів або інших матеріальних цінностей для задоволення особистих, сімейних, домашніх та інших подібних потреб, не пов'язаних зі здійсненням підприємницької діяльності.

3. Проведено класифікацію споживчих кредитів та виокремлено наступні ознаки, за яким було виділено їх окремі види: за цільовим призначенням, за способом отримання, за терміном кредитування, за видом забезпечення, за способом погашення, за видом кредитора, за об'єктом кредитування, за типом валюти. Детальний аналіз такої класифікації дозволив визначити базові підходи до розуміння сутності «ринку споживчого кредитування», а саме: системний, просторовий, сегментний, інституціональний та ресурсний, розглянуто їх зміст.

4. Обґрунтовано модель ринку споживчого кредитування, що реалізовано через використання системного підходу. У межах такої системи виокремлено основні сегменти зазначеного ринку, його суб'єктів та описано особливості взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища. Результати аналізу дозволили у подальшому визначити специфічні риси ринку споживчого кредитування та проаналізувати особливості економічної діяльності основних кредиторів на такому ринку, а саме банківських і небанківських кредитних установ.

5. Розглянуто наукові підходи до розуміння сутності категорії «конкурентоспроможність банківської установи», що в подальшому дало можливість обґрунтувати її зміст на мікро-, мезо- та макрорівнях, враховуючи універсальний характер такої категорії та можливість її використання в дослідженні різних економічних систем.

6. Виокремлено основні типи конкурентних переваг банківських установ, серед яких визначено наступні: цінові, репутаційні, технологічні, організаційні, фінансові, маркетингові та кадрові. Детальний аналіз таких

видів конкурентних переваг дозволив також конкретизувати напрямки їх формування банківськими установами в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

7. Запропоновано класифікацію конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, в рамках якої виокремлено такі класифікаційні ознаки: за економічним змістом, за рівнем охоплення, за характером, за тривалістю формування, за тривалістю, за можливістю адаптації, за етапом взаємодії з банківською установою, за роллю у розвитку кредитної діяльності банку, за впливом на рівень фінансового ризику, за рівнем інноваційності, за складністю формування. Це у подальшому дало можливість визначити основні особливості формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування.

8. Розглянуто сутність цифровізації та специфічні її риси, що дало можливість обґрунтувати вплив цифрових технологій на сучасний розвиток сфери фінансових послуг, описати роль цифровізації у формуванні конкурентних переваг фінансових установ та конкретизувати ключові напрями формування конкурентних переваг комерційних банків на основі використання цифрових технологій на ринку споживчого кредитування.

Основні результати дослідження опубліковані в таких наукових роботах [140; 141; 142; 143; 175; 196; 198].

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКОГО СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ ТА РОЛІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЙОГО ТРАНСФОРМАЦІЇ

2.1. Сучасний стан розвитку банківського споживчого кредитування в Україні

Споживче кредитування є невід'ємною складовою діяльності банківських установ. У сучасних умовах через механізм такого кредитування комерційні банки мають здатність задовольняти потреби населення у фінансових ресурсах, тим самим підвищуючи рівень їхнього добробуту, формуючи нові імпульси для розвитку споживання в країні, а отже, і економічної активності.

Розвиток ринку споживчого кредитування в Україні ніколи не був лінійним, а зазнавав як позитивних, так і негативних етапів власного функціонування. Значною мірою це зумовлено значним переліком внутрішніх, зовнішніх чинників, досить часто неекономічних, які здійснювали потужний вплив на функціонування комерційних банків, їхню здатність та зацікавленість у здійсненні споживчого кредитування.

У сучасних умовах ринок споживчого кредитування, як уже зазначалось, перебуває в досить складних умовах економічного, соціального розвитку країни, проте при цьому комерційні банки зацікавлені в розвитку такого виду кредитування, конкурують між собою та намагаються задовольняти потреби передусім добросовісних і фінансово спроможних клієнтів у додаткових фінансових ресурсах. Цифровізація, зміна соціального стану домогосподарств сьогодні здійснюють вагомий вплив на розвиток ринку споживчого кредитування. Проте для більш чіткого розуміння тих тенденцій, які відбувалися у функціонуванні такого ринку протягом останніх років, доцільно

провести більш ґрунтовний аналіз тих змін, трансформацій поведінки кредиторів, позичальників у межах такого ринку. Це й буде реалізовано в межах поточного підрозділу дисертаційної роботи.

Ринок споживчого кредитування в Україні має тривалу історію власного становлення, розвитку та трансформації. На різних етапах економічного розвитку країни функціонуванню такого ринку були притаманні різні умови, тенденції, можливості для кредиторів та безпосередньо позичальників. Проте якщо загалом розглянути початкові умови, коли виникали відносини між кредиторами та позичальниками з приводу руху фінансових ресурсів через механізм споживчого кредитування від банківських установ домогосподарствам, то можливо виокремити такі історичні передумови формування ринку банківського споживчого кредитування:

- формування банківської системи України, створення центрального банку;
- формування ринкового середовища, у якому комерційні банки почали активно функціонувати та конкурувати між собою;
- поступова стабілізація макроекономічної ситуації в країні;
- формування попиту домогосподарств на споживчі кредити, підвищення рівня фінансової обізнаності щодо можливостей отримання таких позик;
- формування законодавчої основи для розвитку споживчого кредитування в країні;
- зростання рівня довіри домогосподарств до функціонування банківських установ після кризи довіри 90-х років;
- вихід значної кількості іноземних банків на вітчизняний ринок банківських послуг, які активно почали розвивати саме напрям споживчого кредитування;
- розвиток товарного ринку, зміна моделі споживання домогосподарств, бажання придбати товари тривалого використання;
- наявність високого попиту на іпотечне кредитування, що значним чином стимулювало розвиток будівельної галузі України;

- формування системи банківського маркетингу та активне використання доступних маркетингових інструментів для залучення клієнтів з метою надання їм позик;

- розробка банківськими установами різних видів кредитних продуктів: класичні позики домогосподарствам, овердрафт, карткові позики тощо;

- розвиток банківської інфраструктури, особливо структурних підрозділів у різних регіонах країни;

- недостатньо якісний підхід банківських установ до оцінки кредитоспроможності позичальників, що на початкових етапах позитивно вплинуло на динаміку розвитку ринку споживчого кредитування. Проте згодом це призвело до формування системної кризи у сфері іпотечного кредитування та в інших напрямках надання позик домогосподарствам [127; 90; 124; 104].

Таким чином, попри складну економічну ситуацію в країні, непередбачуваність подальших змін у функціонуванні національного господарства, фінансової системи, нерозуміння банківськими установами стабільності фінансування країни міжнародними партнерами, міжнародними фінансовими організаціями, ринок споживчого кредитування розвивається досить швидкими темпами. Банківські установи намагаються долучатися до видачі таких позик, конкуруючи між собою та з іншими кредитними установами. Такий розвиток супроводжується постійним вдосконаленням якості надання кредитних послуг, розробкою інноваційних кредитних продуктів, у яких банківські установи намагаються гармонійно вбудовувати можливості цифрових технологій для підвищення рівня конкурентоспроможності таких продуктів.

Розглянемо детальніше етапи розвитку ринку споживчого кредитування в Україні. Такий розвиток відбувався в декілька етапів і, враховуючи специфіку функціонування зазначеного ринку, можна серед них передусім виокремити такі (рис. 2.1).



*Рис. 2.1 – Основні етапи розвитку ринку
банківського споживчого кредитування в Україні*

Джерело: систематизовано автором на основі [51; 17, с. 153-155; 132].

На першому етапі, який орієнтовно тривав з початку 90-х років і до початку 2000-х років, насамперед відбувалося відродження кредитних відносин у країні після існування радянської системи. Для цього етапу були притаманні передусім такі особливості:

- формування національної фінансової системи, поступовий перехід від планової до ринкової економіки;
- високий рівень макроекономічної нестабільності, гіперінфляція та відсутність стабільної національної валюти;
- поступове формування законодавчої основи для функціонування банківської системи, зокрема і здійснення кредитних операцій комерційними банками;
- низький дохід переважної більшості домогосподарств, відсутність масового кредитування;
- низький рівень ліквідності банківських установ, що значним чином ускладнювало реалізацію ними кредитних операцій;

- відсутність законодавства саме про споживче кредитування, механізмів захисту прав кредиторів, позичальників;

- непомірно висока вартість кредитних ресурсів та високий рівень недовіри домогосподарств до діяльності банківських установ.

Загалом перший період становлення ринку банківського споживчого кредитування характеризується значним рівнем турбулентності фінансових відносин у країні, що безпосередньо було пов'язано з нестабільністю та кризовими явищами в розвитку промисловості, сільського господарства та інших галузей. Економічні наслідки руйнування господарських відносин з економічними суб'єктами, які залишилися на території інших країн, лише поглиблювали високий рівень макроекономічної нестабільності в країні, що не дозволяло забезпечити стабільне функціонування фінансової системи. Проте поступово в процесі реформування такої системи спостерігалися процеси стабілізації функціонування фінансової системи, створення нових інститутів, функціонування яких у подальшому відіграло ключову роль у нормалізації кредитних відносин у країні.

Другий період функціонування ринку банківського споживчого кредитування доцільно визначити з початку 2000-х років і до 2007 року. Традиційно цей період у функціонуванні зазначеного ринку прийнято завершувати настанням світової фінансово-економічної кризи, наслідки якої були надзвичайно складними й безповоротними для функціонування вітчизняних банківських установ і загалом сфери кредитування. Для цього періоду специфічними рисами можна виокремити такі:

- стрімкий розвиток ринку, банківські установи почали відігравати ключову роль в економічному розвитку країни;

- зростання зацікавленості комерційних банків у наданні послуг домогосподарствам, особливо кредитних послуг для задоволення високого рівня споживчих потреб цих економічних суб'єктів;

- стабільність макроекономічної ситуації в країні сприяла й активному розвитку банківської системи, формуванню високого попиту на кредитні ресурси, у т. ч. і на довгострокові позикові кошти;
- банківські установи активно створювали нові кредитні продукти, а саме карткові продукти, овердрафт та ін.;
- досить швидко збільшилася мережа банківських структурних підрозділів, відділень представництв, що позитивно вплинуло на рівень доступності кредитних продуктів для різних категорій клієнтів;
- почалася більш тісна взаємодія банківських установ з торговельними компаніями;
- вихід значної кількості іноземних банків на ринок споживчого кредитування саме в сегмент роздрібного кредитування, що сприяло підвищенню конкуренції між банками за надійних і кредитоспроможних клієнтів;
- початок формування кредитної інфраструктури та ін.

Другий етап розвитку ринку банківського споживчого кредитування характеризується надвисокими темпами видачі позик домогосподарствам на різні потреби, зародженням окремих сегментів такого ринку та їх швидке зростання. При цьому незначна увага банками приділялась питанням управління кредитними ризиками, що у майбутньому негативно вплинуло на їхню роботу, стабільність функціонування та здатність протидіяти непередбачуваним кризовим загрозам.

Також у цей період сформувалася певна культура взаємодії банківських установ та клієнтів. Більшість домогосподарств стали клієнтами комерційних банків, хоча раніше взагалі не використовували такі послуги, лише періодично сплачуючи комунальні платежі.

Наступний етап розвитку ринку банківського споживчого кредитування можна визначити як кризовий. Негативний вплив фінансово-економічної кризи на розвиток України значним чином вплинув і на функціонування банківських установ, стабільність їхньої роботи та безпосередньо потенціал кредитувати

економічних суб'єктів. З іншого боку, погіршення фінансового стану клієнтів зазначених установ також ускладнило їхні можливості щодо обслуговування як раніше вже отриманих кредитів, так і нових позик. Для цього періоду можна виокремити такі особливості у функціонуванні ринку банківського споживчого кредитування:

- споживче кредитування стало сферою формування нових системних ризиків загалом для функціонування банківської системи;

- значним чином зменшилась ліквідність комерційних банків та наявність у них фінансових ресурсів для активного кредитування економіки;

- макроекономічна нестабільність передусім супроводжувалася девальвацією національної валюти, що дуже негативно вплинуло на ринок валютних позик;

- зниження темпів економічного розвитку супроводжувалося зростанням рівня безробіття, неможливістю значної кількості клієнтів банківських установ обслуговувати кредитні зобов'язання, що досить швидко привело до утворення значних обсягів простроченої заборгованості;

- банківські установи підвищили вимоги до клієнтів, які бажали отримати нові позики;

- багато банків зупинили взагалі послуги кредитування домогосподарств, сфокусувавши увагу на реструктуризації раніше виданих позик та активній роботі із позичальниками щодо їх повернення;

- активну роль почали відігравати колекторські компанії у сфері кредитування, послугами яких банківські установи досить активно користувалися. Окремі з них створили свої колекторські компанії для обслуговування прострочених позик за кредитами домогосподарством;

- банківські установи отримали значні обсяги збитків через неефективну кредитну політику, недосконалі системи ризик-менеджменту, особливо в частині правильної оцінки фінансового стану домогосподарств;

- сформувався новий імпульс до розвитку кредитної інфраструктури з поглиблення співпраці між банками для виявлення шахраїв, неплатоспроможних клієнтів;

- значним чином була втрачена довіра клієнтів до банківських установ, особливо їхніх кредитних послуг.

Цей етап розвитку ринку банківського споживчого кредитування є одним із найскладніших загалом за всю історію функціонування такого ринку в Україні. Це була перша системна криза, яка почалася після років активного нашвидкого зростання економіки країни, банківського сектору України, активного залучення іноземного капіталу до банківської системи. Відповідно, після років високих темпів розвитку різке зниження через формування кризових явищ було більш відчутним та болючішим для всіх учасників зазначеного ринку [11; 58].

Наступний етап у функціонуванні ринку банківського споживчого кредитування пов'язаний із поступовим відновленням роботи комерційних банків насамперед у сфері кредитування економічних суб'єктів. Орієнтовно цей етап відбувався у 2010-2013 роках. Для його характерні такі особливості:

- поступове відновлення ринку банківського споживчого кредитування;
- стабілізація макроекономічного стану в країні, що позитивно вплинуло на функціонування комерційних банків;
- зміна підходів банківських установ до організації кредитних операцій, вимог до потенційних позичальників;
- впровадження механізмів ризик-орієнтованого управління, особливо у частині оцінки фінансового стану потенційних клієнтів;
- погіршення фінансового стану домогосподарств та глибока недовіра до банківських установ вплинули на формування попиту на кредитні ресурси;
- фактично напрям іпотечного кредитування, кредитування дорогих товарів зазнав кризових наслідків і темпи їхнього відновлення були наднизькими;

- банки змінили власні підходи до управління кредитними портфелями, віддаючи перевагу якості таких портфелів, мінімальним обсягам проблемної заборгованості, а не темпам зростання обсягів виданих споживчих позик;
- зміна підходів до здійснення валютного кредитування, різкий спад обсягів такого кредитування, заборона на видачу валютних позик домогосподарствам, які не мали надходжень у відповідних валютах;
- комерційні банки продовжили витрачати значну кількість ресурсів, часу для роботи з непрацюючими кредитами, здійснюючи реструктуризацію, пролонгацію строків погашення позик;
- значним чином зросла вартість кредитних ресурсів, що також негативно вплинуло на відношення домогосподарств до нових позик;
- частково змінилися і модель кредитної поведінки домогосподарств, багато з них зіштовхнулися з неспроможністю обслуговувати власні позики, відмовилися від кредитних послуг банківських установ, намагаючись використовувати лише власні фінансові ресурси.

Наступним етапом розвитку ринку банківського споживчого кредитування є етап з 2014 по 2015 роки. Це був етап глибоких кризових явищ в економіці України, у т. ч. у функціонуванні фінансової системи, діяльності банківських установ, що безпосередньо вплинуло і на стабільність функціонування зазначеного ринку. Анексія АРК, проведення АТО у східних областях України, недосконале управління національною економікою та низькі обсяги золото-валютних резервів призвели до складних для країни економічних наслідків, які супроводжувалися політичними, соціальними турбулентними процесами [244]. Серед особливостей цього періоду доцільно визначити такі:

- втрата банківськими установами власне структурних підрозділів, представництв, які залишилися на окупованих територіях;
- зменшення кількості потенційних клієнтів, які також залишилися в АРК, східних регіонах країни;

– значне погіршення макроекономічної ситуації в країні, що супроводжувалося зниженням темпів ВВП, різкою девальвацією гривні (курс гривні щодо долара США зменшився з 10 грн за 1 \$ до 27-40 грн за 1 \$);

– макроекономічна нестабільність вплинула на фінансовий стан домогосподарств, погіршення їхньої кредитоспроможності й відповідно неможливість отримувати позики від банківських установ;

– нестабільність також вплинула на відношення домогосподарств до споживчих кредитів, вартість яких стала дуже високою;

– ситуація з довгостроковими валютними позиками, які були видані ще до 2007 року, значним чином ускладнилася знову, що призвело до дефолтів за такими позиками;

– значна кількість банківських установ була в примусовому порядку виведена з ринку через неправомірні дії та невиконання норм чинного законодавства щодо здійснення банківської діяльності;

– банківські установи насамперед сфокусували увагу на забезпеченні власної платоспроможності та ліквідності, дотримання нових норм НБУ щодо цих показників;

– довгострокове кредитування фактично зупинилося, залишилися лише роздрібне кредитування, надання невеликих позик домогосподарствам у готівці, видача кредитних карток з невеликим лімітами;

– банківські установи змушені були сформувати високі обсяги резервів під проблемні кредити, що ускладнило їхню господарську діяльність, здатність формувати прибуток;

– значним чином ускладнилася регуляторна політика НБУ, підвищились вимоги до транспарентності власників банківських установ, організації систем ризик-менеджменту;

– банківські установи стали ще обережнішими в частині надання позик клієнтам, пропонуючи такі кредити під дуже високі відсотки.

Загалом окреслений етап розвитку ринку банківського споживчого кредитування був дуже складним, трансформаційним і, на відміну від попереднього кризового періоду, призвів до кардинальних змін у функціонуванні банківських установ, загалом банківської системи країни. Різке зменшення кількості комерційних банків супроводжувалося складними процесами їх виведення з ринку, повернення коштів домогосподарств, які були передані таким банкам через депозитні, ощадні інструменти. Обсяги споживчого кредитування різко зменшилися, увага банків була сфокусована на боротьбі з проблемною заборгованістю та підвищенні рівня власної фінансової стабільності.

Наступний етап розвитку ринку банківського споживчого кредитування тривав з 2016 по 2019 роки й характеризувався поступовим відновленням такого ринку після надскладного періоду його функціонування у 2014-2015 роках. Для цього етапу притаманними були такі особливості:

- поступова стабілізація макроекономічної ситуації в країні та відновлення банківського споживчого кредитування;
- поступове зростання доходів населення, а отже, і покращення їхнього фінансового стану, спроможності обслуговувати споживчі позики;
- кредитування надавалося в національній валюті;
- зростання динаміки розвитку незабезпечених кредитів, передусім надання позик у готівці;
- банківські установи намагалися знайти компроміс між динамікою зростання портфеля споживчих кредитів та рівнем кредитних ризиків, які супроводжували таке зростання, надаючи перевагу ефективному управлінню такими ризиками;
- банківські установи продовжували витрачати значні кошти для формування резервів під проблемні позики, які виникли на попередньому етапі функціонування ринку споживчого кредитування, що значним чином вплинуло на рівень їхнього фінансового потенціалу;

- комерційні банки змінили підхід до маркетингу кредитних послуг, відійшовши від моделі агресивного маркетингу;
- підвищується рівень конкуренції між банками за надійних кредитоспроможних клієнтів;
- активно банківські установи починають використовувати цифрові технології у власній діяльності, у тому числі й у сфері споживчого кредитування та ін. [153; 197; 199]

Наступний етап розвитку ринку банківського споживчого кредитування супроводжувався зниженням темпів економічного розвитку країни, що було зумовлено коронакризою. При цьому COVID-2019 став тригером для розвитку цифрових технологій банківськими установами, що в подальшому змінило традиційні моделі надання послуг такими установами, підходи до розробки кредитних продуктів, взаємодії з клієнтами, організації власної операційної діяльності цими установами. Цей етап відбувався в Україні з 2020 по 2021 роки. Для нього характерними є такі особливості:

- зменшення попиту на кредитні продукти банківських установ з боку домогосподарств;
- економічна, соціальна нестабільність призвели до зниження доходів домогосподарств, тобто погіршення їхнього фінансового стану;
- домогосподарства частково відкладали власні плани щодо придбання дорогівартісних товарів, нерухомості, інших об'єктів, що планували здійснювати за рахунок залучення кредитних ресурсів;
- погіршення фінансового стану супроводжувалася також і погіршенням можливостей домогосподарств обслуговувати раніше отримані позики, що знову від банків вимагало проведення реструктуризації, впровадження гнучких графіків повернення позик, пролонгації кредитів та використання інших способів мінімізації обсягів прострочених кредитів;
- відбувається поступове зменшення вартості позик, які в попередні періоди були аномально високі, що реалізовано з метою стимулювання економічної активності в країні розвитку споживчого кредитування;

- поступове відновлення зацікавленості домогосподарств в кредитах готівкою, зростання ролі незабезпеченого кредитування;
- відновлення пропозиції кредитних ресурсів зі сторони банківських установ, зміна підходів до встановлення кредитних лімітів;
- споживче кредитування почало відігравати ключову роль у формуванні прибутків банківських установ, а це супроводжувалося підвищенням значного рівня конкуренції між цими установами;
- удосконалення методів, інструментів оцінювання фінансового стану домогосподарств, розширення джерел відкритої інформації про цих економічних суб'єктів;
- активне використання цифрових технологій, розвиток мобільних застосунків банківських установ, зміна підходів до маркетингу кредитних продуктів, підтримки взаємозв'язку з клієнтами через чатботи, соціальні мережі, месенджери;
- зростання вимог клієнтів до кредитної діяльності банківських установ, підвищення вимог до швидкості ухвалення рішень про отримання позик, зарахування коштів на рахунки клієнтів, можливість дострокового погашення кредитів;
- відбувається поглиблення взаємодії банківських установ з FinTech, іншими цифровими компаніями, які надають фінансові послуги, що в підсумку позитивно впливає на якість споживчих кредитів, швидкість їх надання та рівень доступності [220; 229; 232; 238].

Цей період у розвитку ринку банківського споживчого кредитування пов'язаний безпосередньо із глибокими трансформаційними процесами, які зумовлені насамперед цифровізацією загалом фінансової сфери, ринку фінансових послуг, банківської системи країни. Цифрові технології змінили як підходи споживачів кредитних послуг, їхні вимоги до моделі функціонування комерційного банку, в основі якої сьогодні знаходяться цифрові технології, їх використання, адаптація до всіх напрямів функціонування комерційного банку як окремого економічного суб'єкта. На наступних етапах роль цифровізації лише посилювалася в наданні споживчих кредитів домогосподарствам.

Наступний етап розвитку ринку банківського споживчого кредитування відбувався у 2022-2023 роках. Це етап виживання для банківської системи України. Військова агресія вплинула на всі сфери функціонування українського суспільства, зокрема і сферу фінансових відносин. Банківські установи зіштовхнулися з нетиповими, нетривіальними, складнопрогнозованими загрозами, з якими вони змушені були боротися, адаптуватися до тих реалій, які формувалися досить швидко, неочікувано й безповоротно. Значна кількість банківських установ зазнала руйнувань, втратили структурні підрозділи, частина фахівців залишилася на окупованих територіях, інших працівників необхідно було перевозити в більш безпечні місця. Для цього етапу розвитку банківського споживчого кредитування притаманними є такі особливості:

- зупинка споживчого кредитування;
- відновлення платоспроможності банківських установ;
- реструктуризація наявних позик, замороження нарахування відсотків за кредитами;
- банківські установи передусім сфокусувалися на забезпеченні стабільності власної операційної діяльності, підтримці здійснення розрахунків між економічними суб'єктами, що було дуже важливим в умовах надскладної економічної ситуації в країні;
- вагома увага була приділена підтримці функціонуванню банківської інфраструктури в тих регіонах, де не відбувалися бойові дії, куди перемістилася значна кількість громадян країни;
- повністю було зупинено надання довгострокових кредитів домогосподарствам;
- більш раціональний підхід до роботи з проблемною заборгованістю, враховуючи складність ситуації в країні, яка негативно впливала на фінансовий стан домогосподарств. Це дозволило унеможливити значне зростання проблемних позик та підтримати платіжну дисципліну;

– незважаючи на макроекономічну нестабільність загалом в українському суспільстві рівень довіри до банківських установ залишився на довоєнному рівні, що засвідчує ефективну роботу цих установ та їхню здатність виконувати покладені на них суспільством функції.

Етап шоку поступово змінився етапом відновлення функціонування банківських установ у всіх традиційних напрямках їхньої діяльності. Відновлення відбувалося у 2023-2025 роках [62; 152; 153; 197; 220; 232; 233; 238]. Для цього періоду характерними рисами є такі:

- поступово відновлення споживчого кредитування, збільшення лімітів за кредитними картками;
- підвищення ролі споживчого кредитування у формуванні прибутку банківських установ;
- значне посилення конкуренції між комерційними банками за платоспроможних клієнтів, що сприяло підвищенню якості обслуговування;
- адаптація кредитних продуктів до потреб домогосподарств, враховуючи зміну структури національної економіки, активний розвиток окремих сфер та галузей господарства, насамперед військової сфери;
- цифровізація стала невід'ємною складовою діяльності банківських установ і сприймається домогосподарствами як невід'ємна складова якісних кредитних продуктів;
- посилення ролі інших небанківських установ у наданні споживчих кредитів;
- оновлення методів, інструментів оцінки кредитних ризиків клієнтів через нові можливості цифрових технологій, використання елементів штучного інтелекту;
- висока вартість позикових ресурсів залишається для домогосподарств, враховуючи наявність значних ризиків для комерційних банків;
- банківські установи почали приділяти вагому увагу питанням кібербезпеки, шахрайства у сфері споживчого кредитування, забезпеченню власної інформаційної безпеки;

- поступово зароджується підхід до персоналізації кредитних продуктів, які можливі через активне використання цифрових технологій щодо більш детальної та глибокої оцінки фінансового стану позичальників;
- банківські установи значним чином зацікавлені в забезпеченні належного рівня власної фінансової стійкості, безпеки. Диверсифікація напрямків отримання доходів впливає на стратегії розвитку споживчого кредитування;
- спостерігається технологічна конкуренція між банківськими установами за клієнтів та ін.

Таким чином, аналіз окреслених вище етапів становлення, розвитку в Україні ринку банківського споживчого кредитування засвідчує складний процес такого розвитку, постійну трансформацію зазначеного ринку, його високий рівень залежності від макроекономічної ситуації в країні. При цьому діяльність банків на такому ринку може бути як стимулом до загалом економічного відновлення країни, забезпечення високих рівнів динаміки зростання ВВП, так і в його межах можуть формуватися складні системні кризові явища, які в підсумку призводять до економічних криз і складних наслідків для розвитку країни загалом.

Проведемо тепер більш детальне дослідження основних трендів розвитку банківського споживчого кредитування в Україні. Такий аналіз дозволяє більш конкретно зрозуміти основні тенденції та ті зміни, які відбувалися в межах ринку споживчого кредитування в Україні протягом останніх десяти років.

На рис. 2.2 представлено інформацію про обсяг кредитів, які видані домогосподарствам банківськими установами в Україні. З даних рис. 2.2 бачимо, що найбільший обсяг таких позик було видано у 2024 році, а саме 291,76 млрд грн. Окреслений показник чітко демонструє основні кризові явища й періоди відновлення ринку споживчого кредитування. Так, 2015-2016 роки стали роками найнижчого обсягу цього показника: у 2015 році він опустився з 211,21 млрд грн у 2014 році до 174,87 млрд грн у 2015 році й у

наступному 2016 році цей показник становив 163,3 млрд грн. Відновлення його також відбувалося поступово і показник 2014 року був перевищений лише у 2019 році.

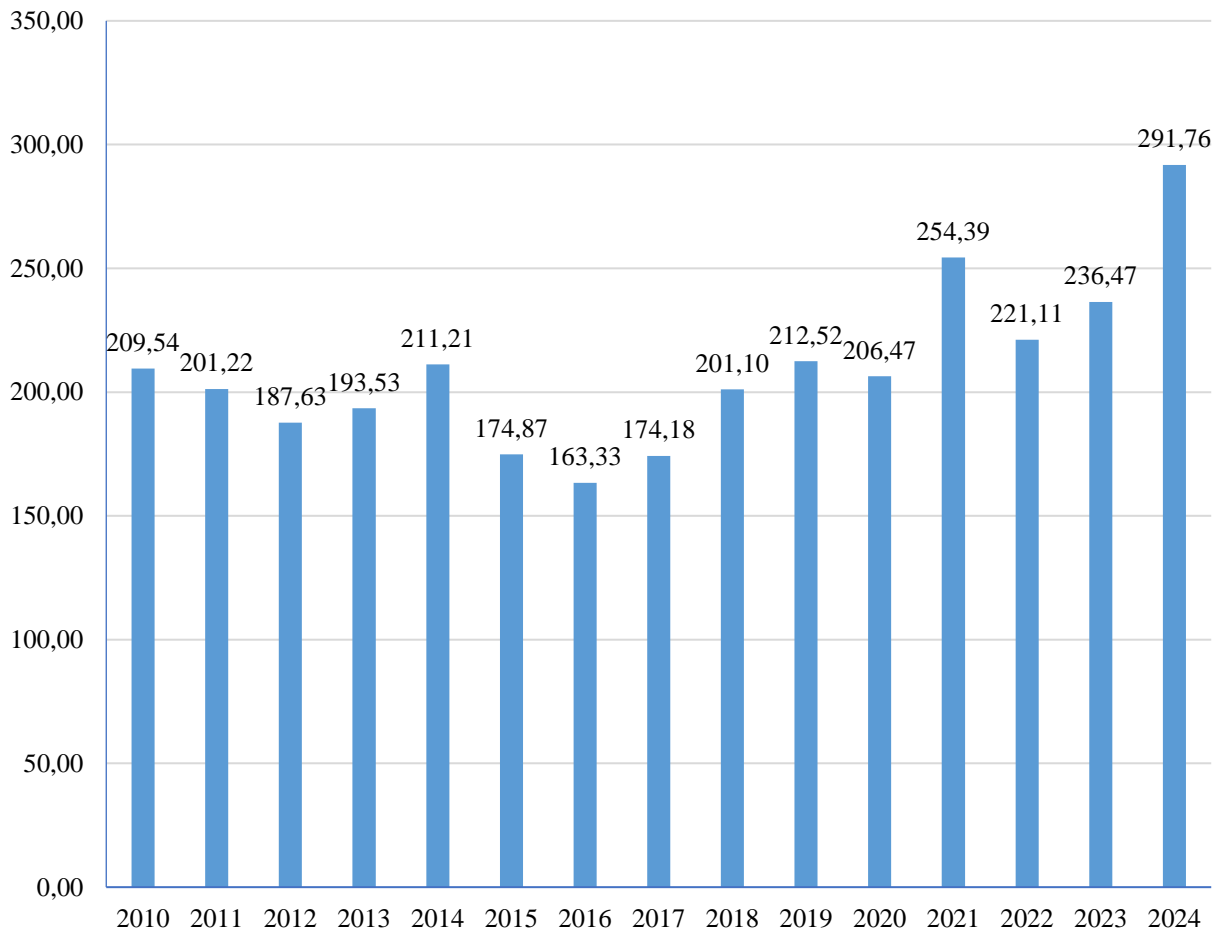


Рис. 2.2 – Обсяг кредитів, виданих домогосподарствам банківськими установами в Україні, млрд грн

Джерело: складено на основі інформації НБУ [99; 134].

З даних рис. 2.2 дуже чітко простежується вплив війни, коронакризи на показник обсягу кредитів банківського кредитування. У цей період відбувається спад зазначеного показника. Наприклад, у 2022 році він зменшився з 254,39 млрд грн до 221,11 млрд грн.

На рис. 2.3 представлено інформацію про питому вагу кредитів, які були видані домогосподарствами, у загальному обсязі банківських позик.

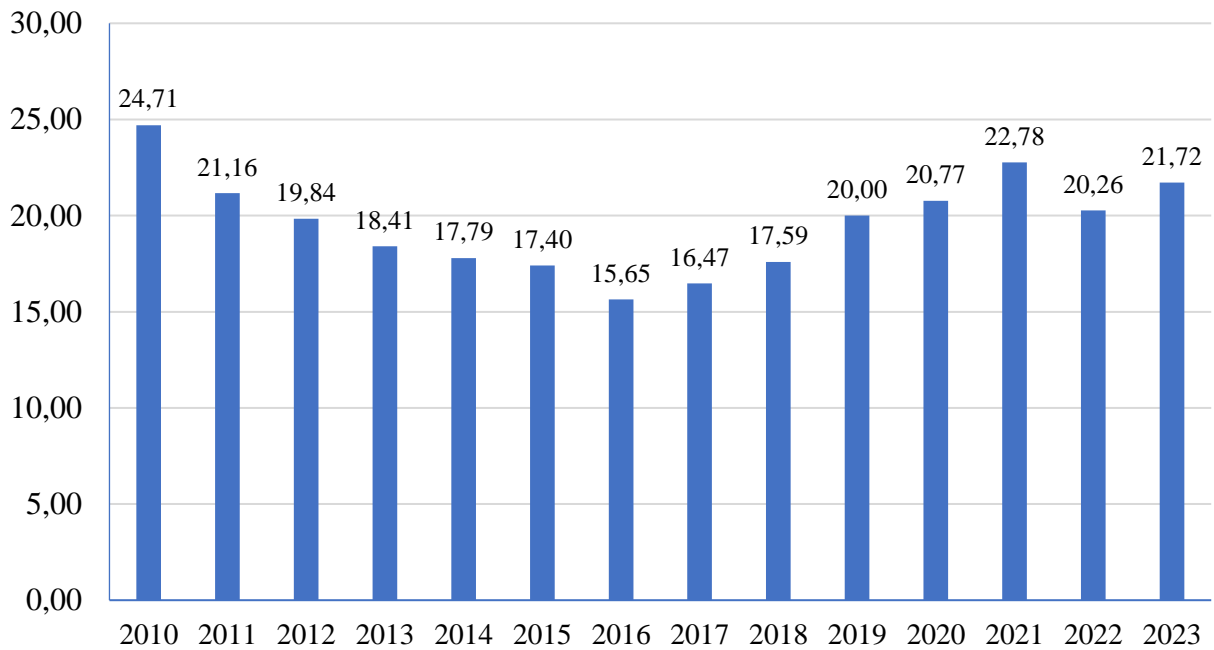


Рис. 2.3 – Питома вага кредитів, виданих домогосподарствам, у загальному обсязі банківських позик в Україні

Джерело: складено на основі інформації НБУ [134].

Як бачимо з даних рис. 2.3, найнижче значення зазначеного показника спостерігалось у 2016 році, а саме 15,65 %. Поступово цей показник збільшився до 2021 року до значення у 22,78 % з подальшим зменшенням у 2022 році. Загалом тренд зміни зазначеної частки засвідчує відношення банківських установ до видачі позик саме домогосподарствам. Якщо на кінець 2010-2011 років обсяг кредитів, виданих зазначеним суб'єктам, був суттєвим, то поступово в результаті негативного впливу банківської кризи в 2015-2016 роках його динаміка значним чином погіршувалася, і це засвідчує досить негативне ставлення банківських установ загалом до видачі позик домогосподарствам. Поступова нормалізація макроекономічної ситуації призвела до відновлення цього показника, хоча значення 2010 року і не було перевищено протягом усіх наступних років.

Проте окреслений показник є більш номінальний, оскільки відображає обсяги банківського споживчого кредитування у гривні на балансах банківських установ. При цьому макроекономічна ситуація звичайно в Україні

змінювалася і відповідно реальні обсяги зазначеного показника є абсолютно іншими. Лише девальвація гривні з 2010 по 2024 роки мала надзвичайно деструктивний вплив на реальні показники банківського споживчого кредитування в Україні. На рис. 2.4 представлено інформацію про цей показник.

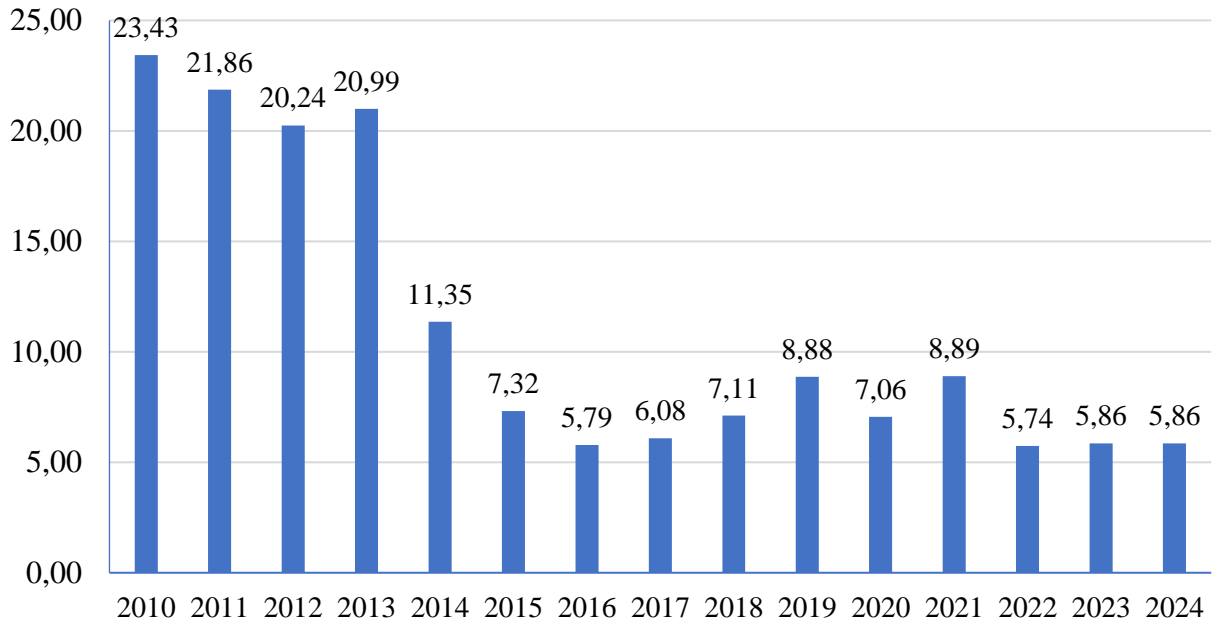


Рис. 2.4 – Обсяг кредитів, виданих домогосподарствам банківськими установами в Україні, млрд дол. США

Джерело: складено на основі інформації НБУ [134].

Як бачимо з даних рис. 2.4 реальні обсяги виданих домогосподарствам банківськими установами кредитів після 2014 року значним чином зменшилися. На кінець 2024 році цей показник склав 5,86 млрд доларів США, що є одним із найменших показників за весь період, за який проводиться аналіз. Найбільші значення окреслений показник демонстрував у 2010 році, а саме 23,43 доларів США. Після цього відбувається постійне його зменшення, особливо це спостерігається у 2014 і наступних роках. При цьому показник навіть 2014 року у розмірі 11,35 млрд доларів США протягом наступних десяти років не було перевищено. Це засвідчує, що реально обсяги банківського споживчого кредитування в країні значним чином зменшилися, незважаючи на те, що номінальні показники засвідчують абсолютно іншу

ситуацію. Періодично у 2019-2021 роках спостерігаємо відновлення зазначеного показника. Проте саме період коронакризи і початок війни призвели до його різкого зменшення у 2020 та 2022 роках.

На рис. 2.5 представлено дані про динаміку обсягів виданих банківськими установами позик домогосподарствам в Україні.

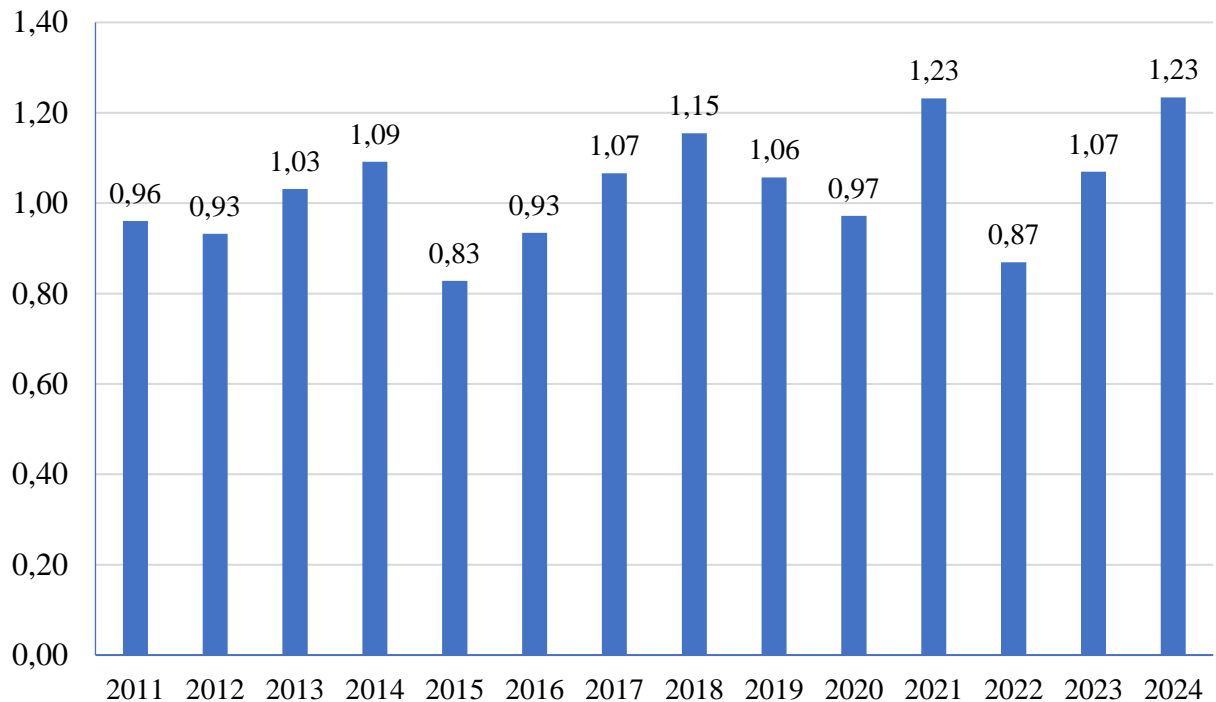


Рис. 2.5 – Динаміка обсягу виданих банківськими установами позик домогосподарствам в Україні

Джерело: складено автором самостійно за даними [134].

Таким чином з даних рис. 2.5 чітко простежуються періоди розвитку банківського кредитування домогосподарств в Україні й періоди значного спаду цього показника. Зазначимо, що найбільша динаміка цього параметра спостерігається у 2021 та 2024 роках. Це може бути пов'язане насамперед з тим, що база порівняння для розрахунку показника динаміки могла бути просто заниженою і це загалом підтверджується даними попередніх років – 2020 та 2022 років, коли спостерігаємо значне зниження динаміки розвитку кредитування домогосподарств в Україні банківськими установами. Також засвідчимо, що представлені дані демонструють, що найгіршими періодами для розвитку зазначеного виду кредитування були 2015 та 2022 роки, коли

спостерігався реальний спад обсягів видачі позик домогосподарствам. Фактично в ці періоди відбувається значне згортання видачі банками позик, що пов'язано з різними макроекономічними чинниками.

Цікавою також є інформація про питому вагу виданих банківськими установами позик домогосподарствам. Відповідна інформація наведена на рис. 2.6.

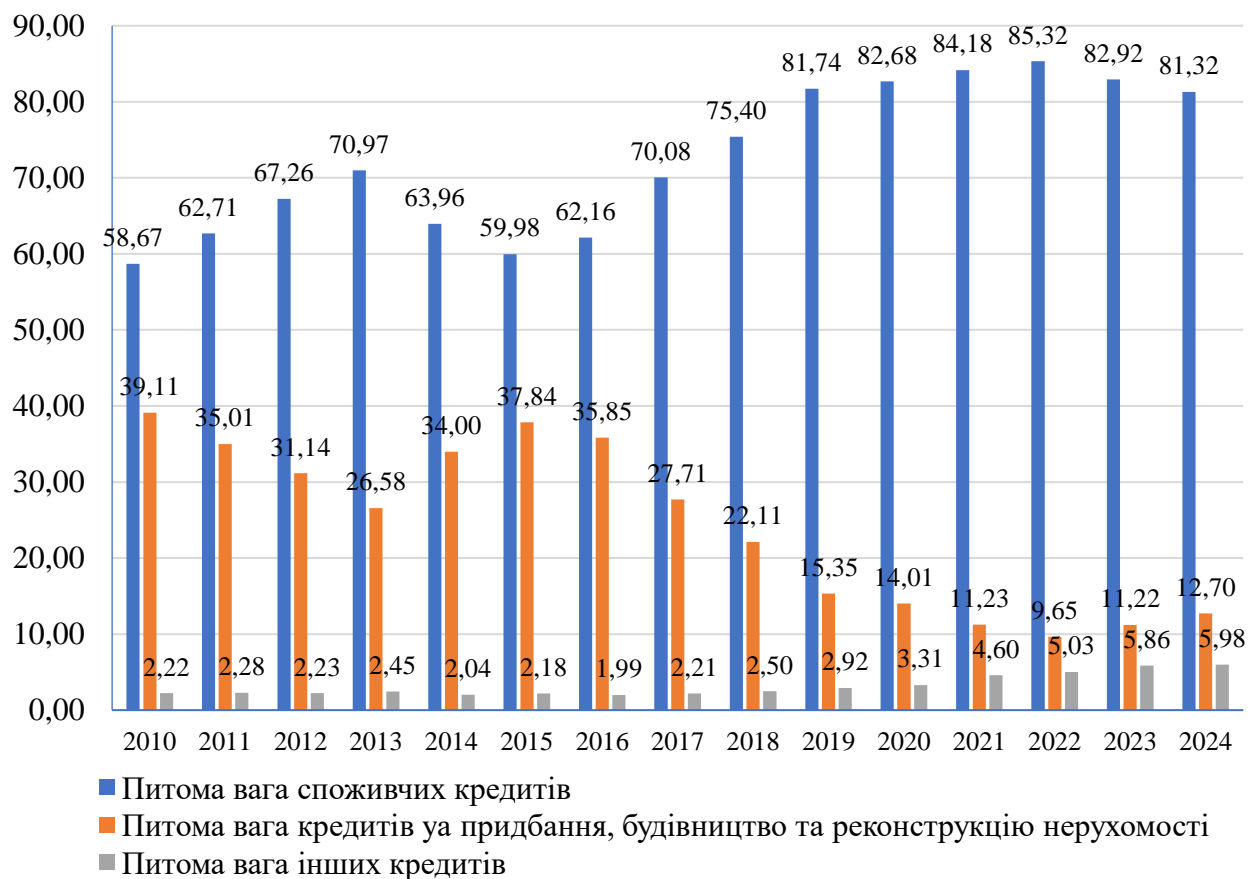


Рис. 2.6 – Структура виданих банківськими установами позик домогосподарствам

Джерело: складено на основі інформації НБУ [134].

З даних рис. 2.6 можемо зробити висновок, що найбільшу питому вагу у структурі виданих банківськими установами позик домогосподарствам займають споживчі кредити. У 2024 році питома вага цих позик становила 81,32 % у загальному обсязі наданих позик комерційними банками домогосподарствам. Проте така ситуація була не завжди і до 2015 року спостерігаємо різні періоди зростання та зменшення питомої ваги споживчих

кредитів. Роль кредитних позик, які були видані для придбання, будівництва та реконструкцію нерухомості також була досить вагомою. У 2016 році наприклад цей показник становив 35,85 %, коли питома вага споживчих кредитів 62,16 %. З наведених даних чітко простежується значне зниження питомої ваги кредитів на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості, яке спостерігалось з 2017 по 2024 роки.

На рис. 2.7 наведено інформацію про динаміку обсягу споживчих кредитів. Цей показник номінований саме у млрд гривень, що відображає його номінальний характер.

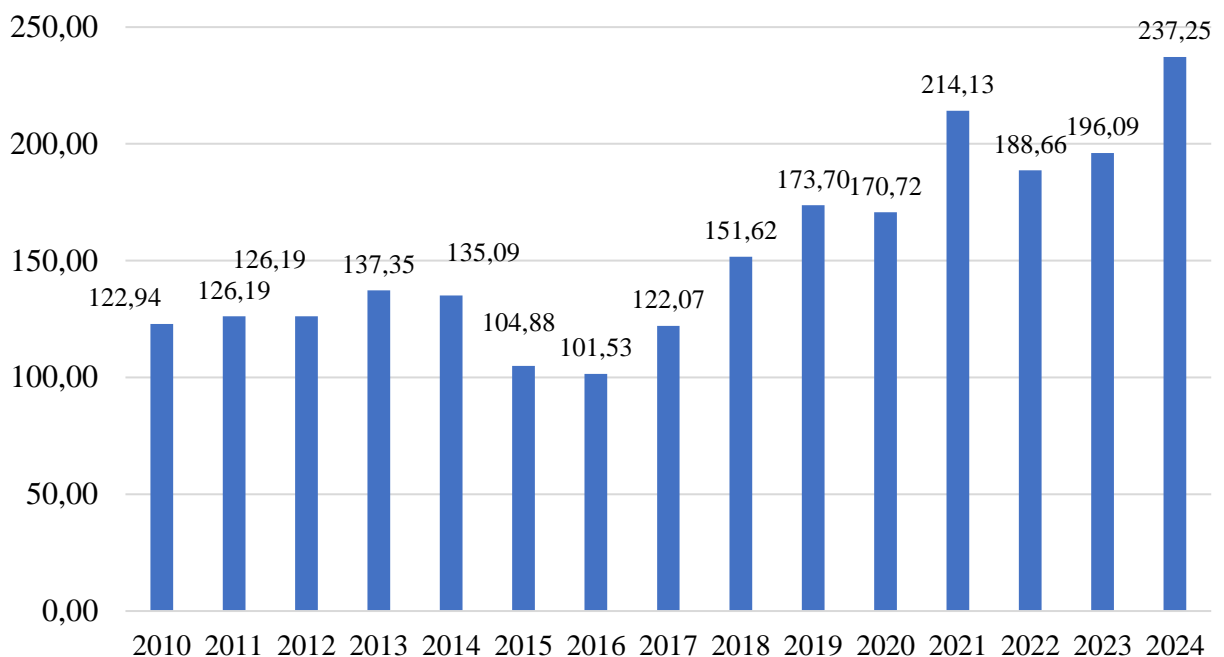


Рис. 2.7 – Обсяг споживчих кредитів, виданих банківськими установами домогосподарствам, млрд грн

Джерело: складено на основі інформації НБУ [134].

З даних рис. 2.7 бачимо зростання обсягу зазначених позик протягом 2010-2024 років. Якщо у 2010 році обсяг таких споживчих позик становив 122,94 млрд грн, то у 2024 році – вже 237,25 млрд грн, тобто зростання відбулося протягом чотирнадцяти років більш ніж удвічі. При цьому знову ж спостерігаємо значне зменшення цього показника у 2015-2016 роках, у 2020 та у 2022-2023 роках. Цікавим є показник саме за 2024 рік, який є найбільшим

показником за весь період видачі споживчих кредитів банківськими установами домогосподарствам. Це засвідчує відновлення довіри цих установ після шокових 2022-2023 років і поступове відновлення кредитування домогосподарств. У цей період кредити в першу чергу надавалися у вигляді готівки, карткових кредитів та інших досить ліквідних для використання позик.

Проте, якщо проаналізувати реальні обсяги споживчих кредитів, які видані банківськими установами домогосподарствам, то ситуація спостерігається абсолютно протилежною (рис. 2.8). Найбільший обсяг споживчих кредитів банківські установи видали саме у 2013 році, а саме – 17,18 млрд доларів США. У 2024 році цей показник склав 5,64 млрд доларів США, що фактично у три рази менше показника 2013 років. Загалом зрозуміло, що різке зниження реального обсягу споживчих кредитів у 2015-2024 роках пов'язане зі значною девальвацією національної валюти, оскільки вартість дол США збільшилася з 10 грн за 1 \$ у 2013 році до 40 грн за 1 \$ у 2024 році. Тобто знецінення гривні відбулося фактично у чотири рази. Звичайна ця ситуація вплинула на всі макроекономічні показники.

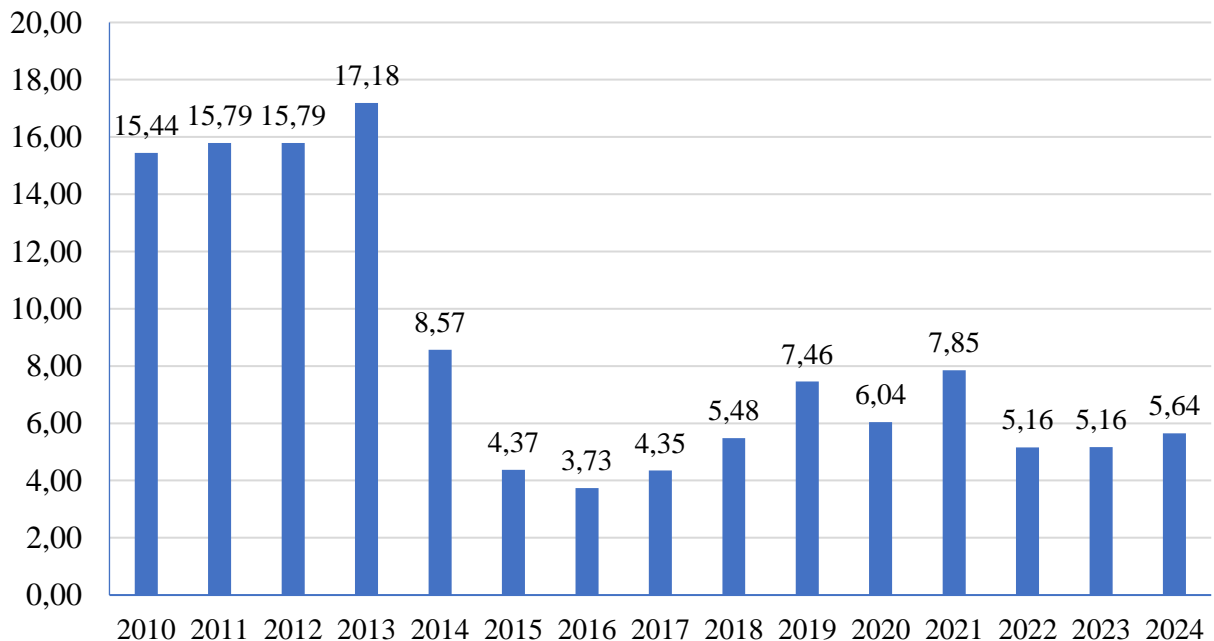


Рис. 2.8 – Обсяг споживчих кредитів, виданих банківськими установами домогосподарствам, млрд дол. США

Джерело: складено на основі інформації НБУ [134].

У таблиці 2.1 наведена інформація про терміни видачі споживчих кредитів домогосподарствам банківськими установами.

Таблиця 2.1

Обсяг споживчих кредитів, які видані банківськими установами домогосподарствам в Україні за термінами

Рік	усього	у тому числі за строками		
		до 1 року	від 1 року до 5 років ¹	більше 5 років
2010	122 942	23 138	32 297	67 507
2011	126 192	32 324	37 338	56 530
2012	125 011	35 874	41 678	47 460
2013	137 346	50 872	47 555	38 919
2014	135 094	51 769	40 928	42 398
2015	104 879	33 293	29 537	42 049
2016	101 528	34 255	27 850	39 423
2017	122 066	42 614	45 227	34 225
2018	151 625	69 734	49 171	32 719
2019	173 702	89 156	59 853	24 693
2020	170 719	88 391	58 937	23 391
2021	214 134	114 519	76 763	22 852
2022	188 656	109 933	54 653	24 071
2023	196 088	127 346	44 874	23 868
2024	237 253	159 895	55 201	22 157

Джерело: складено на основі інформації НБУ [134].

З даних таблиць 2.1 можемо зробити висновок, що протягом останніх чотирнадцяти років в Україні відбувається значне зменшення довгострокових позик, які видаються банками домогосподарствам, і зростання короткострокових кредитів до одного року. Якщо у 2010 році короткострокові кредити складали 23,14 млрд грн, а кредити понад п'ять років – 67,51 млрд грн, то на кінець 2024 року цей показник був наступним: кредити до одного року – 159,9 млрд грн, кредити понад п'ять років – 22,15 млрд грн. Ситуація підтверджує досить зрозумілий тренд банківського кредитування у 2010-2024 роках, який полягав у поступовому зменшенні довгострокового кредитування домогосподарств і зростанні пропозиції кредитних продуктів, що давало змогу використовувати швидкі кошти, проте отримувати їх під значні відсотки та на короткий період. Звичайно така ситуація не позитивно впливала на економічний розвиток країни, оскільки

відсутність довгострокового кредитування не дозволяла і забезпечити кредитними ресурсами довгостроковий розвиток економіки. З іншої сторони видача навіть короткострокових позик дозволяла задовольнити той попит домогосподарств на позикові ресурси, який існував у той період з урахуванням сформованої макроекономічної ситуації, моделі кредитної поведінки цих економічних суб'єктів.

У таблиці 2.2 наведено інформацію про обсяги кредитування домогосподарств банківськими установами в різних валютах надання таких позик.

Таблиця 2.2

Обсяг споживчих кредитів, виданих банківськими установами домогосподарствам за валютою кредитування, млрд грн

Рік	Усього	у тому числі у розрізі валют			
		гривня	долар США	євро	інші валюти
2010	122 942	52 478	67 033	1 873	1 558
2011	126 192	71 091	52 602	1 573	926
2012	125 011	85 384	37 751	1 181	695
2013	137 346	108 224	27 657	939	526
2014	135 094	95 763	37 357	1 168	808
2015	104 879	66 662	36 268	1 140	809
2016	101 528	64 859	34 901	1 034	734
2017	122 066	93 436	26 965	901	765
2018	151 625	125 413	24 796	771	645
2019	173 702	158 339	14 418	503	441
2020	170 719	157 589	12 077	525	528
2021	214 134	205 685	7 914	283	253
2022	188 656	181 781	6 325	285	266
2023	196 088	189 533	6 043	279	233
2024	237 253	231 038	5 704	289	222

Джерело: складено на основі інформації НБУ [134].

З даних таблиці 2.2 можемо зробити чіткі висновки про значне зменшення обсягів позик, які видані в іноземних валютах, насамперед в доларах США та євро у 2010-2024 роках. Цей тренд є закономірним, враховуючи деструктивні чинники від валютного кредитування, які проявилися саме після кризи 2007-2008 років. Різка девальвація національної валюти призвела до формування значних обсягів простроченої заборгованості

домогосподарств перед банківськими установами, що в підсумку вимагало від них формування і великих обсягів резервів під кредитні ризики і негативно вплинуло на фінансові результати роботи у наступні роки. Банківські установи, отримавши такий результат, змінили підходи до видачі валютних позик домогосподарствам, що і вплинуло на досить стрімке зростання виданих цими установами кредитів саме в національній валюті. Наприклад, на кінець 2010 року банками було видано 52,48 млрд грн у гривні, а вже на кінець 2024 року цей показник становив 231,04 млрд грн і фактично у структурі загальних споживчих позик, які видані банківськими установами, цей показник займає 97,38 %. Відповідно, протягом 2010-2024 років спостерігаємо зменшення позик, які видані не лише в доларах США, але і в інших валютах.

Таким чином, незважаючи на складну економічну, соціальну ситуацію в країні, непередбачуваність подальших змін у функціонуванні національного господарства, фінансової системи, нерозуміння банківськими установами стабільності фінансування країни міжнародними партнерами, міжнародними фінансовими організаціями, ринок споживчого кредитування розвивається досить швидкими темпами, банківські установи намагаються долучатися до видачі таких позик, конкуруючи між собою на такому ринку та з іншими кредитними установами. Такий розвиток супроводжується значною динамікою, постійним вдосконаленням якості надання кредитних послуг, розробкою інноваційних кредитних продуктів, у які банківські установи намагаються гармонійно вбудовувати можливості цифрових технологій для підвищення рівня конкурентоспроможності власних фінансових продуктів.

Детальний аналіз історичних основ становлення ринку банківського споживчого кредитування в Україні, дослідження сучасних тенденцій функціонування такого ринку дали можливість конкретизувати сучасні тенденції розвитку зазначеного ринку, серед яких, на наше переконання, доцільно виокремити такі:

- зберігається високий рівень попиту домогосподарств на споживчі позики;

- існують високі вимоги банків до фінансового стану домогосподарств з метою отримання ними споживчих позик;
- банківські установи активно використовують цифрові технології для перевірки кредитоспроможності потенційних клієнтів, аналізу ринку, дослідження кредитних продуктів конкурентів, прогнозування змін в економічному середовищі;
- незабезпечені споживчі кредити супроводжуються і підвищеними ризиками для банківських установ, а тому вони постійно вдосконалюють методи ефективної оцінки фінансових можливостей позичальників та використовують сучасні інструменти управління власними кредитними ризиками з метою відповідності їхнього розміру встановленим вимогам;
- високий рівень конкуренції вимагає від банків постійно удосконалювати власну роботу, аналізувати операційні процеси, які пов'язані з наданням споживчих позик клієнтам, постійно шукати можливості розширення клієнтської бази, що частково можливо здійснити через співпрацю з торговими мережами та іншими економічними суб'єктами;
- комерційні банки очікують подальше зростання попиту на споживчі позики домогосподарствами через пом'якшення політики НБУ, підвищення рівня доступності позикових ресурсів, стабілізації економічного, соціального становища, початок складного процесу відновлення країни;
- подальший розвиток онлайн-кредитування, віртуалізація кредитних відносин між позичальниками та позикодавцями, що значним чином вимагатиме подальшої трансформації операційних процесів, зміни підходів банківських установ до підтримки довгострокової віртуальної взаємодії зі своїми клієнтами;
- зростання витрат банківських установ на сучасні технології, які пов'язані як з процесом кредитування домогосподарств, так і з фінансуванням напрямів забезпечення власної фінансової, інформаційної безпеки;
- короткостроковість кредитування, зменшення попиту на довгострокові кредитні продукти;

- поглиблення лояльності банківських установ до клієнтів, впровадження різних мотиваційних складових для приваблення власних кредитних продуктів, бонусів, кешбеків і т. ін.;

- удосконалення регуляторного забезпечення, враховуючи процеси цифровізації відносин між банківськими *установами* та потенційними позичальниками, що вимагає регламентації таких відносин та вимог до операційних процесів банківських установ, захисту персональної інформації клієнтів;

- поглиблення співпраці з іншими кредитними установами, використання принципу open banking у роботі банківських установ, активне долучення до формування екосистем у сфері кредитування домогосподарств;

- розширення напрямків продажу кредитних продуктів через активне використання цифрових технологій, цифрових каналів взаємодії з клієнтами та ін. [136; 151; 152; 154; 173; 190; 197; 223].

Таким чином, у межах поточного підрозділу дисертаційної роботи було розглянуто основні тренди розвитку ринку банківського споживчого кредитування. Особлива увага була приділена дослідженню історичних аспектів становлення такого ринку в Україні та визначенню базових тенденцій кредитування комерційними банками домогосподарств. Визначено періоди зростання зазначеного типу кредитування, спаду обсягів банківських споживчих позик. Проте цілком зрозуміло з проведеного аналізу, що значний вплив на розвиток банківського споживчого кредитування здійснюють макроекономічні показники, які загалом характеризують стан розвитку як національної економіки, фінансової системи України. Відповідно, особливості такого впливу будуть досліджені в наступному підрозділі дисертаційної роботи.

2.2. Сучасний розвиток ринку споживчого кредитування в умовах макрофінансової нестабільності

Для розвитку споживчого кредитування в країні важливо розуміти ті основні чинники, які найбільше впливають на його функціонування, враховуючи досить тісний взаємозв'язок між всіма макроекономічними показниками. Це можливо здійснити виключно через використання економіко-математичного моделювання залежності обсягів такого кредитування від низки економічних параметрів. Зазначене актуалізує необхідність проведення такого моделювання.

У попередньому підрозділі дисертації увага була сфокусована на пізнанні основних тенденцій розвитку банківського споживчого кредитування в Україні. Було конкретизовано тренди такого розвитку та визначено вплив війни на його динаміку. Проте складність макроекономічного середовища обумовлює і потребу для науковців та практиків розуміти ті реальні господарські процеси у фінансовій системі, які мають здатність формувати чинники, що впливають на ринок споживчого кредитування.

В Україні ринок банківського споживчого кредитування пройшов вже значну кількість різних етапів у своєму розвитку: були періоди активного розвитку, а існували періоди фактичного призупинення видачі таких позик банківськими установами [178; 192]. Це підтверджує результат аналізу, що проведений у підрозділі 1.1 дисертації. Цілком зрозуміло сьогодні одне, що розвиток такого кредитування дуже сильно прив'язаний до загального розвитку фінансової системи країни, її стабільності, передбачуваності макроекономічних показників. Відповідно основні тенденції, які виникають у функціонуванні національної економіки завжди впливають на динаміку банківського споживчого кредитування. Розглянемо особливості такого впливу, використовуючи окремі методологічні аспекти економіко-математичного моделювання.

Показники для моделювання будемо обирати зважаючи на доступність даних про динаміку макроекономічних показників за 2010-2024 рр. (підрозділ 1.1) У табл. 2.3 наведено інформацію про ті показники, які будуть використовуватися при здійсненні моделювання.

Таблиця 2.3

*Вихідні дані для моделювання впливу макроекономічних показників
на розвиток банківського споживчого кредитування в Україні*

Назва показника	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Обсяг споживчих кредитів, млрд дол.	15,44	15,79	15,64	17,18	8,57	4,37	3,73	4,35	5,48	7,46	6,04	7,85	5,16	5,16	5,64
Офіційний курс гривні до дол. США	7,96	7,99	7,99	7,99	15,77	24,00	27,19	28,07	27,69	23,29	28,26	27,28	36,57	37,98	42,04
Рівень інфляції	109,10	104,60	99,80	100,50	124,90	143,30	112,40	113,70	109,80	104,10	105,00	110,00	126,6	105,1	112
Рівень середньої заробітної плати. дол.	287,84	338,14	368,10	369,98	206,89	163,98	217,60	275,00	332,00	431,00	437,60	641,50	365,77	376,73	415,95
Процентні ставки за кредитами домогосподарств	25,2	26,5	27,4	27,3	26,8	28,1	30,6	29,1	30,4	32	31,7	29,4	26,3	28,5	27,8
Облікова ставка НБУ	7,75	7,75	7,5	6,5	14	22	14	14,5	18	13,5	6	9	25	15	13,5
Індекс фінансового стресу	0,0515	0,0066	0,005	0,0296	0,5604	0,306	0,0384	0,009	0,1216	0,0378	0,0249	0,0114	0,1844	0,1047	0,08

Джерело: складено автором за даними [133; 134].

Відповідно моделювання впливу макроекономічних показників на розвиток банківського споживчого кредитування будемо проводити у два етапи:

- 1) моделювання впливу кожного із визначених показників на обсяг банківських споживчих кредитів;
- 2) моделювання сукупного, одночасного впливу всіх макроекономічних показників на обсяг банківського споживчого кредитування.

Для проведення такого моделювання використано методологію кореляційно-регресійного аналізу. Моделювання впливу окремих чинників на обсяг банківського споживчого кредитування проведемо за допомогою використання нелінійних однофакторних моделей, а сукупний вплив будемо визначати через використання багатфакторної лінійної моделі [84; 194; 219].

Отже, для проведення аналізу впливу окремих показників на обсяг банківського споживчого кредитування спершу необхідно обрати тип нелінійної однофакторної моделі, яку будемо використовувати. Для цього проведемо попередній аналіз різних типів моделей впливу офіційного курсу гривні до долара США на обсяг банківського споживчого кредитування. Результати такого аналізу представлені в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Результати аналізу різних типів нелінійних однофакторних моделей впливу офіційного курсу гривні до долара США на обсяг банківського споживчого кредитування

Назва моделі	Вид розрахункової моделі	R ²	R	F _{fact}	F _{tabl}
Лінійна	$BCL = 17,13 - 0,369 \cdot ER$	0,752	0,867	39,48	4,67
Ступенева	$BCL = 76,29 \cdot ER^{-0,77}$	0,826	0,909	61,86	4,67
Квадратична	$BCL = 24,08 - 1,176 \cdot ER + 0,0178 \cdot ER^2$	0,942	0,971	97,24	3,89
Кубічна	$BCL = 28,89 - 2,05 \cdot ER + 0,06 \cdot ER^2 - 0,0006 \cdot ER^3$	0,949	0,974	68,24	3,59
Гіперболічна	$BCL = 1,63 + \frac{113,93}{ER}$	0,941	0,970	206,14	4,67
Показова	$BCL = 18,36 \cdot e^{-0,0388 \cdot ER}$	0,707	0,841	31,30	4,67
Логарифмічна	$BCL = 30,79 - 7,43 \cdot \ln(ER)$	0,889	0,943	104,32	4,67
Обернено-квадратична модель	$BCL = 3,91 + \frac{29,69}{ER} + \frac{534,96}{ER^2}$	0,946	0,972	105,27	3,89
де ER – офіційний курс гривні до дол США; BCL – обсяг банківського споживчого кредитування					

Джерело: складено автором.

Таким чином, аналіз представлених у таблиці 2.4 розрахункових економетричних моделей засвідчує, що всі вони є адекватними й відображають наявність реального впливу офіційного курсу гривні до долара США на обсяг банківського споживчого кредитування. Це твердження базується на тому, що для всіх моделей F_{fact} є більшим за табличне, тобто нормативне значення. Проте серед усіх моделей найкращою є кубічна модель, оскільки для неї характерними є найвищі серед усіх моделей коефіцієнт детермінації (0,949) та коефіцієнт кореляції (0,974). При цьому зазначимо, що квадратична та обернено-квадратична моделі також демонструють високий рівень адекватності та коректності. Окреслене лише підтверджує гіпотезу про нелінійний характер впливу офіційного курсу гривні до долара США на обсяг банківського споживчого кредитування. Це також досить наочно видно й з аналізу представлених на рис. 2.9 графіків отриманих моделей. Відповідно у подальших дослідженнях будемо використовувати модель кубічної однофакторної регресії для пошуку розрахункових економетричних рівнянь впливу інших макроекономічних показників на рівень розвитку споживчого кредитування в Україні.

Загалом кубічну однофакторну регресійну модель можна записати в такому вигляді

$$y = a_0 + a_1 * x + a_2 * x^2 + a_3 * x^3 + e, \quad (2.1)$$

де y – залежна змінна (показник, на який здійснюється вплив);

x – незалежна змінна (показник, який здійснює вплив);

a_0 a_1 a_2 a_3 – параметри моделі;

e – помилка моделі.

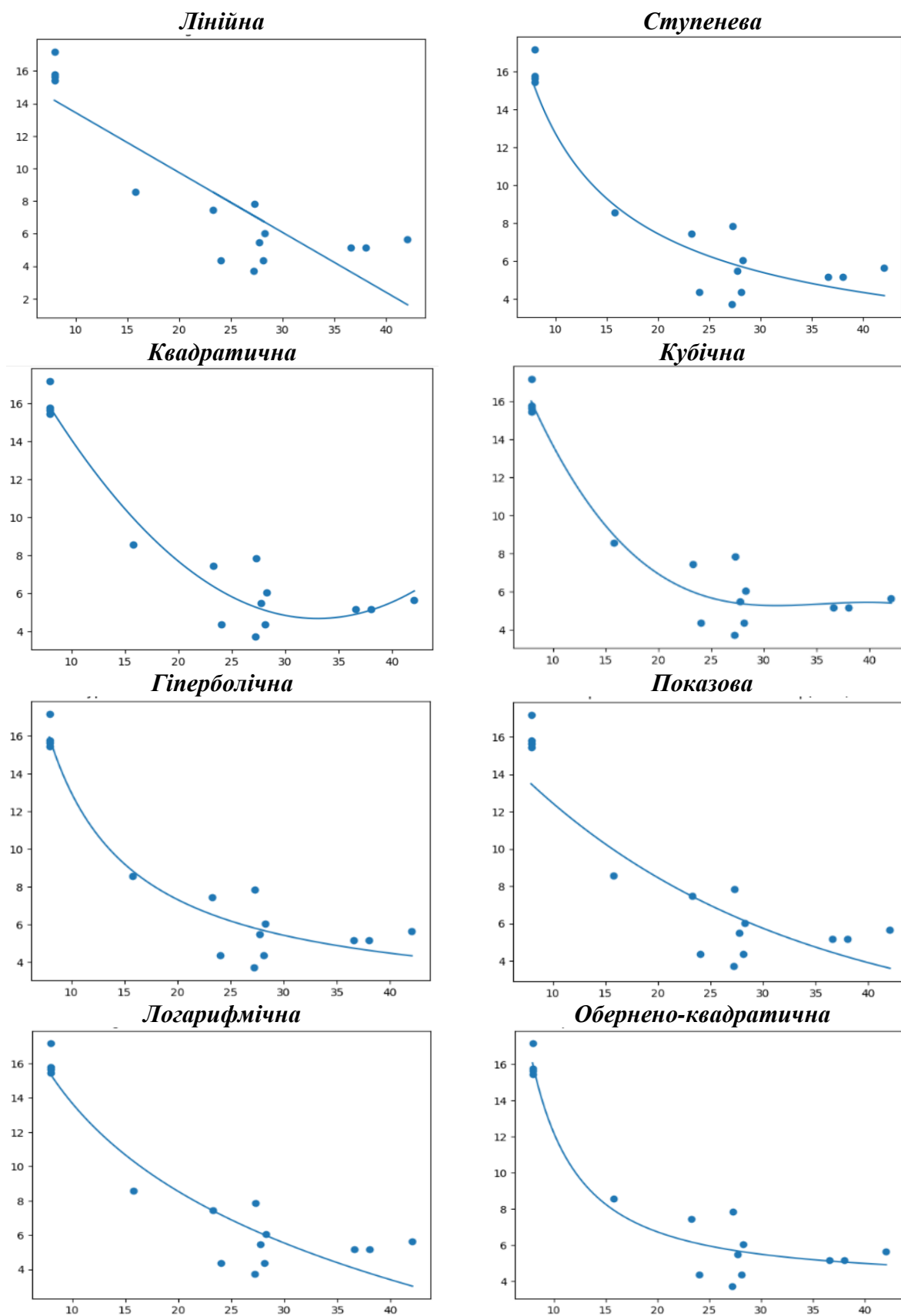


Рис. 2.9 – Графічне представлення різних типів нелінійних
однофакторних моделей впливу офіційного курсу гривні до долара США
на обсяг банківських споживчих кредитів

Джерело: розраховано авторами.

Відповідно при пошуку кубічних однофакторних економетричних моделей завжди використовують саме розрахункові моделі, які за своєю природою максимально наближено відображають всі реальні зв'язки, які є між двома параметрами, але ніколи об'єктивно не можуть їх повністю пояснити. Розрахункову економетричну модель кубічної однофакторної регресії можна записати так:

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 * x + \hat{a}_2 * x^2 + \hat{a}_3 * x^3, \quad (2.2)$$

де \hat{y} – розрахункове значення залежної змінної через використання розрахункової моделі;

x – незалежна змінна;

$\hat{a}_0, \hat{a}_1, \hat{a}_2, \hat{a}_3$ – розрахункові значення параметрів моделі.

Відповідно різниця між рівнянням (1) та рівнянням (2) полягає лише в наявності помилки e . Відповідно можемо записати:

$$e = y - \hat{y}. \quad (2.3)$$

Таким чином, використовуючи цю умову та концепцію методу найменших квадратів, можемо за будь-якими вихідними значеннями залежної (y) та незалежної змінних (x) знайти розрахункову економетричну модель їх залежності.

У таблиці 2.5 представлено результати пошуку таких моделей для різних видів впливів.

*Результати пошуку розрахункових кубічних однофакторних економетричних
моделей впливу макроекономічних показників
на обсяг банківського споживчого кредитування*

Назва моделі	Вид розрахункової моделі	R ²	R	F _{fact}	F _{tabl}
Вплив офіційного курсу гривні до долара США	$BCL = 28,89 - 2,05*ER + 0,06*ER^2 - 0,0006*ER^3$	0,949	0,974	68,24	3,59
Вплив рівня інфляції	$BCL = 1738,29 - 41,98*IL + 0,34*IL^2 - 0,000901812*IL^3$	0,492	0,701	3,55	3,59
Вплив рівня середньої заробітної плати, дол.	$BCL = -36,57 + 0,376428*AW - 0,000954172*AW^2 + 0,000000740024*AW^3$	0,167	0,409	0,74	3,59
Вплив процентних ставок за кредитами домогосподарств	$BCL = -2208,25 + 246,6516*IRH - 9,04447*IRH^2 + 0,109383*IRH^3$	0,403	0,635	2,47	3,59
Вплив облікової ставки НБУ	$BCL = 12,31 + 1,11269*DR - 0,178006*DR^2 + 0,00493830*DR^3$	0,588	0,767	5,24	3,59
Вплив індексу фінансового стресу	$BCL = 11,75 - 74,32*FSI + 218,65*FSI^2 - 171,67*FSI^3$	0,245	0,495	1,19	3,59
де BCL – обсяг банківського споживчого кредитування; ER – офіційний курс гривні до дол США; IL – рівень інфляції AW – рівень середньої заробітної плати, дол.		IRH – процентні ставки за кредитами домогосподарств; DR – облікова ставка НБУ; FSI – індекс фінансового стресу.			

Джерело: складено авторами на основі розрахунків.

На рис. 2.10 наведено графічне представлення знайдених розрахункових економетричних моделей.

Таким чином можемо констатувати, що серед усіх отриманих розрахункових кубічних однофакторних моделей адекватними є модель впливу офіційного курсу гривні до долара США та облікової ставки НБУ на обсяг банківського споживчого кредитування. Це підтверджується відповідними розрахунками F-критерію (68,24; 5,24). Безпосередньо інші макроекономічні показники також впливають на розвиток споживчого кредитування, проте такий вплив може бути непрямим і не завжди явним.

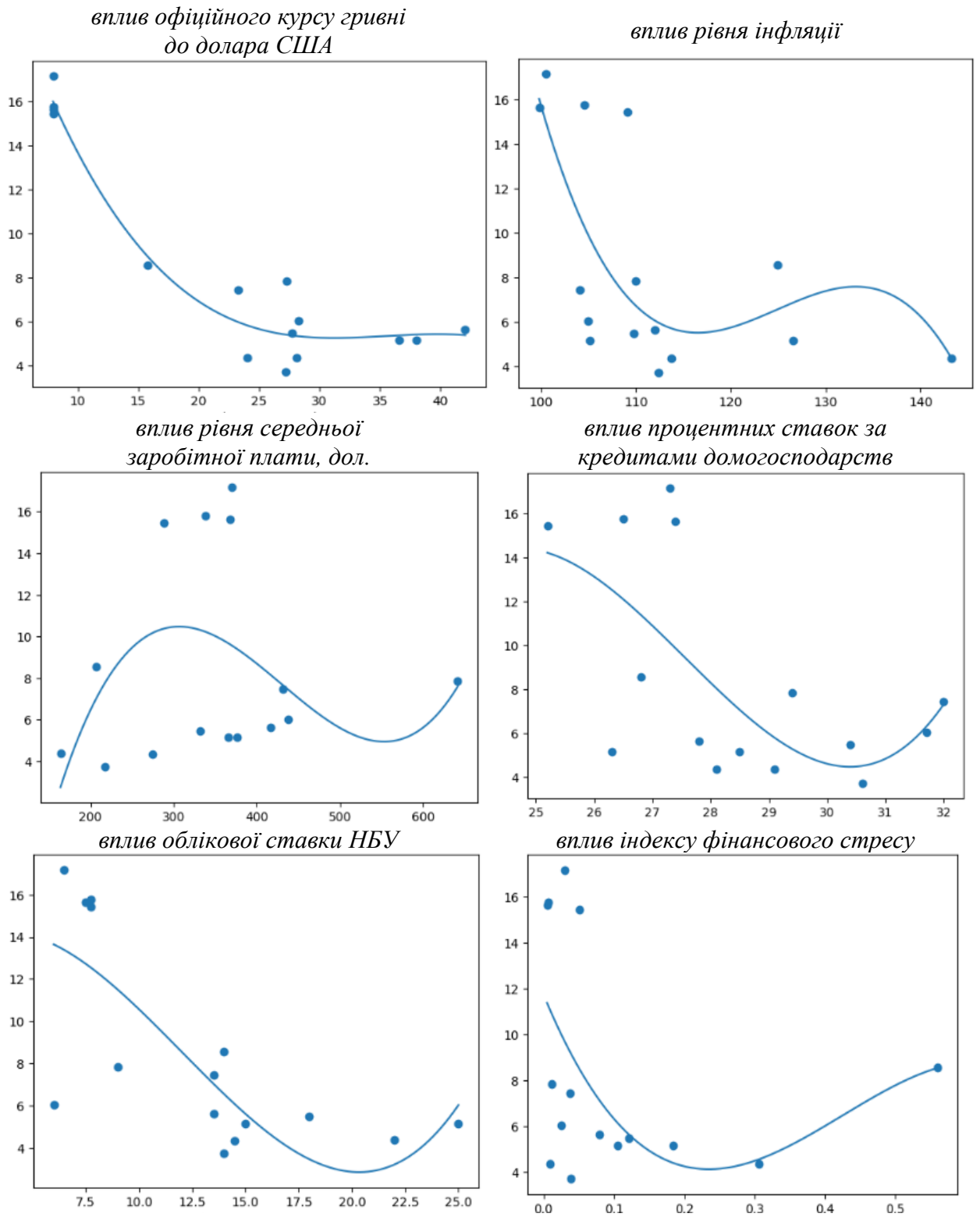


Рис. 2.10 – Графічне представлення розрахункових кубічних однофакторних економетричних моделей впливу макроекономічних показників на обсяг банківського споживчого кредитування

Джерело: побудовано авторами на основі розрахунків.

Відповідно саме показник офіційного курсу гривні до долара США найбільш помітно впливає на обсяги споживчого кредитування в країні. Це може бути пов'язано із наступним:

1) офіційний курс гривні до долара США за своєю природою впливає не лише на економічні процеси в Україні, але є і соціально важливим, певним індикатором для формування та трансформації фінансової поведінки домогосподарств, зокрема й у частині ухвалення рішень щодо використання споживчих кредитів;

2) цей показник узагальнює переважно вже наслідки сформованого макроекономічного стану в країні й тим самим відображає сукупно дію багатьох інших макроекономічних показників;

3) девальвація призводить до погіршення платоспроможності громадян, а відповідно і небажання брати позики, які може бути складно повертати;

4) девальвація є показником нестабільності і для банківських установ, які розуміють, що зниження вартості національної валюти призводить до погіршення фінансового стану їхніх наявних та потенційних клієнтів і саме тому можуть зменшувати обсяги споживчих позик шляхом підвищення вимог до позичальників;

5) державні інституції, реалізуючи грошово-кредитну політику, намагаються постійно тримати під контролем індекс інфляції, девальвація лише прискорює зростання цін, центральні банки в боротьбі з цим можуть підвищувати вартість фінансових ресурсів на міжбанківському ринку, створюючи несприятливі умови для видачі споживчих позик клієнтам.

Таким чином курс гривні до долара США є важливим показником, який досить часто відображає зміну сукупності макроекономічних показників, оскільки є одним із найбільш тригерним та важливим індикатором для ухвалення фінансових рішень для всіх економічних суб'єктів. Особливо це спостерігається в Україні, де рівень доларизації національної економіки є досить високим.

Кубічні однофакторні моделі досить зручні у використанні, коли необхідно визначити вплив окремих параметрів на конкретний показник. Наочний приклад аналізу впливу сукупності макроекономічних показників на обсяг банківського споживчого кредитування дозволяє констатувати здатність економетричного моделювання надавати реальну інформацію про економічні взаємозв'язки та закономірності з метою прийняття необхідних рішень. Проте в цьому моделюванні визначався вплив окремих чинників на результуючий показник, тобто чітко досліджувався вплив кожного з параметрів із залежною змінною. Проте в реальності всі параметри переважно впливають одночасно на ендогенну змінну. Одночасний вплив різних параметрів різний в окремі періоди й може змінюватися відповідно до основних тенденцій макроекономічного розвитку країни. Саме для розуміння загального та одночасного впливу різних економічних показників на обсяг банківського споживчого кредитування використовуємо модель багатофакторної регресії, яка дає можливість одночасно аналізувати вплив багатьох чинників на певну результуючу змінну.

Модель багатофакторної регресії можна записати в такому спрощеному вигляді:

$$Y = AX + e, \quad (2.4)$$

де Y – матриця залежної змінної, яка залежить від значної кількості параметрів (більше одного);

A – матриця параметрів моделі, які необхідно визначити для отримання розрахункової економетричної моделі;

X – матриця незалежних параметрів, які одночасно впливають на залежну змінну;

e – помилка моделі, яка не дає можливості визначити чітку та ідентичну до реальної моделі залежності економетричну регресію впливу одного чинника на інший.

Також формулу (3) можна записати в такому матричному вигляді:

$$\begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \\ Y_4 \\ Y_5 \\ \dots \\ Y_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} a_0 \\ a_1 \\ a_2 \\ a_3 \\ a_4 \\ \dots \\ a_n \end{bmatrix} * \begin{bmatrix} 1 & X_{11} & X_{21} & X_{m1} \\ 1 & X_{12} & X_{22} & X_{m2} \\ 1 & X_{13} & X_{23} & X_{m3} \\ 1 & X_{14} & X_{24} & X_{m4} \\ 1 & X_{15} & X_{25} & X_{m5} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ 1 & X_{1n} & X_{2n} & X_{mn} \end{bmatrix} \quad (2.5)$$

У розгорнутому алгебраїчному вигляді модель лінійної багатофакторної регресійної моделі можна записати таким чином:

$$y = a_0 + a_1 * x_1 + a_2 * x_2 + a_3 * x_3 + a_m * x_m + e. \quad (2.6)$$

Для пошуку параметрів моделі необхідно передусім використати розрахункову модель багатофакторної лінійної регресії. Цю модель можемо записати в такому вигляді

$$\hat{y} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 x_1 + \hat{a}_2 x_2 + \hat{a}_3 x_3 + \dots + \hat{a}_m x_m \quad (2.7)$$

Враховуючи, що $e = y - \hat{y}$ та наявність масиву статистичних даних X та Y за певний період, можемо записати, що:

$$\sum_{i=1}^n e_i^2 = \sum_{i=1}^n (y_i - a_0 - a_1 x_{i1} - a_2 x_{i2} - \dots - a_m x_{im})^2 \quad (2.8)$$

Використання методу найменших квадратів для пошуку невідомих параметрів дає змогу записати таку формулу для їхнього пошуку:

$$\hat{A} = (X^T * X)^{-1} * X^T * Y, \quad (2.9)$$

де \hat{A} – розрахункові параметри багатофакторної лінійної моделі;

X^T – транспонована до матриці незалежних змінних X матриця;

X – матриця вихідних незалежних змінних;

Y – дані залежної змінної, на яку здійснюється вплив сукупності незалежних параметрів.

Таким чином, враховуючи вихідні дані, які у нас є для пошуку впливу сукупності макроекономічних чинників на обсяг банківського споживчого кредитування, формулу (4) запишемо в такому вигляді:

$$\begin{bmatrix} BCL_1 \\ BCL_2 \\ BCL_3 \\ BCL_4 \\ BCL_5 \\ \dots \\ BCL_{15} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} a_0 \\ a_1 \\ a_2 \\ a_3 \\ a_4 \\ \dots \\ a_{15} \end{bmatrix} * \begin{bmatrix} 1 & ER_1 & IL_1 & AW_1 & IRH_1 & DR_1 & FSI_1 \\ 1 & ER_2 & IL_2 & AW_2 & IRH_2 & DR_2 & FSI_2 \\ 1 & ER_3 & IL_3 & AW_3 & IRH_3 & DR_3 & FSI_3 \\ 1 & ER_4 & IL_4 & AW_4 & IRH_4 & DR_4 & FSI_4 \\ 1 & ER_5 & IL_5 & AW_5 & IRH_5 & DR_5 & FSI_5 \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ 1 & ER_{15} & IL_{15} & AW_{15} & IRH_{15} & DR_{15} & FSI_{15} \end{bmatrix} \quad (2.10)$$

Відповідно:

$$BCL = a_0 + a_1 * ER + a_2 * IL + a_3 * AW + a_4 * IRH + a_5 * DR + a_6 * FSI + e.$$

Розрахункове економетричне рівняння:

$$\hat{BCL} = \hat{a}_0 + \hat{a}_1 * ER + \hat{a}_2 * IL + \hat{a}_3 * AW + \hat{a}_4 * IRH + \hat{a}_5 * DR + \hat{a}_6 * FSI + e.$$

Використовуючи формулу (8) отримуємо наступне рівняння багатофакторної лінійної регресійної моделі впливу сукупності макроекономічних показників на обсяг банківських споживчих кредитів:

$$BCL = 53,5686 - 0,2888*ER - 0,1217*IL + 0,007692*AW - 0,9606*IRH + 0,0080*DR - 0,9367*FSI$$

де BCL – обсяг банківського споживчого кредитування;

ER – офіційний курс гривні до долара США;

IL – рівень інфляції

AW – рівень середньої заробітної плати, дол.;

IRH – процентні ставки за кредитами домогосподарств;

DR – облікова ставка НБУ;

FSI – індекс фінансового стресу.

Наступним етапом пошуку багатфакторної економетричної моделі є перевірка отриманого розрахункового рівняння на адекватність. При цьому важливо проаналізувати особливості впливу кожного із факторів, силу його факторів і загалом з'ясувати чи є такий вплив. Невід'ємною складовою перевірки багатфакторних моделей є перевірка їх на наявність мультиколінераності між основними чинниками. У табл. 2.6 наведено результати перевірки багатфакторної регресійної моделі залежності обсяг банківського споживчого кредитування від сукупності економічних чинників.

Таблиця 2.6

*Результати перевірки на адекватність економетричної моделі залежності
обсягу банківського споживчого кредитування
від сукупності економічних чинників*

№ з/п	Назва коефіцієнта	Значення
1	Скоригований коефіцієнт детермінації	0,9432
2	Множинний коефіцієнт кореляції	0,984
3	p-value	0,0000158
4	Критерій Фішера (Fтабл. = 3,58)	39,735
5	Автокореляція	2,153
6	Мультиколінеарність	відсутня

Джерело: визначено авторами на основі розрахунків.

Таким чином, аналізуючи дані табл. 2.6, можемо констатувати, що отримана економетрична модель впливу сукупності економічних чинників на показник обсягу банківських споживчих кредитів є адекватною та відповідає загалом тим реальним процесам, які відбуваються в економічному просторі. Значне перевищення розрахованого критерію Фішера нормативне значення це підтверджує (39,74 та 3,58). Також зазначимо, що відсутність мультиколінеарності засвідчує, що параметри для оцінки впливу були підібрані правильно і вони не впливають значним чином один на одного, хоча певний взаємозв'язок між ними однаково залишається. Значення параметра p -value також підтверджує високий рівень адекватності моделі ($< 0,05$). Високі також значення і показників скоригованого коефіцієнта детермінації та множинного коефіцієнта кореляції, що засвідчує високу якість побудованої моделі та сукупний зв'язок між обсягом банківських споживчих позик та обраними макроекономічними чинниками.

Також правильність побудованої моделі може бути оцінена за допомогою аналізу графічного відображення реальних та розрахункових показників обсягу банківського споживчого кредитування. Ця інформація наведена на рис. 2.11.



Рис. 2.11 – Графік реальних, розрахункових показників обсягу банківського споживчого кредитування та залишків розрахунку

Джерело: визначено авторами на основі розрахунків.

Також проаналізуємо, яким чином кожний із показників у підсумку впливає на обсяг банківських споживчих позик, враховуючи й дію інших показників. У табл. 2.7 представлено дані для проведення такого аналізу.

Таблиця 2.7

*Результати аналізу впливу окремих макроекономічних показників
на обсяг банківських споживчих кредитів*

№ з/п	Назва показника	Тип впливу (+/-)	t критерій	p-value	Значущість
1	Офіційний курс гривні до долара США (ER)	–	–6,555	0,000178	висока
2	Рівень інфляції (IL)	–	–2,299	0,050549	гранична
3	Рівень середньої заробітної плати. дол. (AW)	+	2,078	0,071338	низька
4	Процентні ставки за кредитами домогосподарств (IRH)	–	–5,382	0,000660	висока
5	Облікова ставка НБУ (DR)	+	0,073	0,943557	відсутня
6	Індекс фінансового стресу (FSI)	–	–0,305	0,768332	низька

Джерело: визначено авторами на основі розрахунків.

Отже, аналізуючи дані табл. 2.7, можемо зробити такі висновки:

1) зростання вартості гривні призводить до зниження обсягів споживчих позик у країні, таке збільшення на 1 грн призводить до зниження таких обсягів на 0,29 млрд дол. США. Цей показник є важливим для розвитку банківського споживчого кредитування, відіграє одну з ключових ролей у його розвитку, особливо в Україні;

2) рівень інфляції також відіграє важливу роль у розвитку банківського споживчого кредитування, збільшення інфляції на 1 % може призвести до зниження обсягів такого кредитування на 0,12 млрд дол. США;

3) вплив середньої заробітної плати на обсяг банківського споживчого кредитування є не досить значним і зміна цього показника не дуже буде помітно впливати на зміну такого обсягу. За даними отриманої моделі зростання середньої заробітної плати на 1 дол. може призводити до збільшення обсягу банківського споживчого кредитування на 0,0077 млрд дол. США;

4) за незмінності впливу інших факторів саме збільшення вартості позикових ресурсів на 1 % може призвести до зменшення обсягів банківського споживчого кредитування на 0,96 млрд дол. США. Цей показник є одним з найбільш важливих для розвитку такого кредитування.

5) фактично відсутній сильний вплив облікової ставки на обсяг банківського споживчого кредитування. Це може бути поясненим тим, що такий вплив відбувається опосередковано через інші макроекономічні показники, наприклад, вартість позикових ресурсів, яка формується з урахуванням показника облікової ставки;

6) індекс фінансового стресу не відіграв ключової ролі в розвитку банківського споживчого кредитування. Хоча за даними моделі цей параметр призводить до зниження обсягів таких позик, однак результати моделювання не дають чітко стверджувати про стійкість цієї закономірності [139].

Таким чином, у межах поточного підрозділу дисертації проведено аналіз впливу окремих макроекономічних показників на розвиток банківського споживчого кредитування в Україні. Серед таких показників було обрано наступні: офіційний курс гривні до долара США, рівень інфляції, рівень середньої заробітної плати, процентні ставки за кредитами домогосподарств, облікова ставка НБУ, індекс фінансового стресу. У підсумку побудовано кубічні однофакторні моделі впливу окреслених параметрів на залежну змінну. Встановлено, що серед усіх параметрів саме показник офіційного курсу гривні до долара США є найбільш важливим з позиції сили впливу на обсяги виданих банківськими установами споживчих позик. При цьому також визначено, що вагому роль у розвитку цього виду кредитування відіграє і параметр облікової ставки НБУ.

Також побудовано багатофакторну лінійну регресію залежності від сукупності макроекономічних показників. Аналіз її моделі та розрахованих коефіцієнтів і показників, які підтверджують її адекватність, дає підстави стверджувати, що офіційний курс гривні до долара США та вартість кредитних

ресурсів є найбільш важливими чинниками для забезпечення зростання обсягів банківських споживчих кредитів. Таким чином отримані результати засвідчують основні напрямки грошово-кредитної політики Національного банку України, які варто удосконалювати з метою розвитку споживчого кредитування в країні. При цьому також є зрозумілим, що існують і інші обмеження в реалізації такої політики, серед яких основним є показник інфляції у країні, який фактично всі центральні банки світу намагаються тривати в допустимих межах.

Таким чином, враховуючи результати проведеного у підрозділах 2.1 та 2.2 макроаналізу поточних тенденцій функціонування ринку банківського споживчого кредитування, можемо констатувати нестабільність його функціонування, високий рівень залежності від тих змін, які відбуваються у зовнішньому середовищі, а саме в межах банківської системи і загалом фінансової системи країни. Аналітична інформація засвідчує періоди турбулентності функціонування ринку банківського споживчого кредитування, значне погіршення умов отримання позик домогосподарствами.

Проте актуальними також залишаються питання, яким чином банківським установам адаптуватися до тих змін, які відбуваються в екзогенному середовищі, враховуючи його нестабільну динаміку. При цьому, як вже зазначалося, ринок споживчого кредитування є висококонкурентним, на ньому свою діяльність здійснює значна кількість і банківських і небанківських посередників. Відповідно кожна з фінансових установ, яка максимально зможе врахувати та більш ефективно використати сформовану ситуацію в фінансовій системі країни, зможе зайняти провідну роль на ринку споживчих позик і тим самим забезпечити стабільність власних доходів. Питання формування конкурентних переваг вітчизняних банківських установ в різних сегментах ринку споживчого кредитування в сучасних умовах будуть досліджуватися у наступному підрозділі дисертації.

2.3. Актуальні тенденції формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової трансформації

Через світову пандемію COVID-19 та активні бойові дії, що тривають в Україні з лютого 2022 року, були запуснені процеси негативного впливу на економічну та фінансово-кредитну складову економіки держави, погіршилося фінансове становище споживачів кредитних продуктів і, як наслідок, постраждав ринок споживчого кредитування. Банківські установи як основні гравці на кредитному ринку почали підвищувати вимоги за кредитними заявками споживачів кредитних послуг і проводити аналіз не лише за кредитною історією, а й на підставі активності споживача в окремо взятому банку. Попри внутрішню політику банків у сфері споживчого кредитування, на їхню роботу на кредитному ринку впливають і рішення уряду та нормативні акти НБУ.

З початком повномасштабної війни, у період 2022-2023 рр. у Верховній Раді України прийняли декілька важливих законопроектів, які стосуються споживчого кредитування, що значно полегшило стягування боргів за непрацюючими кредитними продуктами та дало можливість ввести реструктуризацію кредитної заборгованості. У підсумку зазначені зміни дали можливість зберегти темпи розвитку ринку споживчого кредитування, забезпечити стабільність його функціонування, унеможливити формування значних системних ризиків на такому ринку. У підсумку це також дало можливість підтримати рівень конкуренції між банками на прийнятному рівні, забезпечити їхню зацікавленість у кредитуванні економічних суб'єктів.

Цифрова трансформація підтримала діяльність банків на ринку споживчого кредитування, дозволила через використання цифрових технологій створити нові канали продажу кредитних продуктів, взаємодії банків з позичальниками. Зменшення ролі фізичного контакту між зазначеними

суб'єктами позитивно вплинуло на ефективність роботи комерційних банків та якість надання послуг. Особливо значним чином почала покращуватися ситуація з фінансовою інклюзією, доступом різних домогосподарств, які проживають на різних територіях, до кредитних ресурсів. Частково забезпечення доступу до таких ресурсів стало конкурентною перевагою окремих банківських установ. Отже, у межах поточного підрозділу дисертації проведемо аналіз особливостей формування зазначених переваг банківськими установами в Україні з урахуванням впливу цифровізації на функціонування сфери фінансових послуг.

Для розуміння особливостей формування конкуренції між банківськими установами на ринку споживчого кредитування в сучасних умовах недостатньо розуміти окремі показники динаміки, які характеризують зміну певних параметрів, або відображають залежність їх від різних чинників, важливим також є розуміння загалом середовища, у якому такий ринок розвивається, змінюється, особливостей формування кредитних відносин у межах фінансової системи країни. Саме тому для цього використаємо два класичні методи: PEST-аналіз, SWOT-аналіз для проведення дослідження стану ринку банківського споживчого кредитування в Україні.

PEST-аналіз – метод дослідження, який активно використовують для аналізу зовнішнього середовища, у якому розвивається певна система, цей аналіз дозволяє більш чітко описати зовнішні чинники, які впливають на таку систему і не є її окремими компонентами. Перевагою використання PEST-аналізу є його універсальний характер та можливість визначити максимальну оцінку найбільш важливих чинників зовнішнього середовища, які можуть впливати та визначати траєкторію розвитку конкретної системи. Безпосередньо в межах PEST-аналізу розглядаються політико-правові, економічні, соціальні та технологічні чинники [234; 180; 43; 147].

Для дослідження ринку банківського споживчого кредитування використання PEST-аналізу є правильним та необхідним з урахуванням таких причин:

- проведення комплексного системного аналізу зовнішнього середовища як складного простору економічних відносин, у якому формуються чинники, які здатні впливати на зазначений ринок;

- використання аналізу дозволяє конкретизувати вплив не лише економічних чинників, але й інших факторів, які також відіграють помітну роль у функціонуванні ринку банківського споживчого кредитування;

- аналіз дає змогу чітко простежити та визначити чинники, які формуються в зовнішньому середовищі щодо ринку банківського споживчого кредитування і на які комерційні банки не мають змоги впливати;

- у сучасних умовах використання PEST-аналізу є зручним методом для дослідження впливу війни на функціонування ринку, оскільки в межах цього аналізу саме дослідження ролі різних чинників є невід'ємною складовою розуміння поточної ситуації у сфері кредитування домогосподарств банківськими установами;

- детальний аналіз технологічних факторів дає глибше розуміння впливу інновацій, цифрових технологій на функціонування ринку банківського споживчого кредитування, діяльність комерційних банків загалом як невід'ємних суб'єктів функціонування фінансової системи країни та ін. [188; 182; 81, с. 26-27; 24; 171]

Таким чином, використовуючи методологічну конструкцію PEST-аналізу, використаємо цей метод для дослідження поточних тенденцій функціонування ринку банківського споживчого кредитування. Результати такого дослідження представлені на рис. 2.12.



Рис. 2.12 – Результати застосування PEST-аналізу для дослідження ринку споживчого кредитування в Україні

Джерело: складено автором на основі [188; 182; 81; 177; 193;].

Не менш важливим для дослідження економічних систем є метод SWOT-аналізу. Цей метод прийнято вважати вже класичним способом аналізу різних за своєю природою господарських систем. Особливо його використовують для опису стану макроекономічних систем з метою виявлення як перешкод, які існують у їхньому функціонуванні, так і пошуку тих напрямків, які б могли стимулювати їхній розвиток. SWOT-аналіз в першу чергу дає можливість оцінити поточний стан системи, визначити наявність у ній внутрішнього потенціалу до розвитку, конкретизувати ті загрози, які існують у функціонуванні такої системи й можуть бути поглиблені несприятливим станом навколишнього середовища.

Досліджуючи ринок банківського споживчого кредитування, варто зазначити, що його внутрішній потенціал значним чином залежить від ефективності державної політики в частині регламентації роботи основних кредитних установ, формування умов для кредитування економічних суб'єктів. Загрози для функціонування такого ринку здебільшого також формуються в зовнішньому середовищі, насамперед у фінансовій системі, у реальному секторі національного господарства. Історія засвідчує і випадки, коли кризові системні явища зароджували саме в межах ринку кредитних послуг, у тому числі у сфері споживчого кредитування, і поширювалися на світову економіку, приводячи до значних негативних наслідків для функціонування світових фінансових ринків та національних економік.

Сильні сторони функціонування ринку банківського споживчого кредитування в Україні:

- позитивна динаміка кредитування домогосподарств банківськими установами, зростання портфеля споживчих кредитів, що свідчить про підвищення доступності таких позик, зацікавленості комерційних банків у здійсненні відповідної діяльності;

- високий рівень цифровізації ринку значним чином прискорює його розвиток, доступність кредитних ресурсів для домогосподарств, відкриває нові можливості для кредиторів у частині перевірки кредитоспроможності своїх клієнтів, формуються нові канали взаємодії з потенційними позичальниками для продажу кредитних продуктів;

- адаптована до складного зовнішнього середовища система виявлення та попередження кредитних ризиків, серйозний підхід до їхньої оцінки, постійного вдосконалення відповідних методик, що в підсумку дозволило забезпечити помірний рівень кредитного ризику домогосподарств у межах усієї банківської системи України;

- наявність інституційного забезпечення розвитку ринку через прийняття відповідних законодавчих актів, які регламентують відносини між кредитними установами та позичальниками;

- високий попит домогосподарств на споживчі кредити, глибока взаємодія банківських установ і торговельних мереж;

- високий рівень конкуренції між комерційними банками та іншими фінансовими установами в частині надання споживчих позик домогосподарствам;

- високий рівень дохідності банківських продуктів у сфері споживчого кредитування, що є цікавим для комерційних банків і стимулює їх постійно вдосконалювати цей напрям власної діяльності.

Слабкі сторони функціонування ринку споживчого кредитування:

- високий рівень незабезпеченості позик, що негативно впливає на стабільність банківських установ при виникненні складних системних кризових ситуацій функціонування національної економіки;

- висока частка позик надається державними банками, яким притаманна наявність певних конкурентних переваг у порівнянні з приватними комерційними банками, що негативно впливає на конкуренцію між зазначеними установами;

- висока вартість кредитних ресурсів для домогосподарств, що значним чином, поряд з високим вимогами до їхньої кредитоспроможності, негативно впливає на розвиток ринку, кількість потенційних клієнтів;

- наявність негативного досвіду споживчого кредитування у багатьох домогосподарств в Україні, що зумовлено складними періодами розвитку ринку споживчого кредитування;

- перманентна макроекономічна нестабільність у країні, яка негативно впливає на функціонування фінансової системи, значним чином ускладнює процеси планування, прогнозування економічної діяльності суб'єктів господарювання, призводить до виникнення нових ризиків та загроз для їхньої стабільної роботи;

- недостатній рівень фінансової грамотності домогосподарств, що негативно впливає на процес усвідомленого кредитування, взяття на себе відповідних зобов'язань перед банківською установою;

- низький рівень довіри громадян до діяльності банківських установ, попри те, що в кредитних відносинах домогосподарства є позичальниками фінансових ресурсів, а не їхніми власниками;

- недостатній рівень регулювання діяльності небанківських кредитних установ, наявність у них значних переваг у порівнянні з комерційними банками, що впливає на конкуренцію між ними.

Можливості до розвитку ринку банківського споживчого кредитування:

- ефективна державна політика в частині пом'якшення вартості кредитних ресурсів, що позитивно впливає на можливості банківських установ надавати споживчі послуги домогосподарствам на прийнятних умовах;

- наявність значної кількості потенційних клієнтів, які можуть бути зацікавлені в отриманні споживчих позик;

- високий рівень цифровізації суспільства, проникнення цифрових технологій у сферу фінансових послуг, у тому числі й у діяльність банківських установ у сфері споживчого кредитування;

- наявність значних можливостей співпраці з торговельними мережами, що забезпечує значне зростання обсягів споживчих кредитів, які надаються домогосподарствам;

- післявоєнне відновлення буде супроводжуватися значним економічним розвитком, відбудовою, що вимагатиме значних фінансових ресурсів для домогосподарств, у тому числі із залученням кредитних коштів банківських установ;

- подальша цифровізація супроводжуватиметься підвищенням якості оцінки фінансового стану потенційних позичальників, що позитивно впливатиме і на результативність діяльності банківських установ у сфері споживчого кредитування;

- подальший розвиток цифрової фінансової інфраструктури, що відбувається за активної підтримки органів державної влади, в першу чергу НБУ, і позитивно впливатиме в майбутньому на функціонування всієї банківської системи.

Загрози для функціонування ринку банківського споживчого кредитування представлені на рис. 2.13.

Таким чином, проведений SWOT-аналіз розвитку ринку банківського споживчого кредитування в Україні дозволив виокремити базові проблеми, які сьогодні стримують розвиток такого ринку, негативно впливають на попит, пропозицію на кредитні ресурси в його межах, стримують нарощення фінансового потенціалу банківських установ та деструктивно впливають на формування дієвих моделей кредитної поведінки як позичальників, так і кредиторів. На наше переконання, до таких проблем доцільно насамперед віднести такі.



Рис. 2.13 – Загрози для функціонування ринку банківського споживчого кредитування в Україні

Джерело: складено автором на основі [213; 155; 1434 с. 75; 60].

1. Макроекономічна нестабільність, яка супроводжується складними процесами у функціонуванні фінансової системи країни, банківському секторі. Нестабільність досить різко впливає на поведінку банків та їхніх клієнтів на ринку споживчого кредитування. Комерційні банки переважно

фокусують увагу на забезпеченні власної фінансової стабільності, підвищенні вимог до позичальників та підтримку позиції щодо зменшення обсягів виданих позик для підтримання низького рівня кредитного ризику. Домогосподарства, незважаючи на погіршення фінансового стану в умовах нестабільності і зростання попиту на позикові ресурси, що є логічним загалом, змінюють підхід до кредитування, відкладають купівлю дороговартісних товарів, об'єктів нерухомості тощо. Це у свою чергу зменшує і попит на кредитні ресурси. Важливу роль при цьому відіграє і вартість таких ресурсів. Банки підвищують відсоткові ставки за позиками домогосподарств, що зменшує і зацікавленість цих економічних суб'єктів у нових кредитах. Взагалі дані підрозділів 2.1 і 2.2 чітко демонструють складний і прямий вплив макроекономічної нестабільності на розвиток ринку банківського споживчого кредитування. Досить часто за динамікою такого розвитку можна загалом говорити про загальні тенденції, які або відбуваються, або будуть у майбутньому відбуватися в банківській системі в результаті зміни зовнішнього середовища [20; 30; 65; 139].

2. Політична, соціальна нестабільність в країні, які зумовлені війною та наслідками військової агресії. Безпосередньо ця проблема також визначає рівень макроекономічної нестабільності. Проте в її межах насамперед йдеться про операційну діяльність банківських установ, втрату ними активів у результаті війни, зменшення кількості працівників, значна кількість яких виїхала за кордон, звільнилася. Серед таких працівників була значна кількість висококваліфікованих фахівців, які були залучені до процесу розробки, продажу кредитних продуктів на ринку споживчого кредитування. Протягом останніх років банківські установи адаптувалися до такої ситуації і далі продовжують розвиватися, створювати нові кредитні продукти. Проте це вимагало додаткових фінансових, інформаційних, часових ресурсів.

3. Пріоритетний розвиток саме короткострокових споживчих позик, що ускладнює процес фінансового планування як для банківських установ, так і для їхніх клієнтів. Комерційні банки формують доволі складні вимоги до позичальників, які бажають отримувати довгострокові кредитні ресурси. Це

здійснюється з метою мінімізації кредитних ризиків, підтвердження спроможності домогосподарств повертати вчасно отримані кошти, враховуючи змінність зовнішнього середовища, умов життєдіяльності клієнтів, їхній фінансовий стан і т. ін. У свою чергу доволі висока вартість довгострокових ресурсів відлякує потенційних клієнтів, а процеси нестабільності, які відбуваються в економічній, соціальній сфері, лише поглиблюють сумніви щодо доцільності залучення довгострокових фінансових ресурсів від банківських установ. Така ситуація негативно впливає на розвиток ринку споживчого кредитування і національної економіки.

4. Досить висока вартість позик також негативно впливає на рівень попиту домогосподарств на різні типи кредитних продуктів у межах ринку споживчого кредитування. Нестабільність завжди негативно впливає на вартість позикових ресурсів, проте в цьому випадку непрогнозованість зовнішнього середовища, наслідки війни лише поглиблюють використання консервативного підходу комерційних банків у частині формування вартості власних фінансових ресурсів. Банківські установи намагаються через високу ціну на позиковий капітал забезпечити часткове повернення таких коштів, унеможливити погіршення кредитного портфеля через виникнення нових непередбачуваних, несприятливих подій.

5. Досить обмежене коло потенційних позичальників, які є добросовісними, мають гарну кредитну історію. Попередні нестабільні періоди у функціонуванні ринку банківського споживчого кредитування привели до виникнення значної кількості домогосподарств, які не завжди вчасно мали змогу виконувати свої кредитні зобов'язання перед банками. Вся ця інформація була зібрана бюро кредитних історій і сьогодні надається кредитним установам для ухвалення нових рішень щодо видачі позик. Погіршення фінансового стану, яке пов'язане з війною, втратою житла та іншими наслідками агресії в доповнення із не завжди гарною кредитною історією значним чином зменшують кількість тих громадян, які мають змогу залучати ресурси комерційних банків на прийнятних умовах. До того важливу

роль відіграють вже наявні у домогосподарств позики, що враховується при розрахунку можливостей отримання нових кредитних ресурсів.

6. Складність регуляторного забезпечення розвитку банківських установ, що пов'язана із високими вимогами НБУ до платоспроможності, фінансової стійкості, ліквідності зазначених установ. З одного боку, такі дії регулятора пов'язані з необхідністю забезпечити макроекономічну стабільність у країні, стабільність функціонування банківської системи, виконання нею основних, найбільш важливих функцій. З іншого боку, НБУ, який має вже колосальний досвід боротьби з нестабільністю, з нестандартними викликами, що пов'язані з функціонуванням банківських установ, намагається побудувати дієву систему ідентифікації та якісного управління системними ризиками в банківській системі й не допустити зловживань комерційними банками. Це полягає в постійній перевірці та оновленні вимог до побудови їхніх систем ризик-менеджменту.

Загалом окреслені проблеми не є вичерпними, ринок банківського споживчого кредитування є складною системою, яка динамічно розвивається, змінюється, трансформується відповідно до тих змін у суспільстві, які можна спостерігати. Безпосередньо означені проблеми не виникли сьогодні, а їхнє формування відбувалося досить тривалий час. Основними передумовами виникнення окреслених проблем можна визначити такі:

- військова агресія та повномасштабна війна;
- внутрішня і зовнішня міграція населення;
- мобілізація економічно активних громадян підприємців;
- руйнування великої кількості підприємств, які були клієнтами банківських установ;
- високий рівень залежності економіки від міжнародної фінансової допомоги, у тому числі і її провідна роль у забезпеченні макроекономічної стабільності;
- високі вимоги НБУ до фінансового стану банківських установ та фокусування на підтримці інфляції на належному рівні;

- недостатній рівень довіри домогосподарств до банківських установ;
- висока вартість кредитів, що засвідчує наявність диспропорцій у розвитку ринку споживчого кредитування;
- високий рівень тіньової економіки, що ускладнює процес підтвердження достатнього рівня їхньої фінансової спроможності;
- низький рівень фінансової цифрової грамотності домогосподарств, що стримує частково процес цифровізації сфери кредитних послуг;
- зміна попиту домогосподарств на різні типи кредитних продуктів, надання переваги короткостроковим та середньостроковим позикам насамперед на поточні потреби;
- формування нових ризиків у діяльності банківських установ, які пов'язані з військовою агресією, втратою частини активів, перебування значної кількості клієнтів на окупованих територіях, новими викликами цифровізації, підвищення ролі цифрових ризиків у забезпеченні інформаційної безпеки банків [222; 219; 221; 174; 175].

Беззаперечно однією з найбільш складних проблем у забезпеченні й розвитку ринку банківського споживчого кредитування є стабільність макроекономічного середовища. Україна постійно стикається з новими викликами які негативно впливають на економічний, соціальний розвиток країни, але, що найбільш найгірше, це в підсумку призводить до стану нестабільності, турбулентності економічних відносин і завжди відображається на діяльності банківських установ.

Фінансова сфера в усі періоди криз зазнавала одних із найбільш негативних наслідків від макроекономічної нестабільності. Після кризи 2007-2008 року банківські установи відновлювали свою прибуткову діяльність ще наступні три роки. Криза 2015-2016 років завершилася значним очищенням банківської системи від великої кількості комерційних банків, націоналізацією окремих з них. Усі процеси були надзвичайно нетиповими для ринкової економіки, для функціонування інших розвинутих країн. Проте саме реформування дало новий поштовх до забезпечення стабільності роботи

комерційних банків і після початку війни ці установи змогли забезпечити виконання власних функцій, підтримати ту роль у суспільстві, яку вони повинні виконувати за своїм призначенням та місією. Наслідки впливу нестабільності на функціонування кредитних установ здебільшого завжди є неоднозначними, багатоаспектними, багатовекторними і глибокими. На рис. 2.14 представлені окремі з потенційних наслідків.

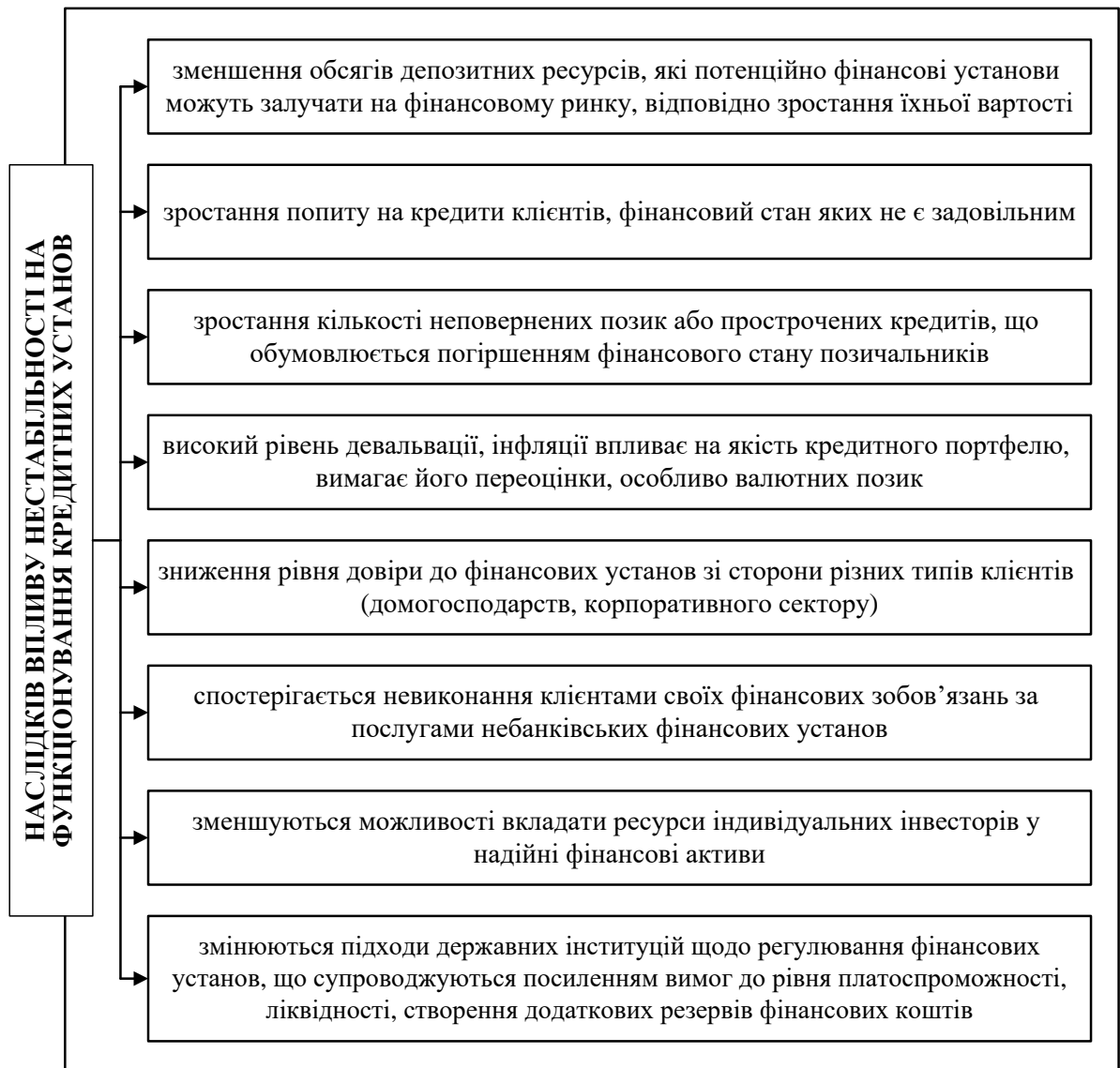


Рис. 2.14 – Наслідків впливу нестабільності на функціонування кредитних установ

Джерело: систематизовано авторами на основі [131; 108, с. 472-475; 117, с. 332-334; 77; 78].

Стабільність стає базовою умовою забезпечення розвитку ринку споживчого кредитування. Вплив нестабільності на функціонування такого ринку в підсумку приводить до наступного:

- зміна попиту на кредитні ресурси зі сторони домогосподарств, трансформація їхньої кредитної поведінки;
- падіння реальних доходів населення;
- розбалансування системи публічних фінансів;
- збільшення вимог банків до платоспроможності потенційних позичальників;
- зростання вартості кредитних ресурсів;
- зростання кредитних ризиків;
- збільшення резервів банківських установ, що пов'язано зі зростанням обсягів незабезпечених кредитів;
- зростання обсягів саме незабезпеченого кредитування;
- спад довіри комерційних банків до потенційних клієнтів;
- інколи повна зупинка кредитування домогосподарств, особливо якщо банківські установи мають альтернативні варіанти вкладення фінансових ресурсів, наприклад цінні папери;
- підвищення вимог регуляторів до фінансового стану банківських установ, що зазвичай негативно впливає на їхній фінансовий потенціал;
- зростання витрат банківських установ на операційні процеси, які пов'язані із кредитуванням домогосподарств;
- зниження сформованого рівня довіри зі сторони громадян до банківських установ;
- погіршення кредитної дисципліни та кредитної історії потенційних позичальників;
- ускладнення підходів банківських установ до повернення простроченої заборгованості та ін. [77; 78; 71].

Нестабільність як і переважна більшість складних економічних процесів, які відбуваються в суспільстві, має здатність не лише негативно

впливати на розвиток економічної системи, фінансових відносин, але і їй можуть бути характерні позитивні наслідки для функціонування різних типів економічних суб'єктів. Для розвитку банківської системи нестабільність, як уже зазначалося, несе досить колосальні негативні наслідки, які можуть приводити до глибоких системних криз у фінансових системах і поступово переходити до складних економічних криз. Усе це неодноразово підтверджувалося вже історичними фактами та подіями. Проте з іншого боку нестабільність вимагає від банківських установ, домогосподарств шукати нові способи взаємодії, покращення якості обслуговування, обумовлює зростання конкуренції між фінансовими установами за платоспроможних клієнтів. Фактично в Україні періодична нестабільність призвела до масштабної цифровізації передусім банківської системи, сфери банківських послуг. Коронакриза і війна змусили комерційні банки активно впроваджувати цифрові технології для підтримки власної діяльності, забезпечення доступності власних послуг для тих громадян, які не могли ними скористатися безпосередньо у фізичних відділеннях цих фінансових установ. Відповідно цифровізація, тотальна інформатизація призвели до зміни моделі функціонування сучасного банку, і цей процес буде відбуватися і надалі.

Відповідно нестабільність економічного простору, яка в Україні відбувається перманентно, формує питання до банківських установ, яким чином, враховуючи не завжди сприятливі для бізнесу умови, формувати власні конкурентні переваги, в першу чергу на ринку споживчого кредитування, конкурувати між собою і залишатися конкурентоспроможними для забезпечення власної прибуткової діяльності, що є загалом кінцевою метою роботи будь-якої банківської установи.

Банківська система сьогодні зіштовхується з наслідками нестабільності, цифровізації, екологізації економічних відносин, що вимагає від банківських установ відповідного реагування на ці виклики. Цифровізація дає новий поштовх до пошуку способів підвищити власну конкурентоспроможність,

насамперед на ринку споживчого кредитування, де використання цифрових технологій сьогодні сприймається домогосподарствами як даність, необхідність, а не можливість.

Відповідно в умовах цифрової трансформації банківські установи на ринку споживчого кредитування мають здатність формувати власні конкурентні переваги таким чином.

1. Забезпечувати цифровізація всього процесу кредитування домогосподарств від отримання заявки, завершуючи перерахунком коштів на рахунок клієнта або відкриття кредитного рахунку. Це вимагає відповідно змінити операційні процеси в банківській системі, налагодити процес отримання онлайн заявок, в тому числі і їх заповнення у фізичних відділеннях банківської установи. Важливим також є впровадження механізмів перевірки потенційних позичальників через використання цифрових технологій, формування кредитної угоди та її електронний підпис клієнтом. Після цього кошти миттєво повинні зараховуватися на рахунок. Такий підхід дає змогу банку таке:

- 1) швидше опрацьовувати заявки клієнтів, а отже, і їхню кількість;
- 2) формувати імідж інноваційної фінансової установи, яка активно залучає сучасні технології;
- 3) значним чином зменшувати операційні витрати на процес кредитування;
- 4) отримувати лояльність клієнтів.

2. Удосконалення процесу оцінювання фінансового стану клієнтів та його спроможності забезпечити обслуговування позик є невід'ємною складовою процесу кредитування домогосподарств. Впровадження механізмів автоматизації такої перевірки, її швидкості вимагає дійсно значної роботи по алгоритмізації здійснення зазначеного аналізу, використанню різних джерел фінансової, нефінансової інформації про клієнтів, їхню кредитну історію і дослідження інформації з інших відкритих джерел. Удосконалення

скорингових моделей на основі використання цифрових технологій, насамперед штучного інтелекту, машинного навчання дає змогу:

- краще оцінювати фінансовий стан потенційних позичальників;
- підвищити якість управління кредитним ризиком банку;
- зробити моделі оцінки більш гнучкими, більш багатоструктурованими з урахуванням як економічних реалій у країні, так і зміни кредитної політики банківських установ;
- відбувається зменшення витрат на перевірку, а отже, і швидкість ухвалення рішень, що позитивно впливає на якість кредитних послуг.

3. Забезпечити конкурентні переваги на ринку споживчого кредитування в сучасних умовах банківським установам самотійно вкрай складно, оскільки це вимагає від них відповідних фінансових ресурсів, інформаційної спроможності ефективно їх використовувати для побудови необхідних інформаційних систем. Відповідно досить часто комерційні банки вступають у співпрацю з іншими учасниками ринку споживчого кредитування, обмінюються з ними інформацією, використовують дані таких учасників. Співпраця з іншими суб'єктами зазначеного ринку дозволяє банкам таке:

- розширити інформаційну базу для оцінки кредитоспроможності клієнтів;
- залучати технології інших суб'єктів для підвищення якості оцінки фінансового стану домогосподарств;
- розширювати мережу точок надання кредитів домогосподарствам з швидким прийняттям рішення про їх видачу;
- зменшити необхідність витратити значні ресурси для маркетингу власних кредитних продуктів;
- збільшити кількість потенційних клієнтів, потреби яких у кредитних коштах можуть задовольнити саме банківські установи;
- розподіл кредитних ризиків при наданні великих позик домогосподарствам;

- здійснення диверсифікації кредитного портфеля за рахунок розширення надання позик різним категоріям позичальників;
- зменшення операційних витрат на розробку нових інформаційних продуктів, використання цифрових технологій.

Взаємодія може дозволяти банківським установам у співпраці розробляти нові, більш привабливі для домогосподарств кредитні продукти, які мають здатні запропонувати комплексні рішення цим економічним суб'єктам і не лише виключно у сфері кредитування.

Співпраця з іншими економічними суб'єктами, серед яких варто виділити страхові компанії, FinTech-компанії, IT-компанії, підприємства електронної комерції, торгові мережі дає змогу розробляти різні фінансові продукти, пропонувати їх дійсним клієнтам банківських установ, клієнтам інших фінансових посередників, які фокусуються на абсолютно інших напрямках надання фінансових послуг. Такий підхід дозволяє кардинально змінити концепцію надання кредитних послуг банківськими установами і відійти від підходу розробки конкретних кредитних продуктів до розробки і впровадження клієнтоцентричної моделі функціонування, коли клієнт отримує цілий спектр фінансових, і не лише фінансових послуг, який супроводжується доступністю фінансових ресурсів, можливістю постійної взаємодії з банківською установою. Сучасні клієнти, як показує досвід, особливо ті з них, які активно використовують усі переваги цифрових фінансових послуг, сьогодні бажають отримувати не лише конкретні кредитні продукти, а бажають, щоб банківські установи надавали їм комплекс послуг, які пов'язані з розрахунками, зарахуванням фінансових ресурсів, їх ефективним витрачанням. Якщо раніше комерційні банки не могли повною мірою задовольнити такі потреби, оскільки це вимагало значної кількості часу, кадрових ресурсів і відповідні послуги надавалися в тому або в іншому вигляді лише VIP клієнтам, найбільш важливим для комерційних банків споживачам, то сьогодні, використовуючи цифровізацію, процеси автоматизації, комерційні банки можуть більш системно підходити і до персоналізації фінансових послуг своїх клієнтів.

4. Впровадження підходу персоналізації банківських продуктів на ринку споживчого кредитування є сьогодні об'єктивним трендом, який поступово формується та адаптується банківськими установами до своїх операційних процесів. Персоналізація в сучасному розумінні полягає в більш широкому використанні індивідуального підходу банківськими установами до надання фінансових послуг своїм клієнтам. Якщо раніше ці установи розробляли типові банківські продукти і продавали їх різним категоріям домогосподарств, то персоналізація передбачає зміну параметрів таких продуктів для окремих клієнтів, їх груп, які можуть бути виділені за певною ознакою або сукупністю ознак. Персоналізація дозволяє банківським установам глибше розуміти потреби своїх клієнтів, використовувати гнучкіші способи задоволення їхніх потреб у кредитних ресурсах, враховуючи можливі кредитні ризики від надання таких послуг. Відповідно персоналізація для банківських установ сьогодні полягає в наступному:

- зміна підходів до розробки кредитних продуктів, розширення параметрів оцінки фінансового стану домогосподарств, створення більшої кількості різних варіантів таких продуктів;
- на основі аналізу поведінкових аспектів домогосподарств швидше реагувати на нові потреби в кредитних продуктах;
- пропонувати змінні параметри в кредитних продуктах, які трансформуються залежно від подальших дій клієнтів, їхньої добросовісності та вчасності виконання взятих на себе вимог;
- зберегти більшу частину клієнтів, примножити їх кількість через більш глибоке розуміння їхніх потреб та краще задоволення сформованих потреб у кредитних ресурсах;
- підбір основних напрямів продажу кредитних продуктів залежно від цифрової фінансової моделі поведінки домогосподарств, використання мобільних телефонів, офіційних сайтів соціальних мереж, контакт-центрів банківських установ дає можливість максимально охопити потенційних клієнтів інформацією про можливості кредитування банківською установою.

Таким чином в сучасних умовах банківські установи вже фактично вичерпали власні можливості щодо формування конкурентних кредитних продуктів виключно за рахунок зміни їхніх різних параметрів. Ранжування відсоткової ставки, тривалість кредитування сьогодні вже не відіграють ключової ролі у продажу банківських продуктів на ринку споживчого кредитування, оскільки велика кількість банківських установ пропонують аналогічні продукти, враховуючи власний фінансовий, інформаційний потенціал. Відповідно комерційні банки розуміють, що забезпечити формування конкурентних переваг на ринку споживчого кредитування можливо передусім лише через активне використання цифрових технологій, співпрацю та персоналізацію кредитних продуктів. Такий підхід змінює сформовану модель надання споживчих послуг, вимагає зміни й операційних процесів і внутрішніх механізмів функціонування банківської установи. Зміни, які повинні відбуватися в межах комерційного банку, щоб залишатися конкурентоспроможним на ринку споживчого кредитування, будуть розглянуті в наступному розділі дисертаційної роботи.

Висновки до розділу 2

1. Проведено аналіз сучасного стану розвитку банківського споживчого кредитування в Україні, що реалізовано через виокремлення та детальний аналіз основних етапів такого розвитку, серед яких визначено наступні: початок 90-х років-початок 2000-х років, 2004–2007 роки, 2008–2009 роки, 2010–2013 роки, 2014–2015 роки, 2016–2019 роки, 2020–2021 роки, 2022–2023 роки, 2024–2025 роки. У процесі дослідження виокремлено основні тенденції, які були притаманні функціонуванню ринку банківського споживчого кредитування на кожному з окреслених етапів, що дало можливість системніше обґрунтувати причини виникнення нестабільності у його функціонуванні, проаналізувати наслідки кризових ситуацій у фінансовій системі України та їх вплив на діяльність банківських установ.

2. Проаналізовано сучасні тенденції здійснення банківськими установами кредитування домогосподарств у 2010–2024 роках, що дало змогу конкретизувати актуальний стан розвитку ринку такого кредитування. Обґрунтовано, що у 2024 році обсяг кредитів, виданих комерційними банками домогосподарствам, становив 5,86 млрд дол. США. Встановлено, що протягом 2010–2024 років зазначений показник у порівнянні з 2013 роком зменшився більш ніж утричі. Найбільш кризовими для зниження цього параметра виявилися 2014–2015 роки, коли обсяг зазначених позик зменшився до 11,35 та 7,32 млрд дол. США відповідно. Також встановлено, що в сучасних умовах домогосподарства надають перевагу отриманню короткострокових споживчих кредитів, які номіновані у національній валюті, а структура виданих банківськими установами позик домогосподарствам засвідчує домінування саме такого виду кредитування.

3. Досліджено структуру виданих банківськими установами позик домогосподарствам та встановлено, що найбільшу питому вагу в такій структурі займають споживчі кредити: у 2024 році їхня частка становила 81,32 %, що є значно більшим показником порівняно з аналогічним значенням 2014–2015 років. При цьому відповідно знижується питома вага кредитів на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості, а також частка інших позик.

4. Проведено аналіз впливу макроекономічних показників на розвиток банківського споживчого кредитування в Україні, що реалізовано через використання кореляційно-регресійного аналізу та побудову кубічних однофакторних регресійних моделей впливу таких параметрів: офіційного курсу гривні до долара США, рівня інфляції, рівня середньої заробітної плати, процентних ставок за кредитами, облікової ставки НБУ та індексу фінансового стресу. Також побудовано багатфакторну регресійну модель залежності обсягу банківського споживчого кредитування від окреслених показників. Результати моделювання засвідчили, що найбільший вплив на розвиток такого кредитування серед усіх макроекономічних показників здійснюють курс гривні по відношенню до долара США та вартість кредитних ресурсів.

5. На основі результатів PEST- та SWOT-аналізу визначено базові загрози для функціонування ринку банківського споживчого кредитування в Україні, які були детально проаналізовані. Встановлено, що саме нестабільність, яка притаманна функціонуванню фінансової системи, національної економіки, найбільш негативно впливає на розвиток банківської системи загалом, у тому числі і сфери споживчого кредитування.

6. Обґрунтовано напрями формування конкурентних переваг банківськими установами на ринку споживчого кредитування в умовах становлення цифрової економіки, використання яких дає змогу забезпечити розвиток споживчого кредитування в Україні, сформувати стабільну основу для надання таких кредитів комерційними банками у довгостроковій перспективі, підвищити рівень їхньої конкурентоспроможності через підтримку інноваційного розвитку та впровадження дієвих і ефективних інформаційних технологій у власну діяльність.

Основні результати дослідження опубліковані в таких наукових роботах [139; 174; 197; 199].

РОЗДІЛ 3

НАУКОВО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ НА РИНКУ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

3.1. Удосконалення механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації

Сучасні виклики, з якими стикаються банківські установи, зумовлюють необхідність трансформації їхньої роботи та підходів до забезпечення операційної діяльності. Особливо це відбувається в межах функціонування ринку споживчого кредитування, який сьогодні досить швидко реагує на макроекономічну нестабільність у країні, процеси цифровізації, зміни споживчої поведінки домогосподарств. Саме це зумовлює важливість зміни наукових і прикладних підходів до забезпечення конкурентоспроможності банківських установ на зазначеному ринку в сучасних умовах.

Високий рівень конкуренції між банками, їхні обмежені можливості щодо власного розвитку та збільшення кількості клієнтів вимагають від них постійного удосконалення якості власних фінансових послуг, пошуку нових способів забезпечити конкурентоспроможність власних кредитних продуктів та загалом здатності конкурувати з іншими банківськими установами, формуючи дохід та прибуток.

Сьогодні банківські установи в Україні велику кількість фінансових ресурсів інвестували в цінні папери, насамперед облігації державної внутрішньої позики, і тим самим використали власний фінансовий потенціал для підтримки напрямів діяльності Кабінету Міністрів України. При цьому ці кошти не були спрямовані в реальний сектор, у тому числі й на ринок

споживчого кредитування. Така ситуація частково дозволила банківським установам отримати високі обсяги прибутку, забезпечуючи прийнятний рівень кредитного та інвестиційного ризиків.

Однак в Україні, де фондовий ринок розвинений не так ефективно в порівнянні з розвинутими країнами, ринок споживчого кредитування є одним із тих напрямів, де банківські установи можуть отримувати значні доходи та забезпечувати формування власного прибутку. Проте і рівень кредитного ризику на такому ринку є високим, що підштовхує банківські установи до пошуку нових рішень щодо оцінки кредитоспроможності позичальників, забезпечення ефективного управління таким ризиком у довгостроковій перспективі. Усе окреслене лише підкреслює той факт, що усталена модель механізму забезпечення конкурентоспроможності банківських установ у сучасних умовах не може залишатися незмінною, враховуючи наявність нових викликів і цілей, які сьогодні формуються в діяльності банківських установ. Саме питання трансформації зазначеного механізму, оновлення моделі механізму формування конкурентних переваг комерційних банків на ринку споживчого кредитування будуть розглянуті в межах поточного підрозділу дисертаційної роботи.

Розпочнемо дослідження із аналізу загального механізму забезпечення конкурентоспроможності банківської установи. Його модель представлена на рис. 3.1. Зауважимо, що ключовими елементами такого механізму є система управління, яка виступає керуючою системою, та ті процеси, механізми, підсистема і відносини, які в сукупності формують керовану систему, на яку спрямовується вплив. При цьому такий вплив здійснюється на основі використання сукупності відповідних методів та інструментів і здійснюється з дотриманням певних принципів. Саме їх врахування є важливим для забезпечення дієвості всієї системи банківського менеджменту, основні компоненти якої залучені до постійного підвищення рівня конкурентоспроможності банківської установи.

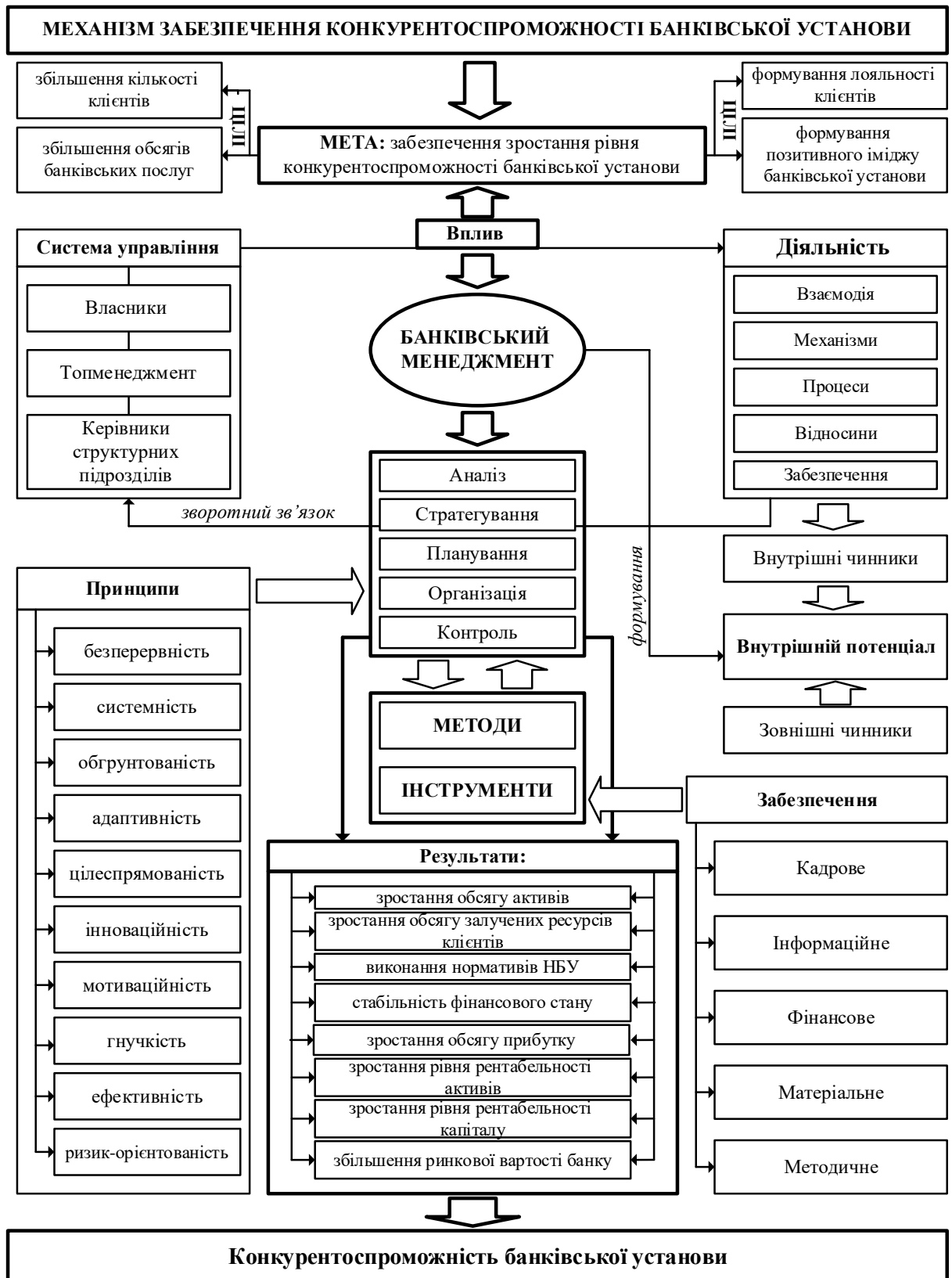


Рис. 3.1 – Модель механізму забезпечення конкурентоспроможності банківської установи

Джерело: побудовано автором на основі [18; 122, с. 53-54; 28, с. 240; 89, с. 107-108; 207, с. 387-388; 116, с. 140-142; 36, с. 23-24].

Таким чином, аналіз зазначеного механізму дає підстави конкретизувати такі його характерні риси:

- динамічний розвиток та трансформація залежно від змін зовнішнього середовища;
- механізм може бути розглянутий як цілісна система, у якій існують свої структурні елементи, що взаємодіють між собою для досягнення конкретної мети;
- механізм являє собою процес використання сукупності інструментів, методів, за допомогою яких власники, керівники банківської установи впливають на його операційні процеси, забезпечуючи розвиток;
- механізм покликаний підтримувати постійний розвиток банківської установи в довгостроковій перспективі таким чином, щоб створювати конкурентоспроможні фінансові продукти для своїх клієнтів;
- механізм може функціонувати лише за спільної роботи всіх структурних підрозділів, узгодження їхньої відповідальності, що в підсумку дає змогу забезпечити якісний розвиток банківської установи;
- механізм є невід'ємною складовою системи управління банківською установою, загалом економічного механізму такої установи, і покликаний забезпечувати її здатність конкурувати з іншими подібними установами з метою отримання очікуваних обсягів доходів та прибутку;
- реалізація механізму потребує відповідних ресурсів, передусім фінансових, інформаційних, кадрових ресурсів, використання яких дає змогу забезпечити ефективне функціонування банківської установи;
- механізм формується та функціонує з урахуванням зовнішніх, внутрішніх обмежень, починаючи від регуляторної політики держави, закінчуючи власним фінансовим потенціалом банківської установи;
- механізм є постійним, використовується для підтримки якісного розвитку банківської установи, формування її ролі у функціонуванні загалом банківської системи країни, посідання провідних позицій в окремих сегментах ринку банківських послуг та ін.

Проте, як і будь-який механізм, який притаманний функціонуванню конкретної економічної системи, у т. ч. банківської установи, механізм забезпечення її конкурентоспроможності повинен змінюватися відповідно до тих змін економічного, соціального, безпекового середовища, у яких функціонують зазначені установи. Зміна зовнішнього середовища є еволюційним процесом трансформації загалом національної економіки, фінансової системи країни, формує нові імпульси до їх зміни, що в підсумку може і позитивно, і негативно впливати на всіх економічних суб'єктів, включаючи комерційні банки. Як засвідчує досвід України, будь-які економічні, фінансові кризи завжди досить негативно впливають на функціонування цих установ і загалом банківську систему, але кожного разу вона відновлює своє функціонування, банківські установи продовжують виконувати покладені на них функції, формуючи з певним часом досить значні обсяги доходів чистого прибутку.

У другому розділі дисертації вже констатувалися ті виклики, які сьогодні існують перед банківськими установами й вимагають від них реалізації змін у своїй системі управління, у підходах до надання банківських послуг, у процесі розробки банківських продуктів. Усе це загалом вимагає і трансформації того сформованого механізму забезпечення конкурентоспроможності банківської установи. Такий механізм є невід'ємною складовою загальноекономічного механізму комерційного банку, який існує, трансформується і інколи повинен змінюватися не еволюційним шляхом, а більш революційним, оскільки зміни зовнішнього середовища, у якому функціонують банківські установи, сьогодні відбуваються надто швидкими темпами, і ці установи не можуть собі дозволити змінюватися поступово, бо якраз рівень їхньої конкурентоспроможності може знижуватися на висококонкурентному ринку банківських послуг.

Відповідно, основними передумовами зміни діючої моделі механізму забезпечення конкурентоспроможності банківської установи на ринку споживчого кредитування є такі:

- посилення конкуренції на ринку споживчого кредитування як між банками, так і між банківськими установами та іншими небанківськими кредитними установами;

- значне зменшення потенційних клієнтів банківських установ, особливо в частині надання споживчих позик;

- сформовані у споживачів досить високі вимоги до стану цифровізації банківських установ у процесі використання різних видів банківських послуг;

- зростання важливості репутації банківської установи, якості сервісу при продажі кредитних продуктів;

- макроекономічна нестабільність формує нові ризики, управління якими вимагає зміни поглядів на сформовану систему управління банківською установою, надання переваги фінансовій стабільності, ліквідності, платоспроможності порівняно з прибутковістю та ризикованістю;

- зміна каналів взаємодії банківських установ зі своїми клієнтами, обов'язкова наявність відповідних мобільних застосунків банків, інтерактивних офіційних сайтів, наявності у клієнтів власних кабінетів, це є сьогодні вже обов'язковими й невід'ємними елементами отримання банківських послуг домогосподарствами;

- виникнення нових ризиків у сфері інформаційної безпеки, насамперед кіберзагроз, які дедалі негативніше впливають на функціонування банківської системи, її здатності забезпечити збереження персональних даних клієнтів, вчасно реагувати на потенційні кіберризики та ін. [161; 184, с. 21-23; 228].

Окреслені передумови є об'єктивними і сьогодні їх наявність засвідчує необхідність банківських установ змінюватися, трансформуватися відповідно до нових викликів, що формуються у фінансовій системі країни й загалом у межах національної економіки. Провідну роль у такій трансформації повинні відігравати цифрові технології, оскільки вони здатні впливати на кожний елемент процесу взаємодії банку з потенційними або діючими клієнтами. При цьому цифрові технології мають змогу продукувати позитивні зміни, переваги як для самих комерційних банків, так і для їхніх клієнтів. Саме це і є

вирішальним у тому, що банківські установи сьогодні активно зацікавлені у використанні зазначених технологій, поступовій зміні власної моделі управління функціонуванням та стратегічного розвитку. Окреслене також зумовлює необхідні зміни самого механізму забезпечення конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування. Банківські установи, як уже зазначалося у другому розділі дисертації, змінюють саму концепцію надання зазначених позик, відходячи від концепції створення і продажу кредитних продуктів, переходячи до клієнтоорієнтованої концепції, за якої банківські установи надають спектр послуг своїм клієнтам і стають його невід'ємним помічником у фінансовій сфері й не тільки. На рис. 3.2 представлено концепцію механізму забезпечення конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації фінансових відносин.

Таким чином, можемо конкретизувати особливості побудови та впровадження зазначеного механізму. Серед них доцільно визначити такі:

- поступова перевага технологічності над креативністю, що полягає у значному зростанні впливу цифрових технологій на операційні процеси у порівнянні з процесом створення, розробки нових кредитних продуктів;
- підвищення уваги до використання різних каналів продажу кредитних продуктів, взаємодії з різними категоріями потенційних позичальників;
- важливість прийняття швидких рішень щодо оцінки кредитоспроможності позичальника, можливості задовольнити його потреби в позикових ресурсах, прийнятті рішень про видачу позик;
- удосконалення механізму оцінки кредитоспроможності позичальника, розширення кількості джерел інформації, на основі яких відбувається така оцінка (бюро кредитних історій в Україні сьогодні вже накопичили значні записи про позичальників та позики, також значна кількість державних баз даних є відкритими, і це дає змогу банкам також аналізувати інформацію з цих джерел);

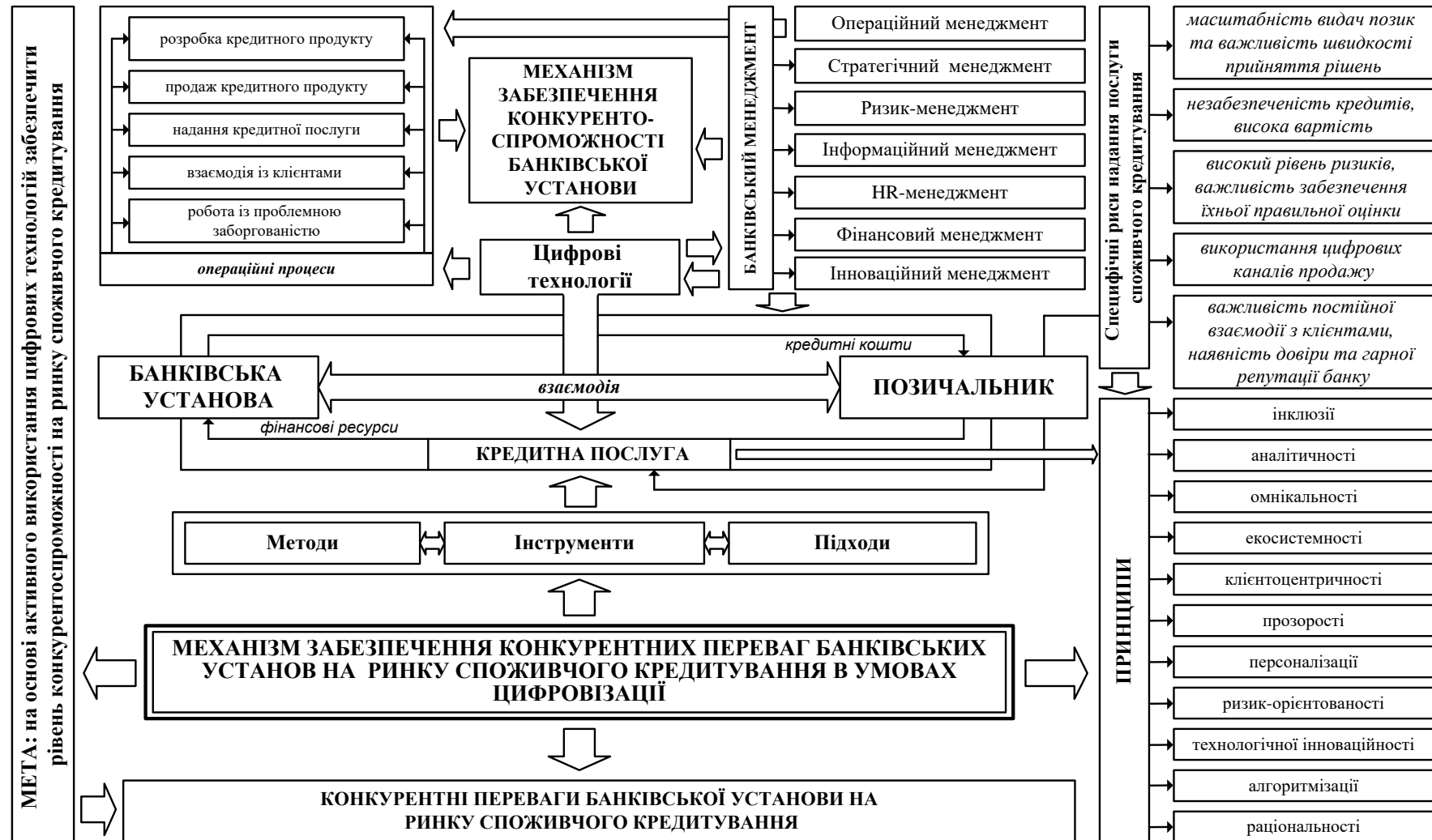


Рис. 3.2 – Механізм формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації

Джерело: розроблено автором.

- зменшення важливості цінових конкурентних переваг банківських установ перед неціновими;
- поглиблення взаємодії операційних процесів банку з ІТ-підрозділами або окремими, залученими до впровадження цифрової трансформації, підприємствами. Фактично цифрові технології визначають функціонування та розвиток усіх без винятку структурних підрозділів банку;
- змінюється підхід до аналізу позичальників, аналізується не лише рівень їхньої конкурентоспроможності, але й загалом аналізується значний спектр показників, параметрів про конкретних осіб, які можуть потім використовуватися для пропозиції окремих кредитних продуктів;
- поступово набуває важливості підхід щодо персоналізації кредитних продуктів, що можливо саме через активне використання цифрових технологій у напрямку аналізу поведінкових моделей потенційних позичальників;
- відбувається зміна організаційних аспектів функціонування банківських установ, можуть трансформуватися структура його підрозділів, створюються нові напрямки діяльності, які стають невід'ємною складовою процесу цифрової трансформації банку. Це своєю чергою також призводить до зміни підходів щодо аналізу ефективності окремих бізнес-процесів, виникає необхідність у розширенні переліку показників, параметрів, які використовують для оцінки ефективності банку у сфері споживчого кредитування та ін. [149, 185; 22; 64; 85].

Зазначимо, що окреслений механізм за своєю сутністю являє собою складну систему відносин, які виникають між структурними підрозділами банківської установи, її керівниками та власниками щодо пошуку та впровадження напрямів формування власних конкурентних переваг у сфері надання споживчих послуг домогосподарствам через використання сукупності методів, інструментів такого механізму, дотримання базових його принципів, які оновлюються відповідно до викликів цифрової трансформації ринку фінансових послуг.

Механізм забезпечення конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування загалом є складовою механізму забезпечення конкурентоспроможності банківської установи й фокусує свою увагу насамперед на використанні сукупності методів, інструментів, підходів, які стосуються надання послуги споживчого кредитування домогосподарствам.

Специфіка окресленого механізму визначається і специфікою взаємодії між банківськими установами та їхніми позичальниками щодо отримання і надання споживчих кредитів. Саме це обумовлює основні операційні процеси, відносини, які виникають в межах комерційного банку для надання зазначених позик. Відповідно для того, щоб забезпечити формування конкурентних переваг банківської установи важливо здійснювати вплив керівників структурних підрозділів, власників банківської установи на основні операційні процеси, взаємовідносини між такими підрозділами, механізми, процеси. Це в сукупності дозволяє трансформувати модель надання споживчих послуг домогосподарствам. При цьому провідну роль у такій трансформації в сучасних умовах відіграють цифрові технології, які, з одного боку, впливають на всі компоненти операційного процесу або операційної системи надання споживчих послуг, а з іншого – загалом впливають на функціонування комерційного банку й передусім на систему його менеджменту.

З даних рис. 3.2 також видно, що в сучасних умовах формування конкурентних переваг на ринку споживчого кредитування зумовлено цифровізацією не лише операційного менеджменту, тобто тих процесів, які безпосередньо виконуються для надання споживчих позик домогосподарствам, але значною мірою залежить і від цифровізації всіх складових системи банківського менеджменту. Відповідно, запорукою ефективності механізму забезпечення конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування є також і загальний рівень цифрової трансформації комерційного банку.

Зміна підходів до надання споживчих послуг у зв'язку з активним використанням банківськими установами цифрових технологій безпосередньо формує нові принципи їхнього функціонування в напрямку кредитування, які

відіграють ключову роль у функціонуванні цих установ та формуванні їхнього прибутку. У таблиці 3.1 представлено окремі принципи механізму забезпечення конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, які сьогодні сформувалися в його межах, впливають на трансформацію такого механізму та змінюють підхід банківських установ до надання кредитів домогосподарствам. Розглянемо сутність цих принципів детальніше.

Таблиця 3.1

*Основні принципи механізму забезпечення конкурентних переваг
банківських установ умовах цифрової трансформації*

Назва	Зміст
1	2
Принцип інклюзії	цифрова трансформація формує нові вимоги до доступу домогосподарств до кредитних ресурсів, прискорює процес їх отримання, надає можливості постійного їх використання. Це у підсумку дало можливість підвищити рівень фінансової інклюзії та залученості нових економічних суб'єктів до сфери споживчого кредитування.
Принцип аналітичності	цифровізація банківських установ посилила важливість аналітичної складової в забезпеченні їхнього ефективного функціонування. Наявність значних масивів інформації дає змогу впроваджувати складні інформаційні системи для її структурування, аналізу, що в підсумку позитивно впливає на процеси оцінки кредитоспроможності клієнтів, швидкість прийняття рішень про видачу позик, управління власними фінансовими ресурсами й загалом систему банківського менеджменту.
Принцип унікальності	цифрова трансформація призвела до значного розширення різних каналів продажу банківських продуктів, у тому числі і споживчих кредитів. Використання різних підходів, а саме надання можливості отримувати споживчі кредити через офіційний сайт комерційного банку, власний кабінет клієнта, мобільні додатки дозволило підвищити рівень фінансової інклюзії і вимагає від банків враховувати такі можливості для забезпечення власної конкурентоспроможності.
Принципи екосистемності	цифровізація сприяла зближенню взаємовідносин банківських установ з іншими суб'єктами, які залучені до сфери фінансових послуг, її цифрової трансформації. Банківські установи намагаються взаємодіяти з такими суб'єктами, що дає змогу їм розширювати власну клієнтську базу, зменшувати операційні витрати, залучати кваліфікованих фахівців для підтримки власних систем інформаційної безпеки, формувати більш сприятливий для розвитку цифровий простір.
Принцип клієнтоцентричності	цифрові технології змушують банківські установи фокусувати увагу на потребах споживачів, швидше їх виявляти, аналізувати та створювати нові банківські продукти у сфері споживчого кредитування для задоволення різних потреб окремих груп домогосподарств. При цьому комерційні банки важливу увагу приділяють формуванню довірчих відносин з клієнтами для підвищення рівня їхньої лояльності.

1	2
Принцип прозорості	цифровізація дозволила підвищити рівень транспарентності сфери споживчого кредитування, функціонування комерційних банків. Наявність значних обсягів інформації в відкритому доступі про клієнтів комерційних банків, про самі фінансові установи робить прийняття рішень щодо надання, використання споживчих кредитів більш усвідомленим як клієнтами, так і комерційними банками. Прозорість також зумовлює чіткі та зрозуміло сформульовані умови отримання споживчих кредитів, відповідальність суб'єктів кредитних відносин.
Принцип персоналізації	цифровізація дає змогу банківським установам використовувати більш гнучкий підхід до розробки банківських продуктів з урахуванням індивідуальної інформації про клієнтів, окремих їхніх груп. Це може забезпечити зростання доходів, прибутку через гнучкість банківських продуктів і відповідно краще задоволення потреб домогосподарств у кредитних ресурсах.
Принцип ризик-орієнтованості	цифровізація значним чином дає можливість глибше аналізувати процес споживчого кредитування, фінансовий стан потенційних позичальників. З результатами такого аналізу правильніше визначати розмір потенційних кредитних ризиків, ризику неповернення позик або невчасного здійснення клієнтами щомісячних платежів.
Принцип технологічної інноваційності	цифрова трансформація дає можливість банківським установам постійного вдосконалювати власні операційні процеси, впроваджувати нові механізми взаємодії між структурними підрозділами та розробки нових банківських продуктів, удосконалювати програмне та матеріальне забезпечення функціонування системи цифрової інфраструктури і т. д.
Принцип алгоритмізації	цифровізація сприяє насамперед розробці складних алгоритмів, їх впровадження як в операційні процеси комерційного банку, так і в систему управління. Фактично цифрові технології будуються на активному аналізі доступної зовнішньої, внутрішньої інформації про клієнтів, банківську установу. Це вимагає постійної розробки і удосконалення різних алгоритмів роботи з такою інформацією. Саме структурування даних формує основу для активного процесу цифрової трансформації банківської установи.
Принцип раціона-льності	цифровізація вимагає значних фінансових ресурсів і саме тому банківські установи поступово використовують сучасні цифрові технології у власній діяльності, в окремих напрямках надання клієнтам послуг. Відповідно постійний аналіз раціональності, доцільності застосування, розробки таких технологій є важливим з позиції забезпечення ефективності функціонування, формування конкурентних переваг не за рахунок власного прибутку, а з урахування наявного внутрішнього потенціалу комерційного банку.

Джерело: складено автором.

Попри численні переваги використання цифрових технологій банківськими установами у сфері кредитування, існує і ряд ризиків, які пов'язані із застосуванням нових підходів до надання таких позик. Загалом такі ризики пов'язані насамперед зі специфікою самої цифрової технології, їх значною кількістю, досить високим рівнем складності для адаптації в роботі банківської установи. У таблиці 3.2 наведено основні групи зазначених ризиків.

Таблиця 3.2

*Основні ризики цифровізації банківськими установами
сфери надання споживчих кредитів*

Назва ризиків	Зміст та вплив на розвиток споживчого кредитування
1	2
Інформаційні ризики	<ul style="list-style-type: none"> – несанкціоноване втручання в банківську діяльність; – втручання в систему подачі онлайн-заявок для отримання позик; – втрата персональної інформації про клієнтів та передача її у відкритий простір; – шахрайські дії із доступом клієнтів до своїх кабінетів; – кібератаки; – досить часті оновлення програмного обладнання і неможливість клієнтам здійснювати розрахунки за позиками, використовувати доступні кредитні ресурси; – погіршення якості послуг на початкових етапах впровадження нових систем у сферу кредитування; – швидкий процес копіювання та запозичень нових технологічних рішень іншими банківськими установами;
Технологічні ризики	<ul style="list-style-type: none"> – порушення інтернет-зв'язку й відсутність взаємодії з основними базами даних банківської установи; – збої в самому процесі кредитування споживачів, достатньо відпрацьовані всі віртуальні операційні процеси; – неправильно виписані алгоритми оцінки кредитоспроможності різних груп споживачів; – недостатній розвиток цифрової інфраструктури, перевантаження серверів та інформаційних можливостей банківської установи опрацьовувати заявки клієнтів;
Економічні ризики	<ul style="list-style-type: none"> – зростання планових витрат на впровадження цифрових технологій; – неякісне прогнозування віддачі від використання цифрових технологій у сфері споживчого кредитування; – загострення конкуренції та необхідність використання цінових конкурентних переваг; – формування постійних додаткових витрат на підтримку функціонування нових структурних підрозділів, які займаються розробкою цифрових технологій та їх адаптацією до роботи банку; – недостатній розмір очікуваних від цифровізації споживчого кредитування економічних ефектів;

1	2
Кредитні ризики	<ul style="list-style-type: none"> – недостатньо опрацьовані дані про клієнтів, які можуть бути використані в процесі кредитного скорингу; – наявність помилок в оцінці кредитоспроможності клієнтів, що може приводити до зростання непрогнозованого кредитного ризику; – недостатньо якісна інформація для планування кредитної діяльності у частині надання споживчих позик, планування отримання очікуваного прибутку при визначеному рівні ризику; – більш оптимістичний підхід до оцінки фінансового стану домогосподарств через побудову відповідних систем оцінки їхньої кредитоспроможності; – надто високий рівень захоплення видачею споживчих кредитів через здешевлення операційних витрат для видачі цих видів позик;
Інституційні ризики	<ul style="list-style-type: none"> – зміна вимог до використання цифрових технологій банківськими установами; – формування нових вимог до побудови ефективно діючих систем кіберзахисту комерційних банків; – можливість порушення законодавства у частині захисту персональної інформації про клієнтів, їх прав; – неврегульованість питань використання цифрових технологій, що може негативно впливати на рівень конкурентоспроможності комерційних банків;
Репутаційні ризики	<ul style="list-style-type: none"> – втрата довіри клієнтів через втрату банком персональних даних про клієнтів; – погіршення репутації банківської установи через збої в інформаційній системі надання споживчих позик; – формування негативного іміджу банку в соціальних мережах через неякісні послуги, досить жорсткі вимоги до кредитоспроможності позичальників; – односторонній перегляд вимог кредитування, зменшення доступних обсягів кредитних ресурсів через цифрові канали, що негативно може впливати на рівень лояльності клієнтів та ін.

Джерело: ідентифіковано та систематизовано автором з урахуванням [109; 110; 236; 231, с. 4-8; 237; 242; 168; 157; 138; 6].

Отже, аналіз даних таблиці 3.2 засвідчує, що цифровізація формує і нові виклики для банківських установ, їхніх керівників та власників. Насамперед вона вимагає досить серйозних інвестиційних ресурсів для поступового використання можливостей цифрових технологій у різних напрямках функціонування банківської установи. При цьому жодних гарантій того, що активне застосування таких технологій дозволить банкам отримати виключно переваги з мінімальними ризиками, немає. Ці установи вже змушені їх використовувати для забезпечення власної конкурентоспроможності,

особливо в таких сферах, як сфера споживчого кредитування, де спостерігається високий рівень конкуренції між банками, небанківськими кредитними установами та іншими учасниками.

Розглянемо сутність тих цифрових технологій, які сьогодні банки використовують для забезпечення власної конкурентоспроможності у сфері споживчого кредитування. Основні з них наведено на рис. 3.3.

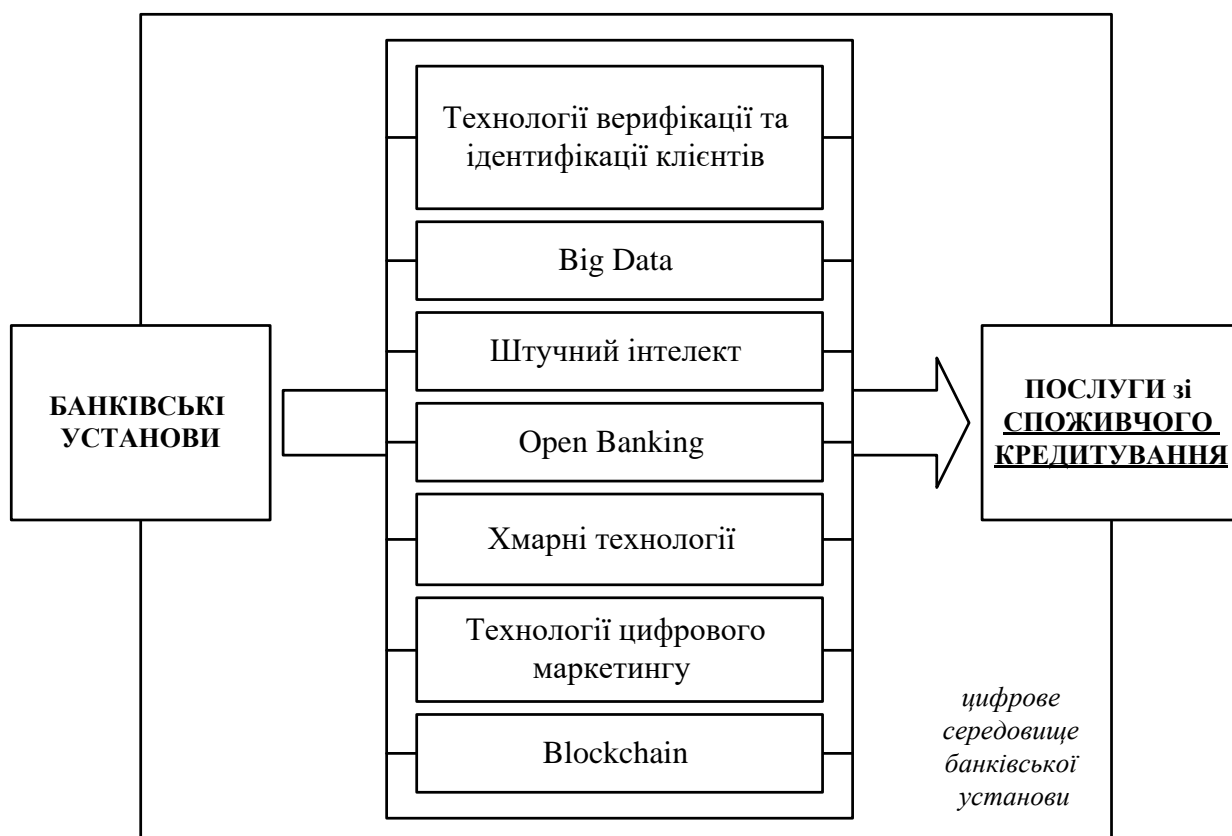


Рис. 3.3 – Основні цифрові технології, які використовуються банківськими установами у сфері споживчого кредитування

Джерело: систематизовано автором на основі [95; 113, с. 44-45; 88; 130, с. 114; 166; 224].

1. *Технології верифікації та ідентифікації клієнтів* – забезпечення надійності персоналізованих даних клієнтів, унеможливлення доступу до фінансових ресурсів сторонніх осіб. Для цього сьогодні використовують передусім технологію BankID. Використання технології:

– дозволяє забезпечити доступ саме клієнтів до їхніх персональних кабінетів;

- унеможлиблює доступ сторонніх осіб навіть при знанні логіна та паролю;
- використання біометричної ідентифікації забезпечує більш надійний доступ до фінансових послуг;
- дає змогу забезпечити швидку перевірку даних клієнтів, надавати йому можливість підписувати кредитні договори в електронному вигляді.

2. *Big Data* – забезпечує можливість обробки великих масивів інформації, виявлення закономірностей та способів кращої оцінки кредитоспроможності позичальників. Використання технології дає можливості:

- використання внутрішніх джерел банку про клієнта, зовнішніх джерел, які доступні, їх акумулювання;
- можливість не використовувати кредитні історії при якісній оцінці інших параметрів клієнтів;
- формування автоматичних рішень про видачу або відмову у видачі позик клієнтам;
- швидкість обробки значних масивів інформації підвищує і швидкість прийняття рішень, що є конкурентною перевагою;
- можливість в автоматичному режимі акумулювати дані про клієнтів і після видачі позики, аналізувати їхній фінансовий стан, модель споживання для раннього виявлення потенційних проблем із виконанням кредитних зобов'язань;

3. *Штучний інтелект* – сукупність технологій, які використовуються для аналізу фінансової, у т. ч. і кредитної поведінки для ухвалення зважених та обґрунтованих рішень щодо доцільності видачі різних типів споживчих позик. Застосування цієї технології дає змогу:

- здійснювати більш глибокий аналіз кредитоспроможності позичальника, розробляти типові підходи до тих з них, які характеризуються спільними ознаками та однаковим фінансовим станом;

- формувати в автоматичному режимі окремі групи позичальників, визначати рівні кредитного ризику, пов'язаного із неповерненням позик;
- здійснювати постійне удосконалення підходів до оцінювання кредитоспроможності позичальників в автоматичному режимі з урахуванням попередніх помилок, неточностей та недоліків;
- мінімізувати вплив людського чинника на процес ухвалення рішень про видачу позик;
- використовувати для оцінки загалом ефективності напрямку споживчого кредитування в банківській установі;
- формувати умови для більш стабільного функціонування напрямку споживчого кредитування, досліджувати позиції конкурентів, шукати нові можливості для власного розвитку, оптимізації витрат;
- розробляти та пропонувати клієнтам персоналізовані кредитні продукти на основі інформації про їхній фінансовий стан, звички, кредитну історію, сімейний стан, місце роботи та великої кількості різних параметрів;
- розробляти різні сценарії для клієнтів, які зіштовхнулися з фінансовими труднощами й не можуть виконувати власні зобов'язання за позиками, оцінювати ефективність та доречність використання різних варіантів повернення позики та ін.

4. *Open Banking* – технологія, яка полягає в наданні доступу клієнтам до власної інформації іншим фінансовим установам, які залучені до функціонування сфери споживчого кредитування. Застосування цієї технології дає змогу:

- отримати доступ до клієнтів інших кредитних установ і пропонувати їм власні кредитні продукти;
- отримувати доступ до нових масивів даних про клієнтів, якими володіють інші кредитні установи, що позитивно впливає на оцінку моделі кредитної поведінки споживачів послуг;

- можливість глибше зрозуміти особливості конкуренції на ринку споживчого кредитування, оцінити пропозиції конкурентів, їхні цільові групи клієнтів, які використовують різні види споживчих кредитів;

- взаємодія з іншими установами на ринку споживчого кредитування може позитивно впливати на обсяги операційних витрат; кооперація дає змогу розподіляти витрати на використання цифрових технологій;

- використання цієї технології прискорює прийняття рішень про кредитування, а також дає змогу пропонувати альтернативні варіанти фінансових установ, якщо для банку цей клієнт не є пріоритетним або банк не зацікавлений у видачі йому конкретного виду позики та ін.

5. *Хмарні технології* – технології, які забезпечують широкі можливості для банків зберігати дані про клієнтів, власну діяльність, робити їх доступними визначеній категорії працівників для подальшого опрацювання через використання інших цифрових інновацій. Саме ці технології пов'язані насамперед з організацією роботи зі збереження, обробки, систематизації, уніфікації, доступу до інформації. Їхнє використання дає змогу:

- забезпечити доступ до інформації про клієнтів працівникам банків, які можуть перебувати в різних регіонах країни;

- забезпечити отримання даних про роботу кожного з працівників банку, аналізувати його ефективність у частині видачі споживчих позик;

- економити витрати на організацію власних систем збереження та опрацювання інформації;

- формувати копії даних, їхнє резервне зберігання, що позитивно впливає на процес управління кредитними ризиками та швидкість видачі споживчих позик;

- якісне забезпечення функціонування хмар і відповідно Data-центрів напряду впливає на швидкість роботи з даними, можливість опрацьовувати значну кількість запитів у періоди пікового навантаження на банківські установи;

– суттєво знизити негативний вплив кіберризиків на стабільність роботи банківських установ особливо у частині надання кредитних послуг та ін.

6. *Технології цифрового маркетингу* – сукупність сучасних цифрових технологій, які використовуються банківськими установами для продажу власних кредитних продуктів, особливо у сфері споживчого кредитування. Зазначені технології значним чином вплинули й на функціонування систем маркетингу комерційних банків, змусили їх переглянути підходи до реклами власних продуктів, їх продажу, доступності для різних категорій споживачів.

Ці технології дають можливість комерційним банкам:

- розробляти персоналізовані банківські продукти, аналізуючи ринок споживчого кредитування;
- підбирати найкращі канали продажу кредитних продуктів банківськими установами для різних категорій споживачів;
- забезпечувати постійний зв'язок між банком та його клієнтами;
- аналізувати відгуки клієнтів про банк у соціальних мережах, що є важливим для формування його іміджу;
- підвищувати рівень фінансової інклюзії, пропонуючи кредитні продукти окремим групам потенційних споживачів;
- ефективніше використовувати маркетингові бюджети банківських установ, застосовувати інші цифрові технології для аналізу ефективності маркетингової діяльності;
- прогнозувати кредитну поведінку окремих клієнтів або їхніх груп, визначати час, коли доцільно нагадати про можливість отримання позик і т. ін.

7. *Blockchain* – технологія, яка використовується банками у сфері споживчого кредитування для забезпечення прозорості операцій, підвищення рівня захищеності даних про клієнтів. Ця технологія дозволяє:

- підвищити рівень захищеності кредитної інформації, унеможливити доступ сторонніх осіб до неї;

- постійний контроль за виконанням умов кредитних угод, вчасну сплату відсотків та суми боргу;
- доступність інформації для клієнтів про всі зміни за кредитними угодами, що унеможлиблює їхню односторонню зміну;
- забезпечити криптографічний захист всієї інформації про позичальників, кредитну історію;
- надійність інформації обумовлює формування довіри між банками та позичальниками тощо.

Зазначимо, що технологію Blockchain сьогодні використовують у своїй діяльності не всі банки, оскільки вона вимагає значних інвестицій, технологічної спроможності працівників банку вдало та ефективно імплементувати таку технологію в діючі операційні процеси.

Таким чином, комерційні банки у своїй роботі здебільшого використовують спектр окреслених технологій. Особлива увага їхньому застосуванню приділяється у сфері споживчого кредитування, яка динамічно розвивається, вимагає організації складних операційних процесів, характеризується масштабністю та постійним попитом на кредитні продукти з боку домогосподарств.

Формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування сьогодні насамперед зумовлено неціновими перевагами, а їх забезпечити можливо лише через використання сучасних цифрових технологій. При цьому застосування таких технологій, отримання нецінових переваг дає змогу банкам бути більш гнучкими у частині встановлення різних відсоткових ставок за позиками, оскільки інновації переважно дають змогу отримати зменшення операційних витрат. Проте використання цифрових технологій супроводжується і низкою загроз, саме тому банківські установи приділяють вагомому увагу процесу розробки інновацій та поступовому їх використанню у власній роботі, особливо у сфері кредитування.

3.2. Прикладні напрями формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування з урахуванням потенціалу цифрових технологій

Значні інформаційні трансформації, які відбуваються сьогодні у сфері банківських послуг, формують нові умови для діяльності комерційних банків, особливо в тих напрямках, які забезпечують формування найбільших обсягів доходів. Ці установи перебувають у більш жорстких конкурентних умовах на ринку споживчого кредитування ніж раніше. Складність макроекономічного середовища, зниження попиту на позикові ресурси, відсутність довгострокових позик – все це впливає на рівень зацікавленості домогосподарств в отриманні нових позик.

Банківські установи намагаються адаптуватися до реалій, підвищувати власну конкурентоспроможність, насамперед через використання потенціалу цифрових технологій. У попередньому підрозділі вже констатувалася важливість таких технологій у формуванні конкурентних переваг комерційних банків, особливо на ринку споживчого кредитування. Це безпосередньо пов'язано з об'єктивними процесами цифровізації, подальшим поглибленням конкуренції на цьому ринку, об'єктивними передумовами зміни концепції моделі функціонування сучасного банку.

З практичного погляду цифрові технології сьогодні проникають у всі сфери банківської діяльності, і виникають питання, як використовувати потенціал цих технологій у банківській діяльності для того, щоб формувати власні конкурентні переваги. Цілком зрозуміло, що в процес кредитування залучена значна кількість структурних підрозділів банку, які, гармонійно взаємодіючи між собою, мають здатність формувати дієву систему створення кредитних продуктів, їх продажу, обслуговування клієнтів, підтримки з ними зв'язку, забезпечення ефективної роботи з кредиторською заборгованістю, підготовку звітної документації для регуляторів, забезпечення дієвих механізмів управління кредитними ризиками. У всіх цих напрямках сьогодні активно

використовуються цифрові технології, і саме в них банківські установи мають здатність формувати власні конкурентні переваги через удосконалення роботи зазначених підрозділів, підвищення ефективності операційних процесів, залучення кваліфікованих фахівців. Відповідно, у цьому підрозділі роботи сфокусуємо увагу на систематизації та поглибленні основних прикладних рекомендацій для банківських установ щодо підвищення власної конкурентоспроможності на ринку споживчого кредитування з урахуванням нових можливостей цифровізації їхньої діяльності.

Розробка прикладних засад формування конкурентних переваг банківських установ в сучасних умовах неможлива без врахування актуальних тенденцій, які взагалі відбуваються на світовому ринку кредитування домогосподарств. У сучасних умовах це стає особливо важливим, оскільки розвиток цифрових технологій у світі відбувається надшвидкими темпами, що у підсумку прискорює і темпи впровадження сучасних інноваційних підходів до кредитної діяльності. Швидке використання нових розробок, їх адаптація до діяльності конкретних банківських установ впливає на рівень конкурентоспроможності, якості надання послуг, підвищення операційної ефективності тощо. Саме тому розглянемо ті глобальні тренди, які сьогодні спостерігаються у розвитку світового ринку банківського споживчого кредитування. Основні з таких трендів згруповано на рис. 3.4.

Значною мірою в Україні сьогодні банківські установи також долучаються до світових трендів розвитку ринку споживчого кредитування, переймаючи досвід іноземних банків, аналізуючи можливості його використання в країні з урахуванням чинного нормативного забезпечення їхньої діяльності. Темп і ефективність використання цифрових технологій у банківській системі нашої країни сьогодні є досить високими, і комерційні банки значною мірою в багатьох напрямках стають драйверами цифровізації та інших економічних суб'єктів. Проте, враховуючи розвиненість фінансових ринків у розвинутих країнах, вітчизняні комерційні банки намагаються долучатися не лише технічно до процесу цифрової трансформації, але й

концептуально, переймаючи не лише цифрові рішення, але й підходи до активізації розвитку споживчого кредитування, побудови нових моделей управління.



Рис. 3.4 – Основні напрями розвитку світового ринку банківського споживчого кредитування

Джерело: складено автором на основі [7; 49; 146; 184; 38; 73].

Аналіз даних рис. 3.4 засвідчує, що в переважній більшості випадків перспективні напрями розвитку ринку банківського споживчого кредитування зумовлені подальшим розвитком цифрових технологій та розширенням можливостей їх використання в різних бізнес-процесах. Проте перед цими установами сьогодні існує і значна кількість інших викликів та можливостей, які також варто враховувати в їхній кредитній діяльності, об'єктивно

аналізувати їхній вплив на стабільність роботи та можливості виникнення нових загроз для роботи вітчизняних банків у непростих умовах макроекономічної, соціальної та політичної ситуації в нашій країні. У табл. 3.3 представлено систематизацію зазначених викликів, які сьогодні найбільше визначають поточну діяльність комерційних банків і, відповідно, розвиток ринку споживчого кредитування в Україні.

Таблиця 3.3

Основні виклики для розвитку ринку споживчого кредитування в Україні

№ з/п	Виклики	Зміст
1	2	3
1	Воєнна економіка	<ul style="list-style-type: none"> – формує невизначеність, що ускладнює процес планування кредитної діяльності, розробки середньо- та довгострокових планів щодо розвитку споживчого кредитування; – негативно впливає на фінансовий стан клієнтів, формує умови для зростання обсягів неповернення позик; – складність у забезпеченні якості активів та формуванні доходів і відповідно прибутку; – втрата майна клієнтами вплинула на рівень забезпеченості позик; – вимагає перегляду підходів до оцінювання платоспроможності клієнтів, враховуючи міграцію, зовнішню, внутрішню міграцію; – перебої з електропостачанням, обстріли негативно впливають на операційні процеси банків, знижують якість надання послуг та їхню доступність для домогосподарств;
2	Адаптація та відновлення	<ul style="list-style-type: none"> – врахування реальності вимагає розробки нових банківських продуктів (відновлення житла, ремонту, купівля об'єктів нерухомості, побутових товарів); – важливим є перегляд підходів до управління ризиками, враховуючи вплив війни на діяльність домогосподарств; – відновлення роботи малих підприємств, енергетичних об'єктів, закупівля відповідного обладнання для підтримки бізнесу; – важливість пошуку нових інструментів для мінімізації ризиків, що стримує розвиток споживчого кредитування; – впровадження банківських продуктів зеленого кредитування (автономні енергетичні об'єкти та ін.); – необхідність поглиблення співпраці з органами державної влади, місцевого самоврядування з метою використання програм пільгового кредитування домогосподарств, підтримки видачі окремих типів споживчих позик різним категоріям фізичних осіб;

1	2	3
3	Нестабільність	<ul style="list-style-type: none"> – зниження платоспроможності населення, що вимагає більшої уваги до управління кредитними ризиками; – спрощення підходу можливо до підтвердження офіційних доходів громадян, враховуючи високий рівень тіньової економіки та оптимізацію витрат бізнесу в складних умовах; – перегляд підходів до валютного кредитування, враховуючи зміни курсу, хоча такі позики й так непопулярні серед населення; – фокусування на видачі короткострокових- та середньострокових позик; – підвищення рівня конкуренції за надійних, фінансово стійких клієнтів; – більше уваги необхідно приділяти управлінню кредитного портфеля, аналізу вчасності здійснення платежів домогосподарствами, враховуючи погіршення їхнього фінансового стану через інфляцію та девальвацію;
4	Цифровізація	<ul style="list-style-type: none"> – необхідність розробки стратегій цифрової трансформації банків; – здійснення витрат на процес цифрової трансформації; – вимоги клієнтів до віртуалізації фінансових послуг вимагають швидкої адаптації банків; – формування нових ризиків, що негативно впливає на якість надання фінансових послуг; – поступова персоналізація фінансових послуг; – зміна моделі фінансової поведінки середньостатистичного користувача послугами банків, поступове зростання уваги до вимог покоління зумерів (покоління Z); – необхідність побудови дієвих систем інформаційного менеджменту;
5	Високий рівень конкуренції	<ul style="list-style-type: none"> – нові суб'єкти на ринку споживчого кредитування посилюють конкуренцію за клієнтів; – важливість перегляду підходу до взаємозв'язку з іншими партнерами, особливо у частині цифровізації; – спостерігається концентрація активів та депозитів у найбільших системних банків, які в першу чергу конкурують між собою; – важливість пошуку компромісу між бажанням формувати конкурентні переваги та рівнем кредитного ризику; – зростає роль якості надання фінансових послуг, знижується роль вартості позикових ресурсів;
6	Інтеграція до ЄС	<ul style="list-style-type: none"> – посилюється увага до впровадження європейських підходів до захисту прав споживачів фінансових послуг; – необхідність забезпечення транспарентності діяльності банківських установ на ринку споживчих позик;

1	2	3
		<ul style="list-style-type: none"> – можливість загострення конкуренції через вихід нових банківських установ на ринок, інших фінансових посередників, включаючи світові IT-компанії, які надають послуги у сфері фінансових послуг; – зміна регуляторних норм до ведення банківської діяльності через впровадження норм європейського законодавства; – впровадження принципів сталого розвитку, відповідального кредитування; – зростання вимог до функціонування цифрової інфраструктури, відповідальності банків за управління інформаційними ресурсами, що вимагатиме додаткових витрат від банківських установ;

Джерело: систематизовано автором з урахуванням [172, с. 207-209; 20; 203; 32; 206; 215; 182; 218; 236; 68; 7].

Таким чином, цілком зрозуміло, що окреслені в табл. 3.3 основні виклики, які сьогодні є перед банківськими установами, що розвивають свій бізнес у сфері споживчого кредитування, будуть надалі супроводжувати їхню діяльність, і до них можливо лише адаптуватися та враховувати при побудові бізнес-моделей, трансформації сформованих операційних процесів щодо надання насамперед кредитних послуг. При цьому банківські установи повинні забезпечувати не лише адаптацію до поточної ситуації, виживати в непростих умовах зовнішнього середовища, але і формувати нові імпульси для власного функціонування, забезпечувати належний рівень конкурентоспроможності, що вкрай складно, враховуючи навіть умови, у яких працюють сьогодні банківські установи в інших країнах.

На рис. 3.5 наведено основні прикладні аспекти можливих напрямків формування конкурентних переваг банківських установ в Україні на ринку споживчого кредитування.

Беззаперечно, у розвитку зазначеного ринку відіграє важливу роль ефективність регуляторної політики та дієвість сформованої моделі регулювання загалом діяльності банківських установ в Україні. Враховуючи

досить важливий соціальний аспект розвитку ринку споживчого кредитування, більшість центральних банків приділяють особливу увагу регулюванню відносин між кредиторами та позичальниками на такому ринку, захищаючи їхні права, унормовуючи механізми співпраці та відповідальності.

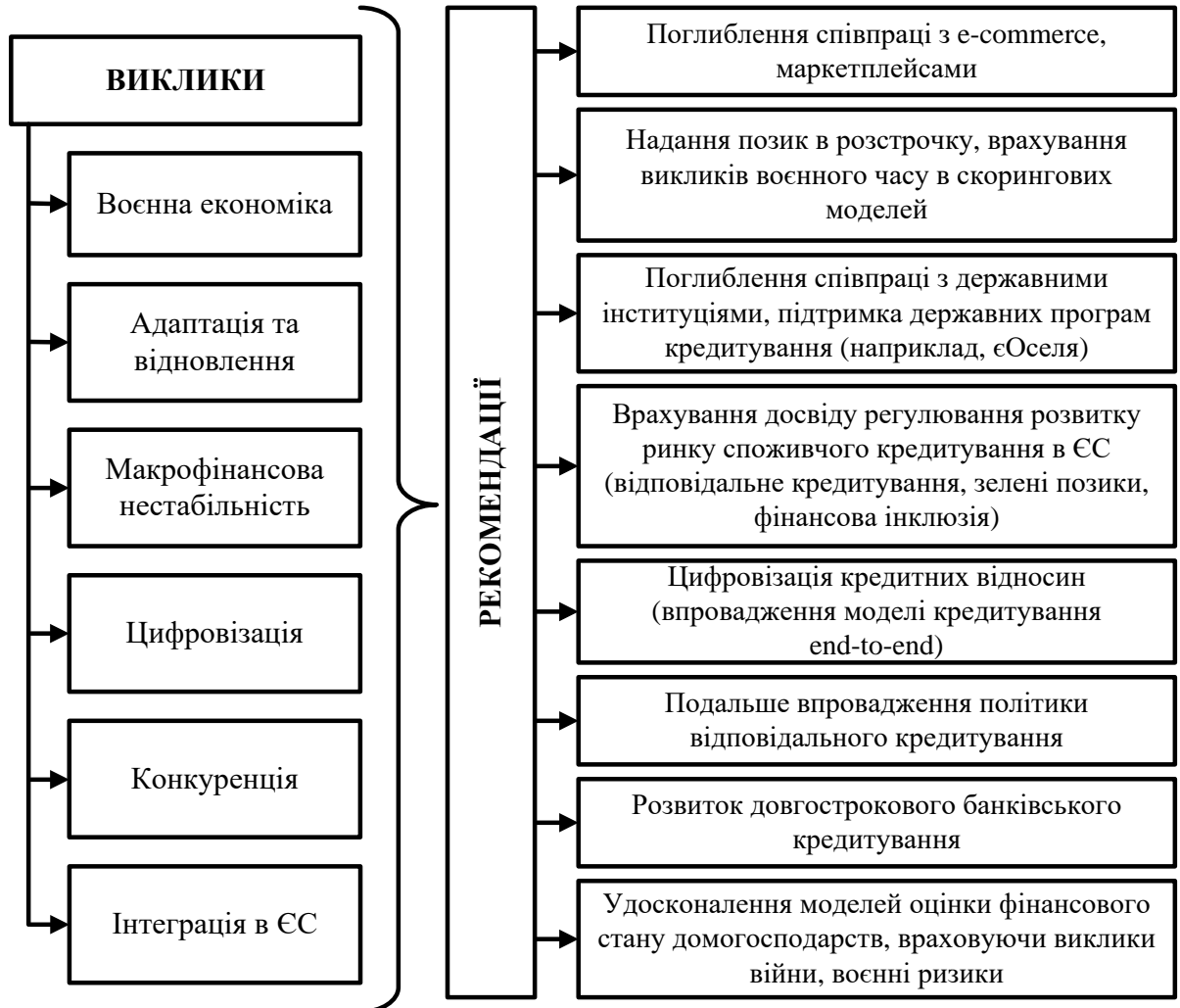


Рис. 3.5 – Рекомендації щодо розвитку споживчого кредитування банківськими установами в Україні

Джерело: складено автором на основі [87; 97, с. 551-552; 183; 145; 225; 182; 163; 100; 193; 174].

Серед глобальних трендів стимулювання розвитку банківського споживчого кредитування можна виокремити такі:

– підтримка процесу впровадження стандартів Базель 3 у систему забезпечення фінансової стабільності банківських установ;


- підвищення уваги до регламентації питань захисту прав споживачів фінансових послуг, поступового впровадження банківськими установами концепції відповідального кредитування;
- удосконалення підходів до регулювання онлайн-кредитування, а саме посилення захисту персональної інформації клієнтів, забезпечення дієвості дистанційної ідентифікації потенційних споживачів кредитних продуктів банку;
- підтримка постійного моніторингу рівня кредитного ризику банківських установ, враховуючи різні періоди активного розвитку споживчого кредитування, аналіз за ефективністю побудованих систем ризик-менеджменту, особливо в частині використання цифрових технологій у цьому процесі;
- підтримка розробки банківськими установами продуктів зеленого кредитування, розробки стандартів надання таких позик;
- підтримка процесу створення саморегулювних організацій за участі банківських установ для забезпечення розвитку зеленого фінансування;
- сприяння адаптації моделей регулювання діяльності банківських установ до швидких трансформаційних процесів у банківській системі, що обумовлюється розвитком цифрових технологій, активним використанням сучасних концепцій SupTech, RegTech та ін. [191; 47, с. 51-52; 226; 41; 225].

Звичайно підтримка кредитної діяльності банківських установ центральними банками та іншими державними інститутами є складним завданням, яке досить сильно пов'язане із впровадженням основних напрямків монетарної політики в країні, залежить від рівня макрофінансової стабільності та інших складових фінансової політики. Проте, з іншого боку, стимулювання цієї діяльності формує, як вже зазначалося, нові імпульси до розвитку національної економіки, суб'єктів господарювання. При цьому відбувається загалом розвиток ринку кредитних послуг в країні та всіх його основних сегментів. Наявність позикових ресурсів у фінансовій системі країни досить швидко відновлює господарську активність значної кількості економічних суб'єктів, зокрема й тих, які не є учасниками кредитних відносин.


Підвищення рівня конкуренції між банками є важливим наслідком поступового розвитку ринку споживчого кредитування, що позитивно впливає на вартість позик, якість фінансових послуг, конкурентоспроможність кредитних продуктів. Банківські установи постійно адаптуються під нові вимоги зазначеного ринку, використовуючи всі доступні та прийнятні засоби формування власних конкурентних переваг на такому ринку. Враховуючи значні можливості банківських установ у створенні таких переваг та наявність їх значної кількості розробимо рекомендації для банків щодо їх формування з урахуванням сучасних можливостей цифровізації діяльності цих фінансових установ. Такі рекомендації наведено в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Практичні рекомендації щодо формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки

ЦИФРОВІЗАЦІЯ	Вид конкурентної переваги		Рекомендації
	1		2
	Продуктові		<ul style="list-style-type: none">– розробка персоналізованих продуктів на основі глибшого аналізу даних про клієнтів, включаючи і нестандартні її джерела;– розробка спільних продуктів з іншими суб'єктами, через які можна їх продавати (цифрові платформи, торгові мережі, туристичні, транспортні компанії і т. ін.), розвиток моделі Buy Now Pay Later;– забезпечення швидкості та прозорості прийняття рішень про видачу позик споживачам;– передбачення гнучких умов використання позик при можливих непередбачуваних фінансових труднощах у клієнтів;– розробка простих умов кредитування, які зрозумілі та чіткі;
Маркетингові	<ul style="list-style-type: none">– розробка підходів до глибокого аналізу потреб домогосподарств в споживчих позиках;– використання цифрових каналів для продажу кредитних продуктів;– використання гейміфікації в процесі надання та використання кредитних продуктів банків;– розробка індивідуальних підходів на основі даних про клієнтів щодо проведення рекламних компаній, повідомлення про нові можливості використання позик;– проведення віртуальних рекламних компаній із спеціальними акціями (знижки, додаткові можливості), в тому числі і соціальними;– побудова ефективної системи взаємодії з клієнтами без перенасичення інформаційним контентом;		

	1		2
			<ul style="list-style-type: none"> – підвищення якості аналізу результативності маркетингових компаній, постійне їхнє удосконалення, що позитивно впливає на використання маркетингових бюджетів; – підтримка взаємодії з блогерами, рекламування продуктів через використання відповідних каналів (YouTube, FB, Instagram, TikTok); – глибша сегментація клієнтів та адаптація маркетингових компаній (особлива увага фінансовим потребам покоління Z);
	Технологічні		<ul style="list-style-type: none"> – зручні сервіси для ознайомлення з умовами кредитування (мобільний банкінг, особисті кабінети клієнтів), використання автоматичних калькуляторів; – використання технології open banking для доступу до даних про клієнтів інших установ; – зниження вимог до надання клієнтами паперових документів, їхня мінімізація; – активний розвиток мобільного банкінгу, доступність всіх фінансових послуг в смартфоні; – інтеграція інформаційних систем зі світовими компаніями, які надають фінансові послуги, в першу чергу платіжні послуги; – побудова дієвих систем тестування кредитних продуктів банків;
	Організаційні		<ul style="list-style-type: none"> – впровадження концепції Agile-управління; – спрощення бюрократичних механізмів прийняття рішень, їхня прийнятна автоматизація; – побудова дієвих систем обробки всієї інформації про роботу банку в онлайн-режимі для розуміння внутрішнього стану, рівня фінансової міцності; – використання окремих команд для розробки нових цифрових кредитних продуктів, цифрових проєктів, оцінка їх доцільності впровадження; – глибший аналіз роботи конкурентів на основі різної відкритої інформації про них; – перегляд підходів до взаємодії з партнерами, іншими банками, FinTech-компаніями; – впровадження механізму автоматичного контролю роботи структурних підрозділів, окремих бізнес-процесів із запровадженням сигналів про можливі внутрішні ризики; – створення при необхідності нових структурних підрозділів з цифрової трансформації, що може надати її впровадженню більш системного характеру;
	Кадрові		<ul style="list-style-type: none"> – створення дієвих систем підвищення цифрової грамотності працівників банку; – формування інноваційної культури та мотивації персоналу до пошуку нестандартних рішень при розробці кредитних продуктів; – залучення спеціалістів у сфері цифровізації через ефективну побудову системи пошуку таких фахівців; – зміна підходів до режиму роботи, мотивації ключових фахівців з цифровізації, кіберзахисту;

1	2	3	4
			<ul style="list-style-type: none"> – впровадження спільних програм з університетами для підготовки спеціалістів для подальшої роботи в банку із вже сформованими цифровими компетентностями; – мінімізація взаємодії працівників з клієнтами, особливо боржниками;
	Репутаційні		<ul style="list-style-type: none"> – зміна підходів до роботи з постійними клієнтами, використання знижок та інших можливостей програм лояльності; – управління репутацією в віртуальному просторі, формування іміджу надійної, чесної та інноваційної установи; – прозорість операцій формує довіру, що позитивно впливає і на репутацію; – участь в соціальних проєктах, особливо зараз, під час війни, спонсорство, підтримка незахищених верств населення, постраждалих від війни; – розробка методики оцінки репутації банку, її постійне удосконалення та використання; – прозорість звітності, відкритість даних про фінансовий стан, результати роботи, соціальні проєкти, результати впровадження моделі сталого розвитку;
	Фінансові		<ul style="list-style-type: none"> – автоматичний превентивний моніторинг фінансових ризиків; – надання можливостей клієнтами використовувати депозитні продукти в онлайн-режимі; – впровадження автоматичних систем управління активами; – постійний перегляд моделі фінансової поведінки клієнтів, виявлення відхилень у виконанні своїх зобов'язань перед банком, прийняття відповідних рішень; – цифрові технології значним чином можуть виявляти на ранніх стадіях можливості виникнення фінансових ризиків як в частині кредитування домогосподарств, так і фінансового стану їх контрагентів, якщо позики мають чітко визначений цільовий характер (торговельні мережі, будівельні компанії, цифрові платформи і т. ін.); – обдумане скорочення витрат через закриття структурних підрозділів, їх перепрофілювання, зміну функціонального навантаження, скорочення працівників; – можливість розробки більшої кількості різних сценаріїв розвитку банку при використанні різних моделей надання споживчих позик, чіткіше визначення внутрішнього фінансового потенціалу банку та обсягу ресурсів, які можна використати в кредитній діяльності при збереженні прийняттого рівня кредитного ризику.

Джерело: складено автором

Відповідно, представлені в табл. 3.4 можливі конкурентні переваги, які банківські установи здатні формувати в межах своєї діяльності на основі використання цифрових технологій, засвідчують складність та багатоаспектність цього процесу. Банки, для того щоб залишатися конкурентоспроможними в сучасних реаліях, змушені досить активно впроваджувати зазначені технології і робити це гармонійно та з урахуванням тих тенденцій, які сьогодні притаманні їхньому функціонуванню. Звичайно, процес формування конкурентних переваг не може бути одномоментним, а вимагає розробки дієвих стратегій цифрової трансформації, формування завдань та цифрових проєктів для поступової імплементації їх в операційні та управлінські процеси.

При цьому зазначимо, що цифрові технології надають значні можливості банківським установам у частині формування власних конкурентних переваг на ринку споживчих послуг. Ці установи самостійно можуть обирати фокус створення таких переваг відповідно до власних корпоративних стратегій. Саме фокусування є важливою частиною забезпечення ефективного використання інформаційних інновацій, оскільки формувати одразу всі види конкурентних переваг банкам досить складно. Це може призвести до певного хаосу як у системі управління, так і негативно впливати на якість фінансових послуг. Саме тому цифрова трансформація є довгостроковим процесом, який дає змогу створити фундамент для підвищення рівня конкурентоспроможності банку на ринку фінансових послуг, але не є гарантією цього. Це зумовлено значною кількістю чинників, які можуть впливати на ефективність використання можливостей цифровізації банківською установою. Саме тому важливу роль у цьому процесі відіграє якість працівників, команд, які до нього залучені, фінансові можливості банківської установи.

На рис. 3.6 представлено модель формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки. Розглянемо її сутність детальніше.

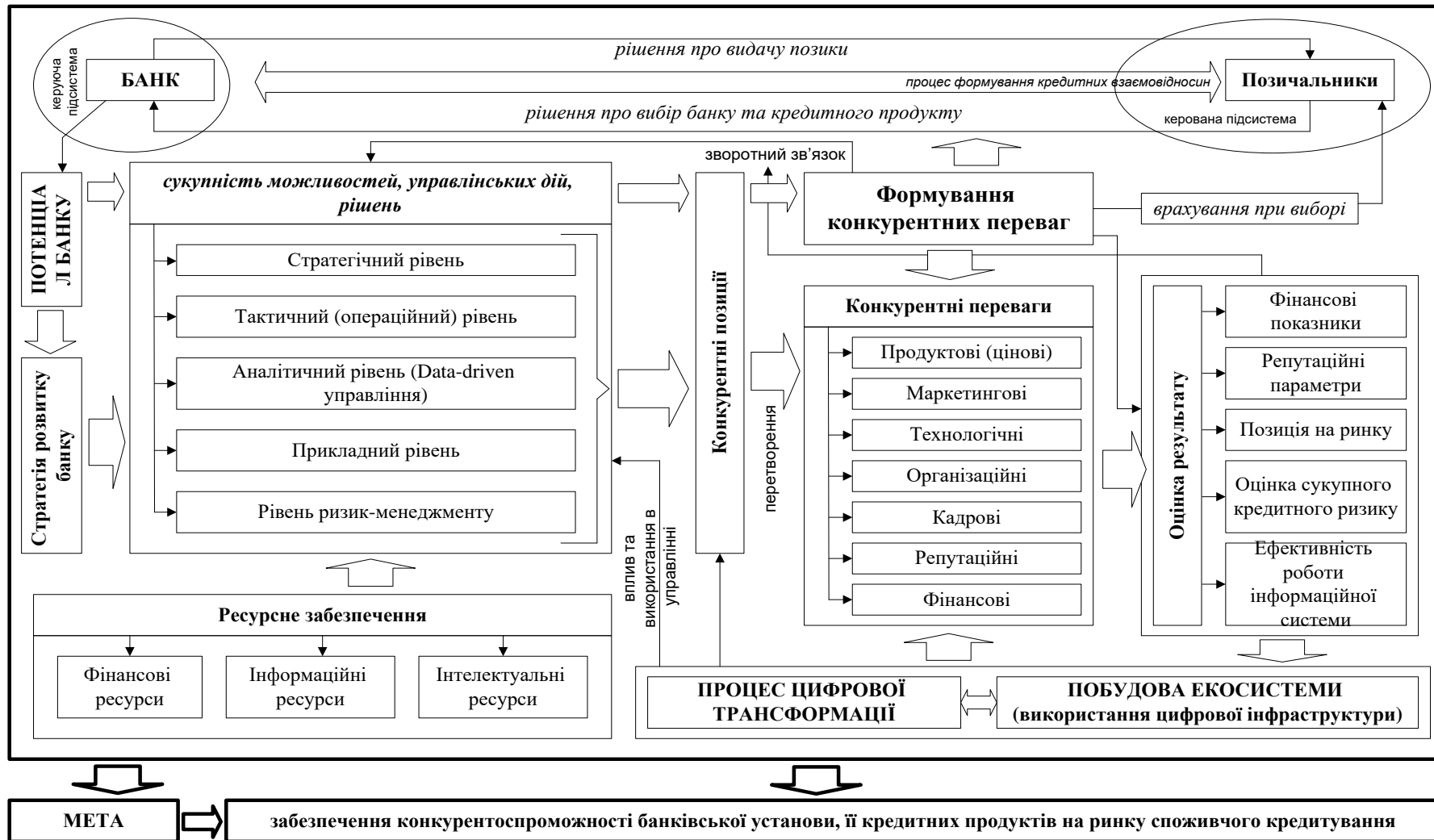


Рис. 3.6 – Модель формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки

Джерело: складено автором.

Отже, аналізуючи дані рис. 3.6, можемо коротко охарактеризувати представлену модель. Насамперед зазначимо, що будь-яка модель формування конкурентних переваг банківських установ саме на ринку споживчого кредитування буде базуватися у своїй основі на особливостях взаємодії між банком та позичальниками, тобто визначається специфікою кредитних відносин, які між ними виникають та розвиваються.

Окреслена модель повинна відповідати основній стратегії розвитку банку, враховувати базові положення цифрової стратегії за її наявності. Також невід'ємним елементом забезпечення ефективності окресленої моделі є детальний аналіз наявного потенціалу банківської установи щодо цифрової трансформації у сфері надання позик домогосподарствам (рівень цифрової зрілості). Оцінка такого потенціалу, визначення реальних можливостей банку є базою, на якій у подальшому формуються ідеї, концепції щодо розвитку конкурентних переваг (див. підрозділ 3.3). Безпосередньо потенціал і наявні можливості банку аналізуються на стратегічному, тактичному, аналітичному, прикладному рівнях, враховуються можливості системи ризик-менеджменту, тобто здатність вже функціонуючої системи управління економічними, у тому числі фінансовими, ризиками адаптуватися до нових реалій цифрової моделі розвитку банку, забезпечити дієве управління новими ризиками, які будуть супроводжувати процес цифрової трансформації.

Детальний аналіз потенціалу й можливостей банку до формування конкурентних переваг на кредитному ринку дає змогу визначити наявність конкурентних позицій банківської установи. Саме їх наявність є основою для формування і зазначених переваг. Такі позиції формуються в процесі цифрової трансформації, яка полягає у використанні цифрової інфраструктури банку, залученні інших суб'єктів ринку фінансових послуг до розробки й використання цифрових технологій у діяльності банківської установи.

У підсумку активне використання інформаційних інновацій в управлінні банківською установою, у системі його операційної діяльності дає змогу

перетворити конкурентні позиції на конкурентні переваги, серед яких, як уже зазначалося вище, були виділені такі: продуктові, маркетингові, технологічні, організаційні, кадрові, репутаційні та фінансові. Детальний аналіз окреслених конкурентних переваг повинен супроводжуватися у подальшому їх використанням, тобто розробкою нових кредитних продуктів для домогосподарств, впровадженням нових підходів до продажу таких продуктів, їх популяризації, формування загального позитивного іміджу банківської установи. Будь-який процес, проєкт в межах цифрової трансформації повинен завершуватися оцінкою результатів використання цифрових технологій, у тому числі й у сфері надання споживчих послуг. Це загалом доцільно здійснювати через використання кількісних, якісних характеристик, серед яких було виділено такі: фінансові показники, репутаційні параметри, позиції банку на ринку споживчого кредитування, оцінка сукупного кредитного ризику банку, яка сформувалася з урахуванням розширення його кредитної діяльності, результатів аналізу ефективності роботи інформаційної системи, тобто дослідження нових ризиків, які виникали у процесі цифрової трансформації, та використання інноваційних технологій в процесі надання споживчих позик.

Окреслена модель є досить спрощеною схемою формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, проте її використання повинно призводити передусім до підвищення загального рівня конкурентоспроможності банківської установи, конкурентоздатності її кредитних продуктів, інших фінансових послуг, що в підсумку дає змогу побудувати міцну основу для стабільного функціонування, постійного формування доходів і отримання прибутку. Як уже й зазначалося, забезпечити ефективність окресленої моделі в сучасних умовах доволі складно, враховуючи всі виклики, які сьогодні супроводжують банківську діяльність. Проте банківські установи є невід'ємними компонентами функціонування будь-якої фінансової системи, їх існування зумовлюється сукупністю складних об'єктивних чинників, і тому в будь-яких умовах

зовнішнього середовища ці установи намагаються якомога швидше адаптуватися до нових реалій, ефективно використовувати залучені та запозичені кошти з метою підтримки власної ефективної роботи.

Запропонована модель може активно формуватися та використовуватися лише за наявності у банківської установи відповідних фінансових, інтелектуальних, інформаційних ресурсів. Можливість їхнього ефективного використання у процесі цифрової трансформації, яка загалом є процесом впровадження складних креативних, інноваційних ідей, сьогодні стає особливо актуальною з позиції підтримки постійної роботи банку та підтримки його інноваційного розвитку.

Особливу роль сьогодні у функціонуванні банківських установ та процесі їхньої цифровізації відіграють саме інтелектуальні ресурси, тобто працівники, їхній потенціал до продукування дієвих, креативних ідей для підвищення ефективності використання цифрових технологій у кредитній діяльності банку, розробки нових підходів до продажу кредитних продуктів, оцінки кредитоспроможності позичальників з урахуванням доступних інформаційних джерел, забезпечення дієвої роботи з позичальниками та загалом підтримки належного рівня кредитного ризику банку. Саме тому ці установи сьогодні вагому увагу приділяють залученню інтелектуального капіталу, підтримці належного рівня цифрової грамотності власних працівників, розробці програм перекваліфікації фахівців та підвищенню їхніх знань у сфері цифровізації фінансових послуг.

Звичайно, будь-яка модель, відображаючи основні тенденції у певному процесі, системі відносин між суб'єктами, може бути побудована лише на основі використання певного системного алгоритму. Ефективність його застосування значною мірою й зумовлює правильність побудови моделі, її ефективність та дієвість. Відповідно, на рис. 3.7 наведено алгоритм формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки. Розглянемо його сутність більш детально.

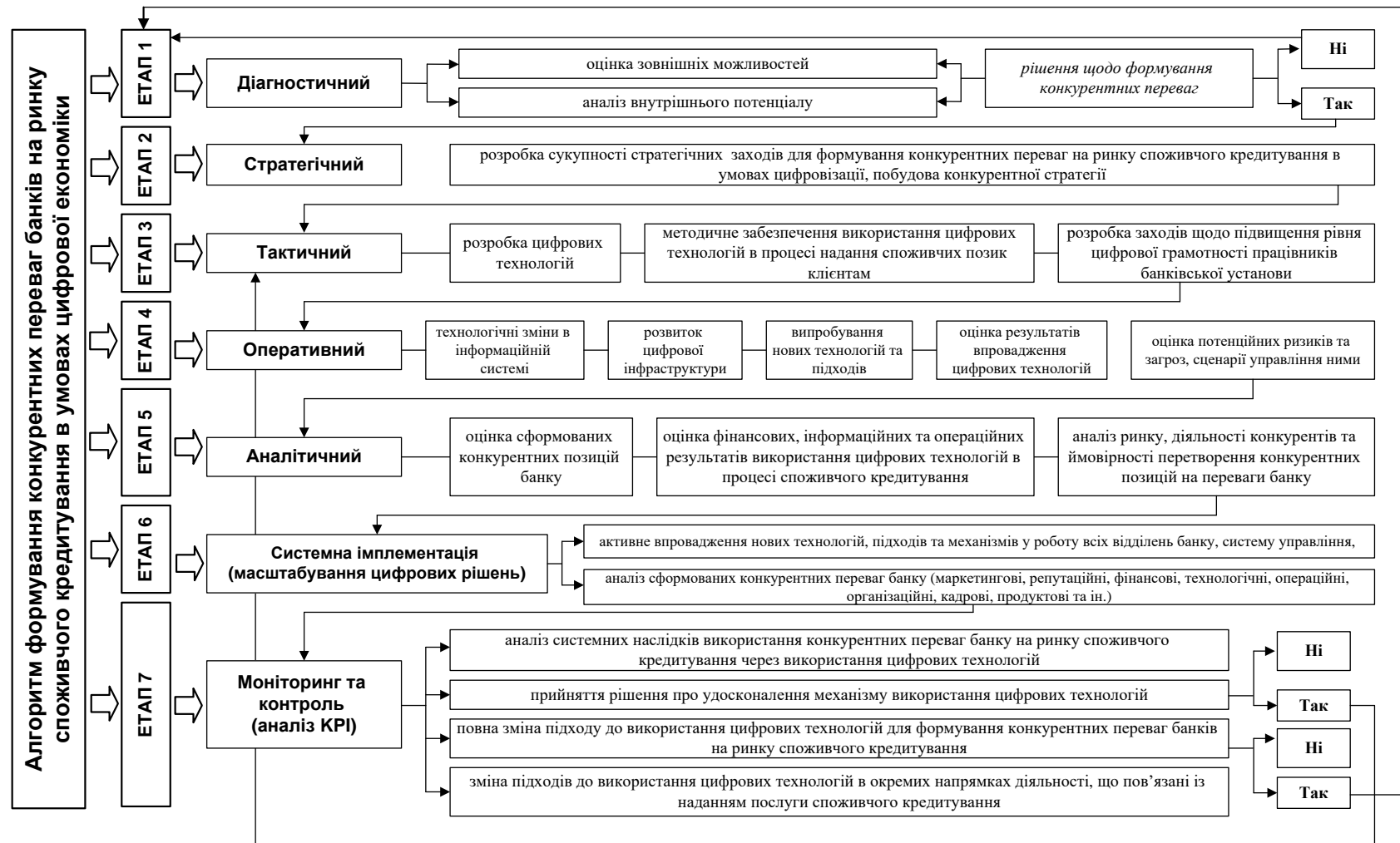


Рис. 3.7 – Алгоритм формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки

Джерело: складено автором.

Таким чином, аналізуючи алгоритм формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, який представлений на рис. 3.7, можемо виокремити такі прикладні положення його застосування:

- існує необхідність у розробці цифрової стратегії банківської установи, обґрунтуванні ролі цифровізації її кредитної діяльності в досягненні цілей такої стратегії;

- обов'язковим є поєднання стратегічного, тактичного та операційного рівнів для використання цифрових технологій у кредитній діяльності банку;

- важливо забезпечити ефективну інтеграцію алгоритму в діючу систему стратегічного та тактичного управління банківською установою;

- необхідно приділяти вагому увагу детальній оцінці можливостей і потенціалу банківської установи щодо використання різних типів цифрових технологій у різних напрямках її кредитної діяльності. Для цього доцільно використовувати класичні методи аналізу, а саме: SWOT, PESTLE, приділяти вагому увагу оцінці конкурентних позицій інших банківських установ на ринку споживчого кредитування, намагатися використовувати цифрові технології для проведення такого аналізу з метою отримання реальних показників та результатів;

- вагому увагу доцільно приділити розробці цілісної системи збору та обробки інформаційних ресурсів, які можна використовувати на кожному етапі зазначеного алгоритму;

- реалізація цифрової трансформації кредитної діяльності повинна відбуватися системно через гармонійне поєднання доступних ресурсів, технологій, своєчасної оцінки отриманих результатів від її здійснення;

- алгоритм повинен бути поетапним, з чітким обґрунтуванням сутності кожного з етапів, відповідальності окремих працівників за їхню реалізацію, розумінням того, як реагувати на отриману інформацію, що далі робити з нею, яким чином її використовувати для прийняття управлінських рішень з метою формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування;

– алгоритм повинен використовуватися безперервно, й останній його етап повинен завершуватися обробкою інформації та переходом на перший етап, що є важливим для пошуку нових напрямів підвищення конкурентоспроможності банку на ринку споживчого кредитування, аналізу можливостей банку їх впроваджувати;

– важливим елементом алгоритму й дієвості його використання є побудова системи оцінки результативності, що в переважній більшості випадків здійснюється на основі використання KPI, тобто системи параметрів, показників, які характеризують різні аспекти, наслідки цифрової трансформації сфери споживчого кредитування. Важливим є розуміння необхідності визначення різних критеріїв, які б описували ефективність використання цифрових технологій на кожному етапі формування і розвитку кредитних відносин між банком та його клієнтами;

– необхідно фокусувати увагу на досягненні конкретних видів конкурентних переваг через використання цифрових технологій, оскільки забезпечити отримання всіх таких переваг досить складно, враховуючи обмеженість фінансових ресурсів, неспроможність колективу швидко адаптуватися до нової моделі функціонування, що може в короткостроковому періоді негативно вплинути на функціонування банківської установи;

– важливо використовувати методи моделювання процесу цифрової взаємодії між банком та клієнтами, проводити експерименти з різними типами цифрових технологій, які плануються використовувати у сфері кредитування;

– необхідно розробити механізми швидкого поширення вдалих кейсів використання цифрових технологій на функціонування всієї банківської установи, всіх її структурних підрозділів;

– доцільно активно використовувати елементи візуалізації для відображення потенційних можливих результатів цифрової трансформації банківської діяльності, сфери споживчого кредитування;

– варто забезпечити поступову дифузію між цифровими технологіями та бізнес-процесами банку в частині надання кредитних послуг домогосподарствам, що в підсумку повинно призвести до побудови нової моделі його функціонування.

Отже, ефективне використання представленого алгоритму формування конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки є важливою і невід’ємною складовою процесу її цифрової трансформації і повинно гармонійно бути вмонтованим у загальну систему цифровізації діяльності банку. Вагома увага, яка сьогодні приділяється саме використанню цифрових технологій у кредитній діяльності, пов’язана з тим, що банківські установи намагаються в цій сфері насамперед використати потенціал таких технологій, оскільки надання споживчих позик дає змогу отримувати значні обсяги прибутку, але супроводжується і значними ризиками. Цифровізація має здатність допомогти з управлінням такими ризиками, зменшити ймовірність їх настання і одночасно підвищувати якість послуг, конкурентоспроможність банківської установи.

Вагому роль також при використанні окресленого алгоритму повинен відігравати сценарний підхід, розробка сценаріїв цифрової трансформації кредитних послуг банку з урахуванням великої кількості ризиків, які можуть виникати як у зовнішньому середовищі і загрожувати фінансовому стану банку, так і виникати у процесі самої цифрової трансформації кредитної діяльності. Сценарний підхід дає змогу моделювати різні варіанти цифрової трансформації з урахуванням як потенційних ризиків, загроз, так і можливостей самої банківської установи до модернізації та змін. У наступному підрозділі дисертації питанням застосування сценарного підходу для забезпечення ефективності процесу формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування з урахуванням можливостей цифрової економіки буде приділено більше уваги.

3.3. Сценарне моделювання формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації

У сучасних умовах банківські установи намагаються приділяти значну увагу формуванню власних конкурентних переваг, особливо в тих сферах ринку фінансових послуг, де вони мають значний досвід роботи і здатність забезпечувати отримання очікуваних обсягів доходів. Відповідно, комерційні банки є сучасними установами, які досить часто у своїй діяльності віддзеркалюють тенденції інноваційного розвитку економіки загалом, оскільки саме ці установи, як показує досвід, передусім намагаються використати потенціал наявних технологій у власній роботі для підвищення власної конкурентоспроможності, якості роботи й залучення якомога більшої кількості клієнтів.

В умовах цифровізації банківські установи мають змогу використовувати додаткові можливості для забезпечення власних конкурентних переваг і насамперед, враховуючи реалії України, у сфері споживчого кредитування, застосування цифрових технологій. Як показують результати проведеного аналізу і практика роботи комерційних банків, застосування таких технологій ще не є запорукою формування їхніх конкурентних переваг. Саме поєднання їх з процесами розробки банківських продуктів, надання відповідних кредитних послуг, побудови дієвої та ефективної системи управління і є основою для формування зазначених конкурентних переваг. При цьому банківські установи повинні використовувати значний спектр різних інструментів для планування, прогнозування, оцінки доцільності використання тих або інших видів цифрових технологій у різних сферах власної діяльності, визначення економічної ефективності від вкладання інвестиційних ресурсів в інноваційну модель розвитку. Враховуючи складність макроекономічної ситуації в Україні, наявність політичних, соціальних ризиків, класичні методи стратегічного управління не завжди є доречними у використанні, оскільки не дозволяють

отримати об'єктивні та необхідні знання для забезпечення планування подальшої роботи банківських установ.

Відповідно, у сучасних умовах комерційні банки й інші суб'єкти господарювання приділяють більше уваги використанню сценарного підходу до розробки різних сценаріїв розвитку тих або інших процесів відповідно до змін зовнішнього середовища, які можуть відбуватися у діяльності банківської установи. Зазвичай у практичній діяльності кожен комерційний банк використовує спектр різних підходів до обробки аналітичної інформації, прогнозування, планування власної роботи у середньо-, коротко- та довгостроковій перспективі. Проте використання сценарного підходу дає змогу отримати більш практично зрозумілі результати, які можуть змінюватися залежно від зміни різних факторів. При цьому сценаріїв можна будувати багато й кожний із них може давати відповіді про можливості банку досягати визначених цілей та ризиків, загроз, які можуть виникати у разі настання різних подій. Це зручно, оскільки дозволяє системно підходити до процесу моделювання роботи банківської установи з урахуванням викликів, які сьогодні існують насамперед в Україні.

Використання сценарного підходу є доречним і при розгляді питань формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування, оскільки саме застосування такого підходу дає можливість комбінувати різні варіанти застосування цифрових технологій у різних напрямках їх створення. Саме тому в межах поточного підрозділу дисертації увага буде сфокусована на використанні такого підходу в діяльності банківських установ у сфері розвитку споживчого кредитування. Для розгляду особливостей застосування окресленого підходу спочатку визначимо його сутність та особливості застосування в дослідженнях. Представимо декілька концепцій дослідження сутності сценарного підходу, які сьогодні є в науковій літературі:

1) сценарний підхід – ефективний сучасний метод, який дозволяє вибудовувати якісну стратегію управління через подання комплексної прогнозної ситуації, риси якої не можуть бути передбачені з упевненістю, але

можуть призвести до реалізації певного варіанта розвитку в майбутньому в умовах невизначеності [215];

2) сценарний підхід – означає розробку сюжетної схеми з кількома напрямками, у якій зроблено спробу визначити можливі варіанти розвитку з урахуванням поточного стану та ймовірних проблем [141, с. 69-70];

3) сценарний підхід – один із потужних інструментів, який дозволяє підвищити рівень стратегічного управління організацією в умовах сучасного світу, що швидко змінюється [44, с. 497];

4) сценарний підхід – метод стратегічного управління, який передбачає розробку окремих сценаріїв подальшої поведінки господарської системи з урахуванням різних наслідків ухвалення управлінських рішень [94];

5) сценарний підхід – методологія для обґрунтованого управління взаємодією між попередніми знаннями та даними у процесі ухвалення рішень [217];

6) сценарний підхід – це методологія, що базується на даних, для апроксимації та аналізу робустних, обмежених випадковістю або стохастичних задач оптимізації, прийняття рішень та моделювання в умовах невизначеності [240].

Загалом використання сценарного підходу у проведенні досліджень економічних суб'єктів пояснюється такими причинами:

- ефективний метод для побудови реальних стратегій розвитку економічних суб'єктів у довгостроковій перспективі;

- дає змогу врахувати значну кількість факторів невизначеності, які формуються в зовнішньому середовищі, можуть впливати на економічний суб'єкт;

- дозволяє побудувати систему стратегічного управління таким чином, щоб вона швидше реагувала на ті зміни, які відбуваються в зовнішньому середовищі, у функціонуванні внутрішніх операційних процесах економічного суб'єкта;

– дає змогу розробляти різні варіанти розвитку економічного суб'єкта замість конкретизації єдиного вектору його подальшого функціонування, що підвищує рівень адаптивності стратегічного управління і самої стратегії розвитку такого суб'єкта;

– розробка окремих сценаріїв дає змогу забезпечити підвищений рівень якості стратегічного управління, чіткіше проаналізувати можливі варіанти впливу різних чинників на функціонування окремих складових економічного суб'єкта, напрямів його діяльності, окремі операційні процеси, функціонування різних структурних підрозділів;

– особливо є важливим в умовах об'єктивної трансформації зовнішнього середовища стосовно економічного об'єкта, технологічних змін, які відбуваються під впливом цифрових технологій, оскільки дає змогу раціональніше й виваженіше підійти до формування конкурентоспроможності такого суб'єкта, створення окремих видів його конкурентних переваг у різних сферах діяльності;

– дає можливість економічному суб'єкту прораховувати різні варіанти більш ефективного використання його економічного потенціалу, тих ресурсів, якими він володіє, для отримання очікуваних коротко- та довгострокових результатів. При цьому можливо змоделювати витрати економічного суб'єкта для отримання таких результатів, що дозволяє оцінити доцільність та ефективність впровадження інновацій, застосування різних цифрових технологій;

– використання сценарного підходу розширює світогляд керівників, власників економічних суб'єктів щодо можливих варіантів їхнього розвитку, потенційних ризиків, загроз, які можуть виникати в процесі функціонування таких суб'єктів, що дозволяє поглибити розуміння зовнішнього, внутрішнього середовища, регіональних, галузевих, секторальних тенденцій, які можуть впливати на стабільність роботи зазначених суб'єктів, що в підсумку позитивно впливає на ухвалення виважених, більш об'єктивно обдуманих рішень щодо подальшого їхнього розвитку [44, с. 494-495; 211; 204, с. 117; 34].

На рис. 3.8 наведено методологічну конструкцію сценарного підходу як методу дослідження економічних суб'єктів.

Безпосередньо в сучасних умовах невизначеності функціонування ринку фінансових послуг України і загалом фінансової системи держави використання сценарного підходу є доречним і для банківських установ, особливо при моделюванні власної діяльності в тих сферах, які є складнопрогнозованими і постійно супроводжуються досить високим рівнем ризикованості. Сама сфера кредитування є таким напрямом діяльності банків, а напрям споживчого кредитування особливо, який супроводжується непередбачуваністю, змінністю зовнішнього середовища, забезпечення стабільності залежить від дуже значної кількості різних чинників. Окреслене ускладнює процес використання класичних підходів до моделювання діяльності банків на ринку споживчого кредитування, оцінки ефективності роботи з урахуванням наявних загроз, рівня конкуренції. Відповідно використання сценарного підходу дає змогу в певному сенсі унормувати та систематизувати різні варіанти поведінки банківських установ на окресленому ринку.

Серед особливостей використання сценарного підходу у процесі формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації можемо виокремити такі:

- дозволяє враховувати різні варіанти використання наявного внутрішнього потенціалу банку;
- дає змогу аналізувати формування різних типів конкурентних переваг банку та їхній вплив на рівень його конкурентоспроможності на ринку споживчого кредитування;
- дозволяє розглядати варіанти впливу цифрових технологій на різні напрями формування конкурентних стратегій;
- вимагає наявності передусім внутрішньої інформації про поточний стан банку, його систему управління та основні подальші стратегічні напрями розвитку;

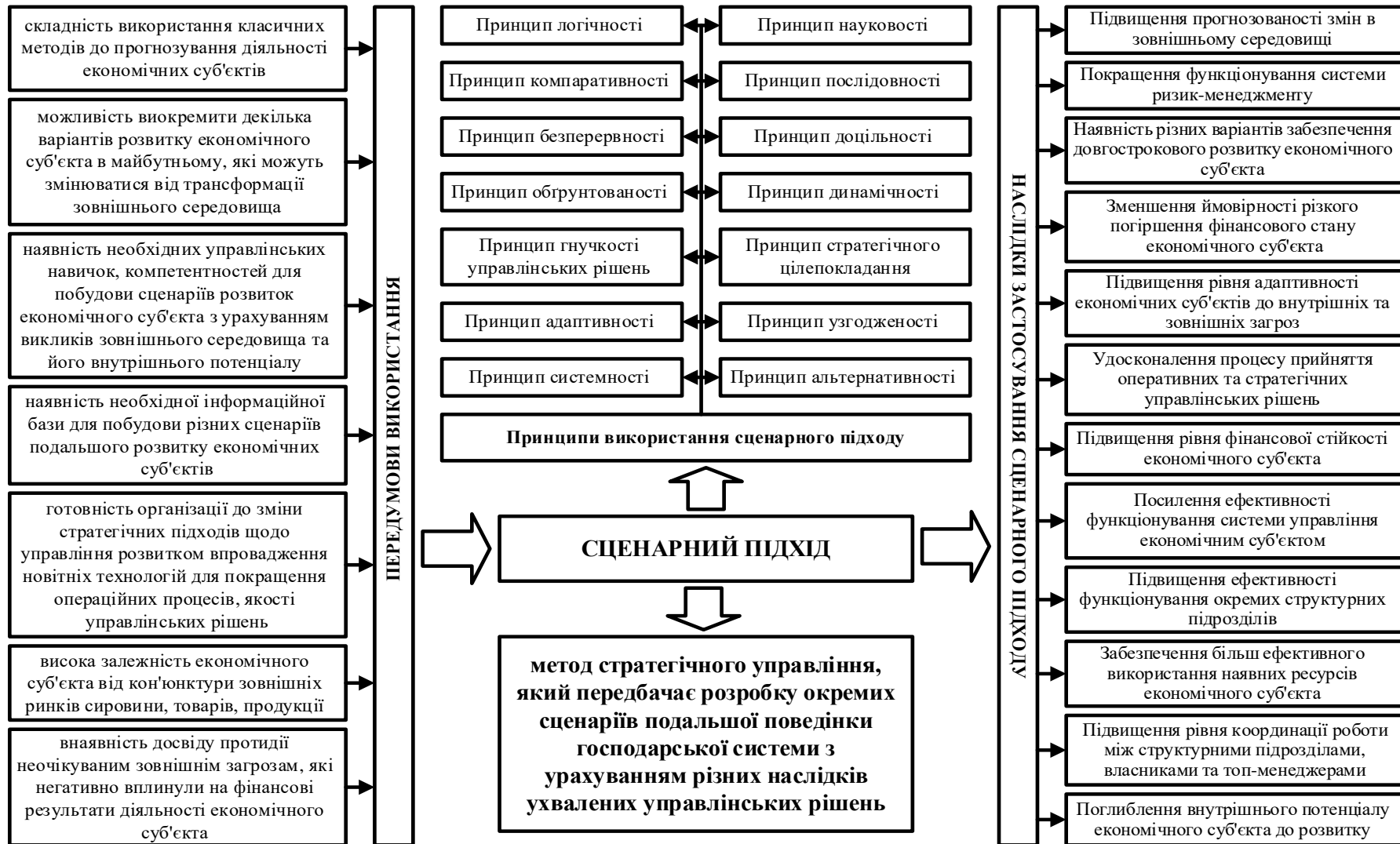


Рис. 3.8 – Схема застосування сценарного підходу

Джерело: складено автором на основі [111, с. 72; 215; 94, с. 13-15; 240].

- дає змогу прогнозувати зміну рівня цифрового розвитку банку, розглядати різні варіанти такого рівня, розробляти заходи його підвищення;
- дає змогу враховувати ймовірність настання різних типів цифрових ризиків та загроз, які виникають у процесі надання споживчих позик;
- забезпечує розробку різних варіантів цифрової трансформації сфери споживчого кредитування;
- дає змогу аналізу вплив зовнішніх чинників на формування конкурентних переваг банку;
- дозволяє системно аналізувати можливі цільові орієнтири здійснення цифрової трансформації сфери споживчого кредитування банку, оцінювати ймовірність їх досягнення, необхідні ресурси для цього та ін. [243; 88; 9; 27; 243; 228].

Таким чином, у сучасних умовах сценарний аналіз починає відігравати важливу роль і у стратегічному розвитку банківських установ, формуванні необхідного рівня їхньої конкурентоспроможності на ринку фінансових послуг і особливо в тих напрямках, де конкуренція між фінансовими установами є досить високою. На рис. 3.9 обґрунтовано роль сценарного підходу у процесі розроблення стратегії формування конкурентних переваг комерційних банків на ринку споживчого кредитування. Безпосередньо роль сценарного підходу полягає вже в розробці більш прикладних положень розвитку кредитної діяльності банку з урахуванням результатів, які були отримані в процесі детального аналізу його фінансового стану, інвестиційних можливостей, рівня цифровізації й загалом дослідження конкретних сегментів ринку фінансових послуг.

Застосування сценарного підходу не є прямим шляхом для чіткого обґрунтування практичних заходів для досягнення конкретних цілей, це більше результат формування таких цілей функціонування банку, трансформації його діяльності в окремих напрямках.

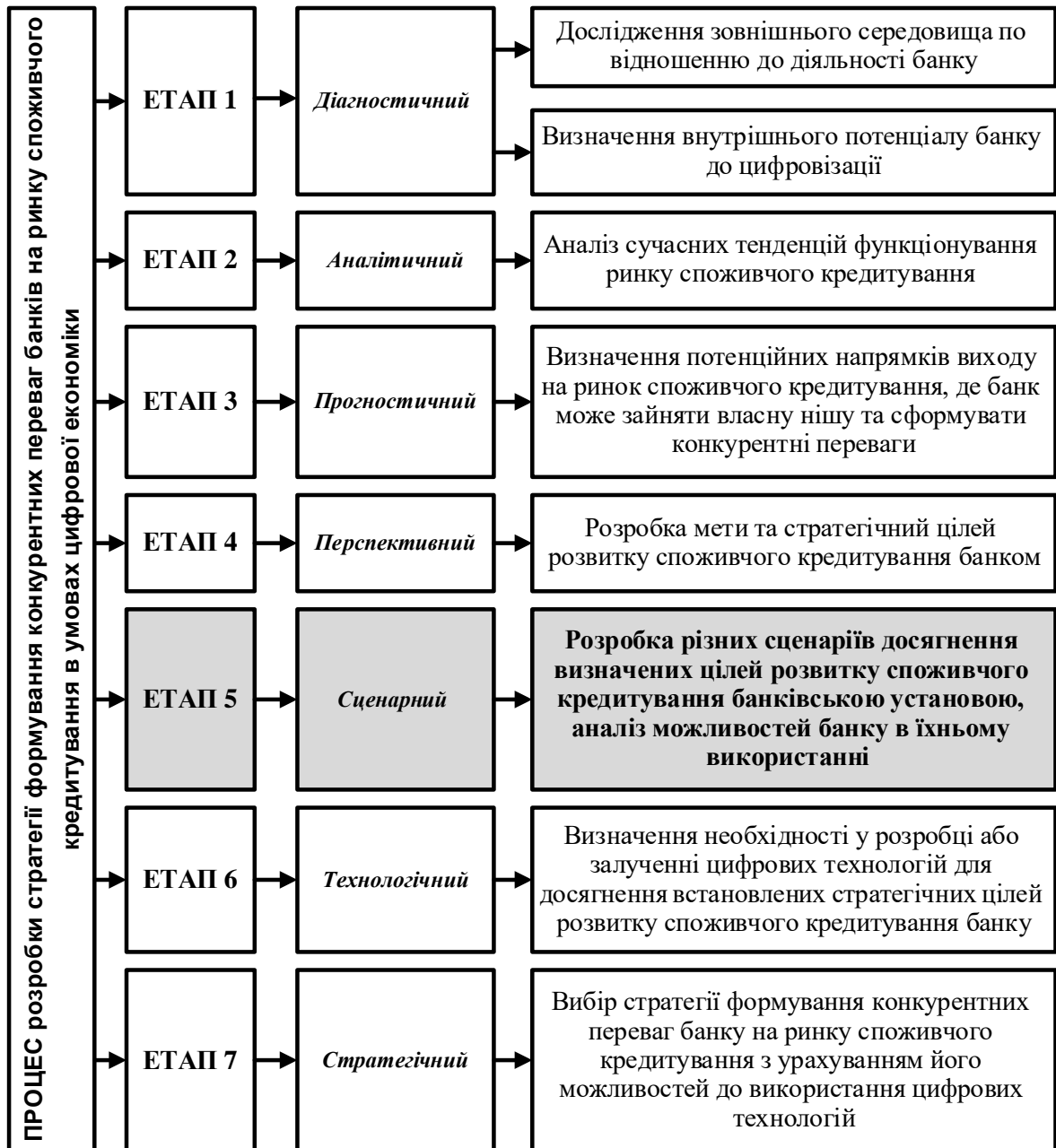


Рис. 3.9 – Роль сценарного підходу в процесі розробки стратегій формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах становлення цифрової економіки

Джерело: складено автором на основі [80; 94; 212; 211, с. 381-382].

Використання методології сценарного підходу є необхідним під час розроблення типів варіантів розвитку банківської установи на окремих ринках з урахуванням можливостей використання його внутрішнього потенціалу та потенційних змін зовнішнього середовища, які можуть впливати на розвиток таких ринків. Відповідно, застосування такого підходу супроводжується

поетапним процесом розробки різних сценаріїв. На рис. 3.10 наведено концептуальну модель застосування сценарного підходу для розробки варіантів формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах становлення цифрової економіки. Розглянемо окремі компоненти такої моделі детальніше.

Компонент 1 – Визначення стану цифровізації банківської установи.

Першим етапом конкретизації основних напрямів формування конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування є оцінка його поточного стану цифрового розвитку, що дає змогу:

- 1) визначити наявні сильні сторони у використанні цифрових технологій у різних сферах;
- 2) проаналізувати досвід цифрової трансформації банківської установи та використання окремих інформаційних інновацій у різних бізнес-процесах;
- 3) виявити слабкі місця в цифровому розвитку банку (на стратегічному і тактичному рівнях) та ін.

Досить зручним способом оцінювання стану цифрової трансформації комерційного банку є визначення його індексу цифрової зрілості, який доцільно обчислювати через використання сукупності різних показників і параметрів, що описують окремі процеси цифровізації, наслідки застосування цифрових технологій банківською установою. Пропонуємо застосовувати таку формулу для обчислення індексу цифрової трансформації банку:

$$IDTb = IDTbcr + IDTbd + IDTpt + IDTop + IDTms, \quad (3.1)$$

де $IDTb$ – індекс цифрової трансформації банківської установи;

$IDTbcr$ – субіндекс цифровізації кредитної діяльності банку;

$IDTbd$ – субіндекс цифровізації депозитної діяльності банку;

$IDTpt$ – субіндекс цифровізації платіжних розрахунків банку;

$IDTop$ – субіндекс цифрової трансформації внутрішніх операційних процесів банку;

$IDTms$ – субіндекс цифрової трансформації системи управління банку.

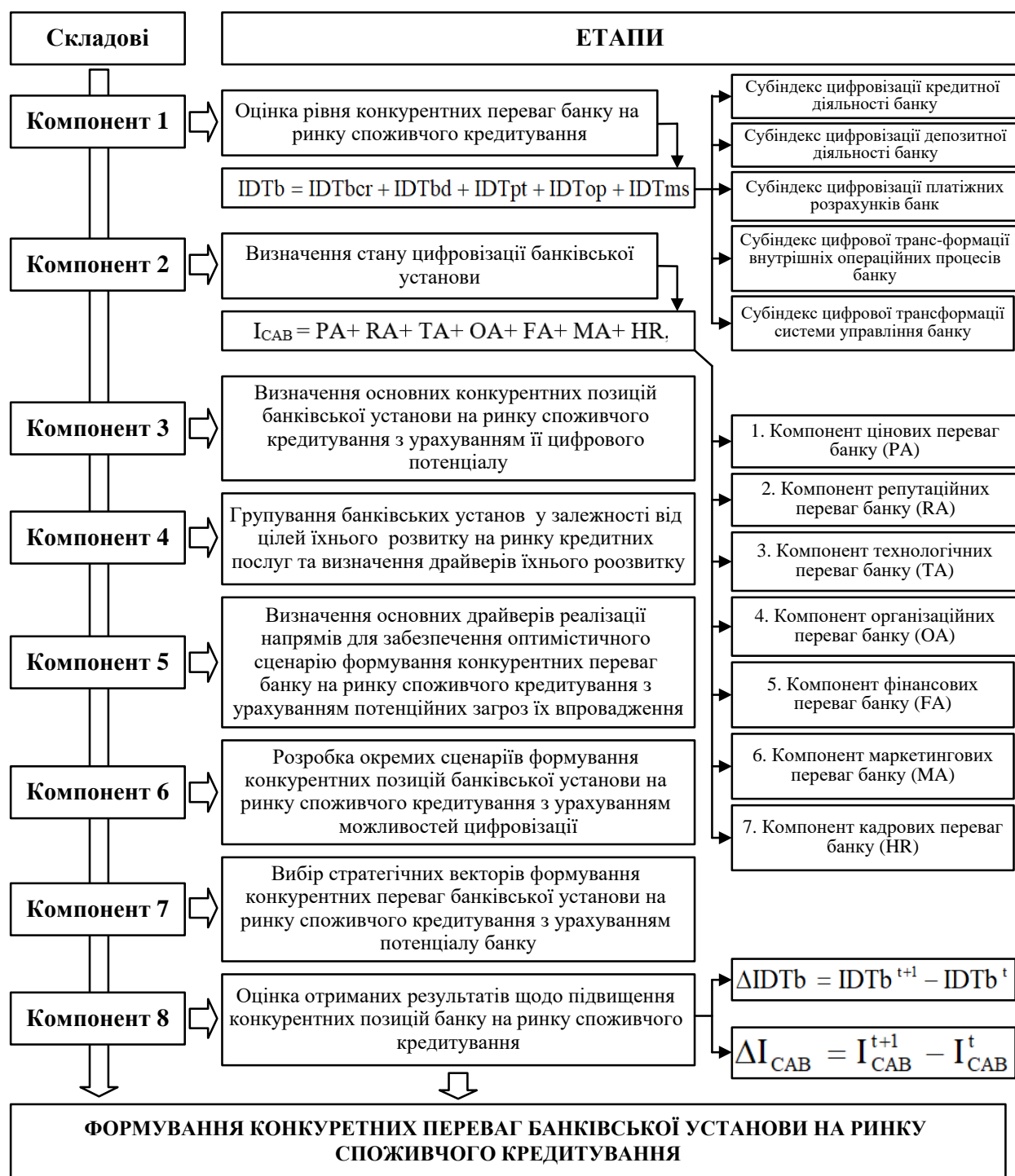


Рис. 3.10 – Концептуально-методична схема сценарного моделювання формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації

Джерело: складено автором.

Представлені у формулі (3.1) окремі параметри, за якими пропонується визначати рівень цифрової зрілості банківської установи, доцільно визначати за методикою, яка представлена в табл. 3.5.

*Методичні параметри розрахунку показників
індексу цифрової зрілості банківської установи*

Субіндекс	№ з/п	Показники для розрахунку	Критерії оцінки, %	Кількість балів
1	2	3	4	5
Субіндекс цифровізації кредитної діяльності банку (IDT _{bcr})	1	частка кредитних рахунків, які були відкриті в дистанційному режимі	до 30	2
			від 30 до 60	3
			від 60 до 90	4
			більше 90	5
	2	темп зростання обсягів кредитів, які були видані клієнтам через дистанційні канали	до 30	3
			більше 30	5
	3	частка кредитних платежів, які здійснюються клієнтами в дистанційному режимі	до 30	2
			від 30 до 60	3
			від 60 до 90	4
			більше 90	5
	4	частка звернень клієнтів через чат-бот щодо кредитних продуктів	до 50	3
			більше 50	5
	5	частка заявок, здійснених дистанційно на отримання кредитів (разом за різними кредитними продуктами)	до 30	2
			від 30 до 60	3
більше 60			5	
Всього балів				25
Субіндекс цифровізації депозитної діяльності банку (IDT _{bd})	1	частка депозитних рахунків, які були відкриті в дистанційному режимі одним клієнтом	до 30	1
			від 30 до 60	2
			від 60 до 90	3
			більше 91	4
	2	частка клієнтів, що відкривають депозити через мобільний додаток	до 10	1
			від 11 до 20	2
			від 21 до 50	3
			більше 51	4
	3	частка клієнтів, які продовжили депозити в автоматичному режимі	до 10	1
			від 11 до 20	2
			від 21 до 50	3
			більше 51	4
	4	темп зростання обсягів депозитів, які були залучені від клієнтів через дистанційні канали	до 10	2
			від 11 до 20	3
			від 21 до 50	4
			більше 51	5
	5	темп зростання строкових депозитних ресурсів, що були залучені від клієнтів через дистанційні канали	до 10	1
			від 11 до 50	2
			більше 51	4
	6	темп зростання обсягів депозитів, які були пролонговані в автоматичному режимі	до 10	2
			від 11 до 50	2
			більше 51	4
	Всього балів			

Продовження таблиці 3.5

1	2	3	4	5
Субіндекс цифровізації платіжних розрахунків банк (IDTpt)	1	частка клієнтів, які використовують мобільний банкінг для платежів понад 10 разів у місяць	до 30	1
			від 30 до 60	2
			більше 61	3
	2	частка клієнтів, які дистанційно відкривали рахунки	до 30	1
			від 30 до 60	2
			більше 61	3
	3	частка онлайн-платежів у загальній кількості здійснених банком платежів	до 30	2
			від 30 до 60	3
			більше 61	4
	4	частка активних платіжних карток	до 30	1
			від 30 до 60	2
			більше 61	3
	5	частка миттєвих платежів	до 30	1
			від 30 до 60	2
			більше 61	3
	6	частка безконтактних платежів	до 30	1
			від 30 до 60	2
			більше 61	3
	7	кількість онлайн-транзакцій на одного клієнта	до 30	1
			від 30 до 60	2
			більше 61	3
	8	частка клієнтів, які використовують електронні гаманці для проведення розрахунків	до 30	1
			від 30 до 60	2
			більше 61	3
				Всього балів
Субіндекс цифрової транс-формації внутрішніх операційних процесів банку (IDTop)	1	темپ зростання кількості кібератак на діяльність банківської установи, які призвели втрат	більше 51	0
			від 30 до 50	1
			менше 31	2
			не було	3
	2	темپ зростання втрат від кібератак на банківську установу	більше 50	0
			від 31 до 49	1
			від 10 до 30	2
			менше 10	3
	3	темپ зростання витрат на підвищення рівня цифрової грамотності працівників у загальному обсязі операційних витрат	до 20	1
			від 21 до 60	2
			більше 61	3
	4	темپ зростання інвестицій в процес цифрової трансформації	до 20	1
			від 21 до 40	2
			від 41 до 70	3
			більше 71	4
	5	частка повністю автоматизованих бізнес-процесів (різних напрямків діяльності банку)	до 30	1
			від 31 до 60	2
			більше 61	3
	6	частка маркетингових компаній, які проведені виключно в дистанційному режимі	до 30	1
			від 31 до 70	2
			більше 71	3
	7	частка банківських продуктів, які можна придбати виключно в дистанційному режимі без відвідування банку	до 30	1
			від 31 до 80	2
			більше 81	3

Закінчення таблиці 3.5

1	2	3	4	5
	8	частка операційних процесів, у яких використовуються технології штучного інтелекту	до 20	1
			від 21 до 60	2
			більше 61	3
	Всього балів			25
Субіндекс цифрової трансформації системи управління банку (IDTms)	1	наявність цифрової стратегії розвитку банку	відсутня	0
			відсутня, але в процесі розробки	2
			є	5
	2	частка реалізованих цифрових проєктів відповідно до плану на рік	до 40	1
			від 41 до 70	3
			від 71 до 89	
			більше 90	5
	3	темп зростання доходів від цифрових продуктів (надані кредитні послуги, комісії за онлайн платежами)	до 10	1
			від 11 до 40	2
			від 41 до 80	3
			більше 81	5
	4	частка внутрішніх звітів, які формуються автоматично і не вимагають залучення працівників	до 40	2
			від 41 до 60	3
			від 61 до 80	4
			більше 81	5
	5	частка прийнятих рішень щодо видачі позик, які були здійснені автоматично	до 10	1
			від 11 до 20	2
			від 21 до 50	3
			більше 51	5
	Всього балів			25
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ				100

Джерело: складено автором.

Відповідно, трактувати значення отриманого індексу цифрової трансформації банківської установи варто через використання такого підходу (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Визначення рівня цифрової зрілості банківської установи

Високий рівень цифрової зрілості банку	$IDTb \geq 75$	Значний рівень цифрового розвитку банку, один з лідерів цифрової трансформації
Достатній рівень цифрової зрілості банку	$50 \leq IDTb \leq 74$	Розвинута та стратегічно обдумано побудована системна модель цифрового розвитку банку
Середній рівень цифрової зрілості банку	$25 \leq IDTb \leq 49$	Фрагментарна цифровізація бізнес-процесів
Низький рівень цифрової зрілості банку	$IDTb \leq 24$	Початковий рівень використання цифрових технологій в діяльності

Джерело: складено автором з урахуванням [112; 106; 194]

Використовуючи представлені в табл. 3.6 показники, можна визначити індекс цифрової зрілості банківської установи. При цьому визначимо деякі особливості його розрахунку:

1) кількість показників може змінюватися відповідно до темпів цифровізації, можливостей обчисленні інших показників, які відображають стан використання цифрових технологій;

2) банківська установа, враховуючи специфіку власної роботи та ті тенденції цифровізації, якій їй притаманні, має здатність самостійно впроваджувати коректуючі коефіцієнти, якщо вважає за потрібно посилити роль окремих субіндексів у розрахунку зазначеного індексу. У такому випадку формула його розрахунку буде такою:

$$IDTb = \alpha * IDTbcr + \beta * IDTbd + \gamma * IDTpt + \omega * IDTop + \lambda * IDTms, \quad (3.2)$$

де $\alpha, \beta, \gamma, \lambda, \omega$ – параметри моделі, які повинні відповідати такій умові:

$$\alpha + \beta + \gamma + \lambda + \omega = 1.$$

3) граничні межі критеріїв також можуть змінюватися, як і сукупна кількість балів, які за них надаються, проте саме визначені показники, на наш погляд, дають можливість більш системно визначити рівень цифровізації різних напрямів роботи банку, враховуючи специфіку функціонування комерційних банків в Україні;

4) використання методики покликано визначити індекс цифрової зрілості банківської установи, який загалом повинен продемонструвати рівень цифрової трансформації банку, обчислення його субіндексів лише поглибить розуміння і напрямів, де така трансформація відбувається недостатніми темпами;

5) у межах методики увага була сфокусована саме на кількісних відносних показниках, які краще описують насамперед динамічні зміни в процесі цифровізації, мінімізуючи масштаби роботи банку.

Компонент 2 – Оцінка рівня конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування.

На цьому етапі важливо чітко визначити рівень конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування. Це доцільно здійснювати через використання інтегральної оцінки конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування. Її пропонуємо визначати таким чином:

$$I_{\text{CAB}} = PA + RA + TA + OA + FA + MA + HR, \quad (3.2)$$

де I_{CAB} – інтегральна оцінка конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування;

PA – компонент цінових переваг банку;

RA – компонент репутаційних переваг банку;

TA – компонент технологічних переваг банку;

OA – компонент організаційних переваг банку;

FA – компонент фінансових переваг банку;

MA – компонент маркетингових переваг банку;

HR – компонент кадрових переваг банку.

Обчислення цієї оцінки відбувається через визначення її окремих структурних компонентів, кожна з яких характеризує окремі конкурентні переваги банківської установи на ринку споживчого кредитування (підрозділ 1.1, рис. 1.4). Методика визначення таких структурних компонентів наведена в табл. 3.7.

Методика визначення структурних компонентів оцінки конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування

Назва субіндексу	№ з/п	Показники	Рівень вимірюваності	Кількість балів
1	2	3	4	5
1. Компонент цінових переваг банку (РА)	1	Нижчий рівень середньої кредитної ставки за весь рік по всім кредитним продуктами від середньоринкової	Так	5
			Ні	0
	2	Показник схвалення кредитних заявок потенційних клієнтів збільшився протягом року на 10 %	Так	5
			Ні	0
	3	Середній рівень відношення щомісячного платежу до заявленого обсягу доходів клієнтів зменшився на кінець року	Так	5
			Ні	0
	4	Питома вага комісійних доходів за кредитними продуктами не перевищує 50 % від доходів, які отримані у вигляді відсотків	Так	3
			Ні	0
	5	Обсяг комісійних доходів у розрахунку на одного клієнта протягом року НЕ збільшився у порівнянні з показником попереднього	Так	3
			Ні	0
Всього балів Компонент цінових переваг				15
2. Компонент репутаційних переваг банку (РА)	1	Зростання протягом року обсягів депозитних ресурсів від попередніх клієнтів на 20 %	Так	3
			Ні	0
	2	Середня оцінка якості обслуговування по банку залишилася не змінною або збільшилася (вимірюється за відгуками клієнтів)	Так	3
			Ні	0
	3	Кількість клієнтів, які повторно прийшли брати нові позики збільшилася на 10 % (вимарюється за кількістю таких клієнтів)	Так	3
			Ні	0
	4	Кількість клієнтів, які прийшли за позиками за рекомендаціями друзів, колишніх клієнтів більше на 10% за попередній рік	Так	3
			Ні	0
	5	Кількість скарг на дії та роботу клієнтів, що поступали га гарячу лінію та через інші цифрові канали збільшилася в порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
Всього балів Компонент репутаційних переваг				15
3. Компонент технологічних переваг банку (ТА)	1	Показник схвалення кредитних заявок збільшився протягом року на 20%	Так	3
			Ні	0
	2	Показник надходження кредитних заявок у загальній кількості отриманих заявок на кредит за участі кредитних консультантів понад 50 %	Так	3
			Ні	0
	3	Темп зростання витрат на ІТ-інфраструктуру та ІТ-послуги збільшився на 20 % у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0

Продовження таблиці 3.7

1	2	3	4	5
	4	Питома вага кількості позик у всій їхній сукупності, рішення за якими було прийнято автоматично, без втручання працівників банку понад 50 %	Так	3
			Ні	0
	5	Частка кредитів у загальній їхній сукупності, які були оформлені через використання особистих кабінетів клієнтів понад 50 %	Так	3
			Ні	0
Всього балів Компонент технологічних переваг				15
4. Компонент організаційних переваг банку (ОА)	1	Середній час (розраховується за всіма кредитними продуктами) за яким приймалося рішення в автоматичному режимі, менший або такий, як і в попередньому році	Так	3
			Ні	0
	2	Обсяг кредитів, які видані через використання платформ партнерів за рік зросла на 20 %	Так	3
			Ні	0
	3	Якість обслуговування клієнтів у відділеннях банку залишилася на рівні попереднього року, або збільшилася (визначається через оцінку якості)	Так	3
			Ні	0
	4	Кількість помилок, які були виявлені під час впровадження цифрових технологій у всі операції, які пов'язані з кредитною діяльністю, зменшилася протягом року	Так	3
			Ні	0
	5	Кількість заявок, за якими прийнято позитивне рішення про видачу позики понад 50 %	Так	3
			Ні	0
Всього балів Компонент організаційних переваг				10
5. Компонент фінансових переваг банку (ФА)	1	Рентабельність активів збільшилася	Так	3
			Ні	0
	2	Рентабельність капіталу збільшилася	Так	3
			Ні	0
	3	Обсяг прострочених кредитів зменшився у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
	4	Обсяг доходів від кредитної діяльності збільшився в загальній структурі доходів банку	Так	3
			Ні	0
	5	Дохідність кредитного портфеля збільшилася у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
Всього балів Компонент фінансових переваг				15
6. Компонент маркетингових переваг банку (МА)	1	Збільшилася кількість клієнтів, які скористалися кредитними продуктами банку за рік на більше 10%	Так	3
			Ні	0
	2	Частка нових клієнтів, які отримали позики збільшилася не менш ніж на 10% у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
	3	Середній загальний час, який було витрачено на розробку кредитних продуктів протягом року зменшився у порівнянні з попереднім	Так	3
			Ні	0
	4	Кількість клієнтів, які отримали інформацію про кредитні продукти банку через соціальні мережі, месенджери, блогерів збільшилася на 10 %	Так	3
			Ні	0
	5	Показник відношення витрат на маркетинг банку на обсяг отриманого чистого прибутку зменшився у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
Всього балів Компонент маркетингових переваг				15

1	2	3	4	5
7. Компонент кадрових переваг банку (HR)	1	Питома вага працівників, які звільнилися за власним бажанням протягом року не перевищує 20 % від загальної кількості всіх співробітників	Так	3
			Ні	0
	2	Питома вага працівників, які пройшли тренінги, семінари щодо підвищення рівня власної цифрової грамотності збільшилася у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
	3	Кількість працівників, які залучені до роботи у структурних підрозділах, які відповідають за розробку та впровадження цифрових рішень протягом року збільшилася	Так	3
			Ні	0
	4	Обсяг доходу від кредитних операцій на одного кредитного менеджера протягом року збільшився у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
	5	Показник відношення бонусів та премій, які отримали працівники, у відношенні до обсягу чистого прибутку зменшився у порівнянні з попереднім роком	Так	3
			Ні	0
Всього балів Компонент кадрових переваг				15
ВСЬОГО БАЛІВ				100

Джерело: складено автором.

Звичайно, банківські установи, враховуючи представлену в табл. 3.7 методику до оцінки показника конкурентних переваг можуть вносити свої правки відповідно до специфіки їхньої роботи, доступності тієї інформації, яка збирається банківською установою.

Таким чином, враховуючи дані табл. 3.7, можемо записати результат розрахунку через питому вагу кожного компонента у структурі інтегральної оцінки конкурентних переваг банківської установи:

$$I_{\text{CAB}} = \begin{cases} \alpha * PA; \\ \beta * RA; \\ \lambda * TA; \\ \phi * OA; \\ \mu * FA; \\ \rho * MA; \\ \omega * HR. \end{cases} \Rightarrow \alpha + \beta + \lambda + \phi + \mu + \rho + \omega = 1, \quad (3.3)$$

де a – питома вага цінових конкурентних переваг у загальній оцінці конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування;

β – питома вага репутаційних конкурентних переваг у загальній оцінці конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування;

λ – питома вага технологічних конкурентних переваг у загальній оцінці конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування;

φ – питома вага організаційних конкурентних переваг у загальній оцінці конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування;

ω – питома вага фінансових конкурентних переваг у загальній оцінці конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування;

ρ – питома вага маркетингових конкурентних переваг у загальній оцінці конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування;

μ – питома вага кадрових конкурентних переваг у загальній оцінці конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування.

Таким чином, загальну структуру розрахункової оцінки конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування можна записати таким чином:

$$I_{CAB} = a*PA + \beta*RA + \lambda*TA + \varphi*OA + \omega*FA + \rho*MA + \mu*HR. \quad (3.4)$$

Обчисливши показник конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування, важливим є оцінка його значення. Пропонуємо трактувати цей показник таким чином (табл. 3.8).

*Інтерпретація результатів оцінки показника конкурентних переваг
банківської установи на ринку споживчого кредитування*

Показник I_{CAB}	Значення
$100 \leq I_{CAB} < 75$	лідуюча конкурентна позиція банку на ринку споживчого кредитування
$75 \leq I_{CAB} < 50$	стійка конкурентна позиція банку на ринку споживчого кредитування
$50 \leq I_{CAB} < 25$	недостатньо розвинута конкурентна перевага банку на ринку споживчого кредитування
$25 \leq I_{CAB} < 0$	низький рівень конкурентної позиції банку на ринку споживчого кредитування

Джерело: складено автором.

Компонент 3 – Визначення основних конкурентних позицій банківської установи на ринку споживчого кредитування з урахуванням її цифрового потенціалу.

На третьому етапі відбувається визначення конкурентних позицій банку з урахуванням рівня його цифрової зрілості та наявних, тобто вже сформованих, конкурентних переваг на ринку споживчого кредитування. У цьому випадку використовуються результати розрахованих показників інтегрального оцінювання конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування та індексу цифрової трансформації банківської установи. Застосування сегментації значень цих параметрів дає змогу побудувати матрицю різних варіантів конкурентних позицій банку (табл. 3.9).

На наше переконання, доцільно виокремити 16 різних варіацій конкурентних позицій, у яких може перебувати банк на певний момент проведення аналізу. Звичайно визначення такої позиції є умовним, враховуючи, що значна кількість параметрів і показників, які формують основу для розрахунку інтегральної оцінки конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування та індексу цифрової трансформації банківської установи визначаються експертним шляхом, а отже, негативний вплив людського чинника підвищує ризик отримання необ'єктивних оцінок за окремими показниками (або підвищення, або навіть погіршення в порівнянні з реальною ситуацією).

Таблиця 3.9

*Матриця конкурентних позицій банківської установи на ринку споживчого кредитування
залежно від рівня її цифрового розвитку та наявних конкурентних переваг*

Рівень цифрової зрілості банківської установи (<i>IDTb</i>)	Позиція банківської установи на ринку споживчого кредитування відповідно до оцінки його конкурентних переваг (<i>I_{CAB}</i>)			
	Лідуюча позиція	Конкурентно стійка позиція	Адаптивна позиція	Критична позиція
	A	B	C	D
A	AA	AB	AC	AD
Високий	Банки, які є цифровими лідерами на ринку	Банки з наявним латентним потенціалом формування конкурентних переваг	Банки з неефективним використанням цифрових технологій у сфері кредитування	Банки, цифровізація яких сфокусована на інших ринках фінансових послуг
B	BA	BB	BC	BD
Достатній	Банки, які мають потенціал підвищення якості кредитних послуг через цифровізацію	Банки, які мають можливості через цифровізацію підвищувати якість кредитних послуг	Банки із фрагментарним використанням різних цифрових технологій в процесі надання кредитів домогосподарствам	Банки, в яких не трансформується цифровий потенціал у конкурентні переваги
C	CA	CB	CC	CD
Середній	Банки, які забезпечують провідні позиції не за рахунок цифровізації кредитних відносин	Банки зі стабільною позицією на ринку, яка забезпечується не фокусуванням уваги на використанні цифрових технологій	Банки зі слабкою позицією на ринку, що обґрунтовується недостатнім розвитком цифрових технологій	Банки, яким притаманна неефективна бізнес-модель надання послуг на ринку кредитних послуг
D	DA	DB	DC	DD
Низький	Банки, які забезпечують лідерство за рахунок інших типів конкурентних переваг	Банки, які не мають стабільних класичних конкурентних переваг і можуть втратити позиції на ринку	Банки без чітко виражених конкурентних переваг, що обумовлюється наявністю кризових елементів в управлінні	Банки, які є аутсайдерами ринку споживчого кредитування

Джерело: складено автором.

Проте з урахуванням того, що значна кількість показників про стан цифровізації банку, його позиції на ринку споживчого кредитування, відсутня, окреслений підхід через застосування великої кількості параметрів дає змогу більш об'єктивно оцінити стан розвитку кредитування домогосподарств у банківській установі. Також для визначення таких показників можуть залучатися різні експерти, працівники банку, можуть проводитися опитування, а отримані результати можуть визначатися через використання середніх показників.

Компонент 4 – Групування банківських установ на групи залежно від цілей їхнього подальшого розвитку на ринку кредитних послуг та визначення драйверів їхнього розвитку.

На наступному етапі доцільно виокремити окремі групи банків, для яких у майбутньому доцільно визначити спільні стратегічні орієнтири для забезпечення формування конкурентних переваг на ринку споживчого кредитування. Враховуючи матрицю конкурентних позицій, яка наведена в таблиці 3.9, вважаємо за доцільне визначити сім груп банківських установ, для яких можуть бути визначені різні типи стратегічних драйверів у подальшому (таблиця 3.10).

Таким чином, у результаті використання інформації таблиці 3.10 можна чітко визначити групу банків, до якої треба віднести досліджуваний банк відповідно до параметрів, за якими було проаналізовано його конкурентну позицію на ринку споживчого кредитування. Визначення зазначених груп є важливим з позиції розробки подальших напрямів розвитку банківської установи з метою посилення її ролі у функціонуванні зазначеного ринку. Відповідно також необхідно розуміти й можливі варіанти трансформації банківських установ в межах кожної із визначених груп з урахуванням як сучасних викликів у сфері кредитування, так і можливостей цифрової економіки. Для цього використаємо сценарний підхід.

Результати групування банківських установ за конкурентними позиціями на ринку споживчого кредитування та базовими потенційними драйверами подальшого їхнього розвитку

Група	Група банків	Позиція в матриці	Опис
Група 1	Лідери	AA	комерційні банки, які є провідними установами у сфері споживчого кредитування, надають високої якості цифрові кредитні послуги та формують подальші стратегічні орієнтири цифровізації загалом ринку споживчого кредитування
Група 2	Претенденти на лідерство	AB BA BB	комерційні банки, які мають значний потенціал для розвитку в окремих напрямках і мають здатність його реалізувати без залучення нових цифрових технологій або трансформації діючих підсистем банку
Група 3	Адаптивно-цифрові	CA CB	комерційні банки, які сформували важливі конкурентні позиції на ринку споживчого кредитування, проте намагаються забезпечити поступову цифрову трансформацію кредитної діяльності з метою її розширення та залучення нових груп клієнтів
Група 4	Консервативні	DA DB	комерційні банки, які мають конкурентні переваги у сфері кредитування домогосподарств, але вони не пов'язані з активним використанням цифрових технологій, ці установи використовують традиційні канали продажу класичних кредитних
Група 5	Асиметрично-цифрові	AC AD BD	комерційні банки, які неефективно використовують цифрові технології для створення власних конкурентних переваг на ринку споживчого кредитування, володіючи значними можливостями створювати цифрові кредитні продукти
Група 6	Технологічно неадаптовані	BC CC	комерційні банки, які приділяють увагу інших напрямках банківської діяльності, не використовують широкого спектра різних типів таких технологій
Група 7	Аутсайтери	CD DC DD	комерційні банки, які не розвивають напрям кредитування домогосподарств, цей вид бізнесу не є важливим з позиції забезпечення формування доходів, його розвиток потребує кардинальної зміни існуючої моделі надання кредитних послуг, активного використання цифрових технологій та початку цифрової трансформації роботи банку

Джерело: складено автором.

Компонент 5 – Розробка окремих сценаріїв формування конкурентних позицій банківської установи на ринку споживчого кредитування з урахуванням можливостей цифровізації.

Відповідно, пропонуємо для кожної групи розробити три можливі напрямки трансформації у майбутньому з урахуванням опису трьох сценаріїв: оптимістичного, стабілізації та песимістичного. Результати такого сценарного моделювання представлено в таблиці 3.11.

Таким чином, для кожної з окреслених груп можливими зазвичай є три сценарії забезпечення власного розвитку на ринку споживчого кредитування через використання власних конкурентних переваг та наявного індексу цифровізації. Зауважимо, що сфера цифрових технологій постійно розвивається, що обумовлює важливість постійного моніторингу нових інновацій, аналізу можливих варіантів їх використання як в діяльності банківських установ загалом, так і зокрема у сфері кредитування. Без такого підходу забезпечити провідні позиції банків на такому ринку досить складно, саме тому лідери впроваджують механізми постійного саморозвитку, удосконалення та модернізації власної діяльності, які не зупиняються, а лише поглиблюються та розширюються.

Забезпечити використання оптимістичного сценарію для розвитку кредитної діяльності банку є дуже складним завданням, враховуючи необхідні ресурси, трансформацію бізнес-моделей, систем управління банком. Проте досить важливим при цьому є також вибір основних драйверів забезпечення реалізації такого сценарію, тобто розуміння, що треба зробити для розвитку, переходу до нової моделі власного функціонування на ринку споживчого кредитування. Відповідно, доцільно вважаємо розглянути окремі вектори розвитку для кожної з окреслених груп банківських установ, використання яких дозволить їм перейти на якісно новий рівень власної діяльності в межах окресленого ринку або зберегти провідні позиції.

Таблиця 3.11

*Сценарії формування конкурентних переваг
банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації*

Назва груп банків	Оптимістичний	Стабілізації	Песимістичний
1	2	3	4
Група 1	розвиток нових цифрових технологій, збільшення відриву від інших банків за рівнем інноваційності діяльності та конкурентоспроможності у сфері кредитування, розвиток нових сегментів ринку споживчого кредитування	стабільний рівень конкурентоспроможності та поступової цифрової трансформації через розробку нових інноваційних продуктів для позичальників	перехід до групи Претендентів на лідерство, втрата окремих конкурентних переваг
Група 2	покращення окремих типів конкурентних переваг за рахунок більш ефективного використання цифрових технологій, рух до категорії Лідерів	забезпечення подальшого ефективного використання цифрових технологій та поступове покращення власних окремих типів конкурентних позицій на ринку відповідно до результатів їхньої оцінки	погіршення окремих конкурентних позицій через неефективне використання цифрових технологій, загроза переходу до групи Асиметрично-цифрових установ
Група 3	перехід до групи банків-Претендентів на лідерство через поступове впровадження окремих цифрових проєктів у сферу кредитування, залучення нових клієнтів, розробки більш зручних та інноваційних продуктів	забезпечення роботи із власними клієнтами, підтримка довірчих відносин з ними, підтримка традиційних моделей надання фінансових послуг	зміна вимог клієнтів до кредитних послуг, зменшення кількості з них, які використовують менш цифровізовані послуги, перехід до групи технологічно-неадаптованих банків
Група 4	поступове використання цифрових технологій у діяльності, збереження діючих клієнтів, забезпечення зростання якості кредитних послуг, залучення нових клієнтів, що позитивно впливатиме на обсяги кредитування. Поступово відбувається перехід банку док категорії Адаптивно-цифрових банків.	використання класичної моделі надання кредитних послуг через забезпечення конкурентоспроможності кредитних продуктів на основі застосування традиційних підходів: зменшення відсоткової ставки, умов, термінів, використання репутації тощо	не використовувати потенціал цифрових технологій і надалі, втратити частину клієнтів через зміну їхніх вимог до отримання кредитних послуг, поступово втрачати окремі наявні конкурентні переваги і перейти в позицію банків-Аутсайдерів

Закінчення таблиця 3.11

1	2	3	4
Група 5	Зміна підходів до використання цифрових технологій у кредитній діяльності, що повинно забезпечити впровадження нових цифрових рішень формування конкурентних переваг на ринку споживчого кредитування, враховуючи високий рівень цифрового потенціалу. Поступовий перехід в групу банків Претендентів на лідерство	неефективний розвиток кредитної діяльності, надання кредитних послуг фінансового надійним клієнтами без перспектив розвитку цього напрямку діяльності для зростання доходів та прибутку банку	Погіршення рівня цифровізації через зменшення можливостей банку впроваджувати цифрові рішення, окупності вкладених інвестицій. Можливість переходу в групу банків Асиметрично-цифрових або Технологічно-неадаптованих банків
Група 6	активне використання цифрового потенціалу у всі операції, що пов'язані із наданням кредитної послуги, розробка нових цифрових кредитних продуктів, що в підсумку може забезпечити перехід у групу Адаптивно-цифрових або асиметрично-цифрових банківських установ	наявний рівень цифрового розвитку і надалі не буде активно використовуватися в кредитній діяльності банку, а лише фрагментарно, в окремих кредитних операціях, що не дозволить отримувати нові імпульси до розвитку, змінення конкурентних позицій	недостатнє ефективне використання цифрових технологій може призвести до переходу банку в групу Аутсайдерів, якщо наявний цифровий потенціал не буде поступово трансформуватися у реальні конкурентні переваги на ринку споживчого кредитування
Група 7	використання цифрових технологій сформує поступовий імпульс до цифрової інформації й поетапному переходу до категорії Технологічно-неадаптованих банків, що дозволить сформувати фундамент для поступового підвищення конкурентних позицій на ринку споживчого кредитування	проведення антикризових заходів, моніторингу стану цифровізації банківської установи, аналіз її місця на ринку споживчого кредитування, розробка цифрової стратегії щодо розвитку кредитної діяльності (якщо це відповідає положенням загальної корпоративної стратегії банку)	фрагментарність кредитної діяльності та втрата потенційного напрямку отримання доходів

Джерело: складено автором.

Компонент 6 – Визначення основних драйверів реалізації напрямів для забезпечення оптимістичного сценарію формування конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування з урахуванням потенційних загроз їх впровадження.

У таблиці 3.12 представлено сукупність основних драйверів, які були виокремлені та згруповані для банківських установ, якими притаманний різний рівень цифровізації діяльності та різні конкурентні позиції на ринку споживчого кредитування. Їх врахування є важливим для правильного вибору стратегії розвитку банку на такому ринку.

Таблиця 3.12

Напрями забезпечення реалізації оптимістичного сценарію формування конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування з урахуванням потенційних загроз їх впровадження

Група банків	Практичні рекомендації щодо впровадження	Конкурентні переваги	Недоліки та ризики впровадження
1	2	3	4
Лідери	<ul style="list-style-type: none"> – подальше інвестування в цифрові технології; – інтеграція з іншими фінансовими установами та суб'єктами господарювання для підвищення доступу до кредитних ресурсів; – розробка персоналізованих продуктів та нових каналів продажу; – забезпечення використання цифрових технологій у всіх сегментах ринку споживчого кредитування 	ТА↑	<ul style="list-style-type: none"> – зростання інвестицій; – підвищення рівня кібератак; – залежність від зовнішніх партнерів; – можливі проблеми в процесі впровадження нових цифрових рішень; – наявність регуляторних обмежень;
Претенденти на лідерство	<ul style="list-style-type: none"> – моніторинг ефективності використання цифрових рішень; – розробка нових цифрових проєктів для поглиблення цифровізації сфери кредитування; – залучення досвіду банків-лідерів; – врахування відгуків клієнтів, проведення опитувань; 	ТА↑ ОА↑ МА↑ РА↑	<ul style="list-style-type: none"> – неефективність використання інвестицій; – фрагментарність цифрових рішень; – неефективність проведення дослідження щодо потенціалу подальшого розвитку; – неможливість впроваджувати окремі технологічні рішення (наявність об'єктивних чинників, складність розвитку цифрової інфраструктури); – наявність регуляторних обмежень;

1	2	3	4
Адапти-вно-цифрові	<ul style="list-style-type: none"> – залучення досвідчених фахівців для реалізації нових цифрових рішень для трансформації сфери кредитування; – розвиток мобільного банкінгу; – поглиблення співпраці з іншими учасниками ринку цифрових технологій; 	ТА↑ МА↑ ОА↑	<ul style="list-style-type: none"> – складність імплементації нових технологій в уже діючу інформаційну систему банку; – виникнення кіберзагроз; – можливі збої нової системи та зниження рівня репутації банку; – негативна реакція клієнтів на сучасні технології та процедури; – недостатній рівень інтелектуального забезпечення; – дефіцит інвестиційних ресурсів для підтримки процесу подальшої цифрової трансформації;
Консерва-тивні	<ul style="list-style-type: none"> – цифровізація всього процесу кредитування через розробку єдиного цифрового проєкту з детальним описом необхідних змін; – використання готових цифрових рішень; – підвищення рівня цифрової грамотності працівників; – змінити підхід до побудови та функціонування системи ризик-менеджменту банку; – впровадження простих цифрових рішень; – впровадження пілотних цифрових проєктів, оцінка їхньої ефективності; 	ТА↑ ОА↑ HR↑	<ul style="list-style-type: none"> – недостатній досвід цифровізації; – можливі збої нової системи та зниження рівня репутації банку; – необхідність значних обсягів інвестування у цифрову інфраструктуру банку; – опір з боку працівників новим технологічним змінам; – втрата певних категорій клієнтів через складність використання нових цифрових продуктів; – необхідність внесення змін і організаційну структуру банку;
Асимет-рично-цифрові	<ul style="list-style-type: none"> – розробка конкретних цифрових кредитних продуктів з початку в окремих сегментах ринку; – розробка маркетингових компаній щодо продажу нових кредитних продуктів; – адаптація наявного цифрового потенціалу до особливостей кредитної діяльності; – оновлення підходів до перевірки конкурентоспроможності потенційних позичальників; 	МА↑ ОА↑ HR↑	<ul style="list-style-type: none"> – відсутність фахівців, які зможуть ефективно перетворити цифрові переваги в конкурентні позиції, враховуючи тенденції ринку; – розробка невдалих чи вже існуючих кредитних продуктів, які є неконкурентними; – погіршення фінансового стану через активний розвиток сфери кредитування; – зростання витрат на вивід кредитних продуктів на ринок, зменшення дохідності;
Техноло-гічно неадапто-вані	<ul style="list-style-type: none"> – формування сегмента на ринку для забезпечення формування власних конкурентних переваг; – удосконалення наявних кредитних продуктів за рахунок нетехнологічних параметрів (ціна, умови, вимоги до позичальників); – реалізація маркетингових компаній для продажу кредитних продуктів, формування позитивної репутації; 	МА↑ ТА↑ РА↑	<ul style="list-style-type: none"> – неправильна стратегія розвитку на ринку споживчого кредитування; – відсутність конкурентних кредитних продуктів; – недостатня швидкість цифрової трансформації для конкуренції на ринку за нових клієнтів; – зниження репутації через технологічне оновлення; – низька якість маркетингових компаній, непізнаванність бренду банку;

1	2	3	4
Аутсай-дери	<ul style="list-style-type: none"> – визначення ролі кредитної діяльності у стратегічному розвитку банку; – розробка цифрової стратегії банку, враховуючи елементи цифровізації сфери кредитування домогосподарств; – залучення готових цифрових рішень; – залучення досвідчених фахівців у сфері цифровізації фінансових установ; – розробка чіткої кредитної стратегії; – забезпечення зростання цифрової грамотності працівників 	TA↑ OA↑ FA↑	<ul style="list-style-type: none"> – відсутність необхідних обсягів інвестування; – складність із залученням професійних спеціалістів; – неправильні розрахунки окупності інвестицій в цифрові рішення у сфері кредитування; – помилки у цифрових проєктах при їх впровадженні; – складність здійснення організаційних змін; – протидія цифровим змінам всередині банківської установи; – відсутність мотивів у працівників підвищувати рівень власної цифрової грамотності та ін.

Джерело: складено автором

Компонент 7 – Вибір стратегічних векторів формування конкурентних переваг банківської установи на ринку споживчого кредитування з урахуванням потенціалу банку.

З урахуванням визначених на попередньому етапі сценаріїв розвитку та ідентифікованих драйверів формування конкурентних переваг доцільно окреслити можливі стратегічні підходи до їх реалізації банківськими установами на ринку споживчого кредитування. На наше переконання, варто виокремити чотири основних стратегій, впровадження яких дозволяє підвищити конкурентні позиції банківських установ на зазначеному ринку, забезпечити зростання якості кредитних послуг та використати наявні у них цифрові можливості або залучити сучасні інформаційні інновації до власної роботи. Серед таких стратегій визначено такі:

1) технологічна стратегія – стратегія, яку доцільно використовувати банківським установам, які вже займають провідні позиції на ринку і лише

через глибше застосування потенціалу цифровізації, віртуалізації власної діяльності мають змогу забезпечити подальший динамічний розвиток кредитної діяльності;

2) адаптивна стратегія – стратегія, яку доцільно використовувати банківським установам, що мають значний потенціал цифровізації, реальні позитивні результати цифрової трансформації, але вони не використовуються належним, ефективним чином саме в кредитній діяльності. Саме їхнє застосування дозволить посилити конкурентні позиції банку, залучити вже наявний досвід цифровізації бізнес-процесів;

3) стратегія цифрового розвитку – стратегія, яку доцільно використовувати банкам, які займають високі конкурентні позиції на ринку споживчого кредитування, проте це відбувається насамперед за рахунок традиційних інструментів (відсоткові ставки, пільгові кредити, репутація, довіра та ін.), а не за рахунок активного використання цифрових технологій. Зазначеним банкам доцільно поступово впроваджувати такі технології у власну діяльність, оскільки рівень конкуренції на зазначеному ринку постійно зростає, а споживачі вимагають нової якості кредитних послуг.

4) трансформаційна стратегія – стратегія, яку доцільно використовувати банківським установам, які планують лише виходити на ринок споживчого кредитування з власними кредитними продуктами, посідають досить незначні позиції на такому ринку, не впроваджували цифрові технології в процес кредитування домогосподарств. Така ситуація може бути пов'язана з різними цілями корпоративної стратегії, які передусім фокусуються на розвитку інших типів активних операцій та напрямків діяльності банку. У таблиці 3.13 більш детально описано особливості кожної з окреслених стратегій.

Основні стратегії формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування з урахуванням їхнього рівня цифровізації

Назва стратегії	Для групи яких банків доцільно використовувати	Опис
Технологічна	AA AB BA BB	<ul style="list-style-type: none"> – фокус відбувається виключно на розробці нових інноваційних продуктів; – тотальне використання цифрових технологій у всіх бізнес-процесах та системі управління; – максимальна віртуалізація взаємодії з клієнтами; – безперервний процес власного удосконалення в усіх сегментах ринку споживчого кредитування; – максимальна автоматизація процесу кредитування домогосподарств; – розробка нових інноваційних рішень на основі технологій штучного інтелекту; – формування інноваційної культури; – формування єдиного цифрового простору банку та його активна підтримка;
Адаптивна	AC AD BC BD	<ul style="list-style-type: none"> – використання наявного цифрового потенціалу у сфері кредитування домогосподарств; – розробка нових цифрових проєктів щодо впровадження інформаційних інновацій у кредитний процес; – перегляд цифрової стратегії розвитку з детальним описом завдань щодо цифровізації кредитної діяльності банку; – використання цифрових технологій для покращення різних конкурентних переваг;
Цифрового розвитку	CA CB DA DB	<ul style="list-style-type: none"> – пошук напрямків забезпечення інноваційності кредитних послуг на основі використання цифрових технологій; – впровадження цифрових технологій в окремі операції, що супроводжують надання кредитної послуги; – побудова дієвих систем взаємодії з постійними клієнтами через використання цифрових технологій; – розширення каналів залучення клієнтів, зміна моделей взаємодії з ними;
Трансформаційна	CC CD DC DD	<ul style="list-style-type: none"> – формування нових стратегічних, тактичних цілей для виходу на ринок споживчого кредитування; – розробка дієвої цифрової стратегії банку; – поступова цифрова трансформація бізнес-моделі роботи банку; – інтеграція в цифровий простір, у якому функціонують інші учасники ринку споживчого кредитування; – перебудова структури банку з урахуванням поступової цифрової трансформації його діяльності.

Джерело: складено автором

Компонент 8 – Оцінка отриманих результатів щодо підвищення конкурентних позицій банку на ринку споживчого кредитування.

На цьому етапі відбувається оцінювання отриманих у результаті впровадження запропонованих заходів результатів підвищення рівня конкурентоспроможності банківської установи на ринку споживчого кредитування. Загалом це доцільно робити через повторну оцінку рівня цифрової зрілості банківської установи та відповідно визначення оцінки конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування. Таким чином можемо записати:

$$\Delta IDT_b = IDT_b^{t+1} - IDT_b^t, \quad (3.6)$$

де ΔIDT_b – зміна показника цифрової зрілості банківської установи за період $t + 1$.

$$\Delta I_{CAB} = I_{CAB}^{t+1} - I_{CAB}^t, \quad (3.7)$$

де ΔI_{CAB} – зміна показника конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування за період $t + 1$.

Для більш детального аналізу зміни структури показника конкурентних переваг банку на ринку споживчого кредитування доцільно побудувати табл. 3.14.

Таким чином, визначивши зміну показника ΔI_{CAB} можемо трактувати отримані дані таким чином:

$$\begin{cases} \Delta I_{CAB} \geq 1 - \text{відбулося покращення конкурентних позицій банку,} \\ \Delta I_{CAB} = 0 - \text{зміни не відбулися;} \\ \Delta I_{CAB} \leq -1 - \text{відбулося погіршення конкурентних позицій банку.} \end{cases}$$

*Результати аналізу зміни показників окремих компонентів індексу
компонентних переваг банківської установи на ринку споживчого
кредитування*

Назва показника	Стан в момент t	Стан в момент $t+1$	Абсолютна зміна	Відносна зміна
РА	PA^t	PA^{t+1}	$\Delta PA = PA^{t+1} - PA^t$	$\frac{PA^{t+1} - PA^t}{PA^t}$
РА	RA^t	RA^{t+1}	$\Delta RA = RA^{t+1} - RA^t$	$\frac{RA^{t+1} - RA^t}{RA^t}$
ТА	TA	TA^{t+1}	$\Delta TA = TA^{t+1} - TA^t$	$\frac{TA^{t+1} - TA^t}{TA^t}$
ОА	OA^t	OA^{t+1}	$\Delta OA = OA^{t+1} - OA^t$	$\frac{OA^{t+1} - OA^t}{OA^t}$
FA	FA^t	FA^{t+1}	$\Delta FA = FA^{t+1} - FA^t$	$\frac{FA^{t+1} - FA^t}{FA^t}$
МА	MA^t	MA^{t+1}	$\Delta MA = MA^{t+1} - MA^t$	$\frac{MA^{t+1} - MA^t}{MA^t}$
HR	HR^t	HR^{t+1}	$\Delta HR = HR^{t+1} - HR^t$	$\frac{HR^{t+1} - HR^t}{HR^t}$
I_{CAB}	I_{CAB}^t	I_{CAB}^{t+1}	$\Delta I_{CAB} = I_{CAB}^{t+1} - I_{CAB}^t$	$\frac{I_{CAB}^{t+1} - I_{CAB}^t}{I_{CAB}^t}$

Джерело: складено автором.

Отже, використовуючи окреслений вище підхід, можливо оцінити результати зміни конкурентної позиції банківської установи на ринку споживчого кредитування через використання потенціалу цифрових технологій для посилення окремих з видів його конкурентних переваг.

Висновки до розділу 3

1. Поглиблено наукові підходи до опису механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації, що реалізовано через детальний опис моделі механізму конкурентоспроможності банківської установи, визначення особливостей впливу цифрових технологій на окремі складові системи банківського менеджменту, операційні процеси банку, виокремлення принципів окресленого механізму (інклюзії, аналітичності, омнікальності, екосистемності, клієнтоцентричності, прозорості, персоналізації, ризик-орієнтованості, технологічної інноваційності, алгоритмізації та раціональності). Це дало можливість виокремити основні ризики цифровізації банківських установ у сфері надання споживчих кредитів, серед яких виокремлено такі: інформаційні, технологічні, економічні, кредитні, інституційні та репутаційні;

2. Проведено детальний аналіз сучасних цифрових технологій, які вже використовуються банківськими установами у кредитній діяльності, серед яких виокремлено такі: технології верифікації та ідентифікації клієнтів, Big Data, штучний інтелект, open banking, хмарні технології, технології цифрового маркетингу, blockchain. Це дозволило проаналізувати сутність таких технологій, визначити особливості та потенціал застосування в процесі надання позик домогосподарствам.

3. Визначено практичні рекомендації формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки (продуктові, маркетингові, технологічні, організаційні, кадрові, репутаційні, фінансові), що здійснено через аналіз основних напрямків світового розвитку такого ринку, аналізу базових викликів для стабільного функціонування комерційних банків в Україні (воєнна економіка, адаптація та відновлення, нестабільність, цифровізація, високий рівень конкуренції, інтеграція до ЄС). Це дозволило обґрунтувати модель формування конкурентних переваг банківських установ на окресленому ринку.

4. Розроблено алгоритм формування конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, в межах якого виокремлено основні етапи визначення та формування таких переваг, а саме: діагностичний, стратегічний, тактичний, оперативний, аналітичний, системної імплементації, моніторингу та контролю, що дало можливість чітко обґрунтувати процес створення конкурентних переваг банків у сфері споживчого кредитування, визначити послідовність дій їхнього формування з урахуванням внутрішнього потенціалу банку та наявних зовнішніх загроз.

5. На основі використання матричного підходу до конкретизації сформованої позиції банківської установ на ринку споживчого кредитування, що запропоновано здійснювати через обчислення двох ключових показників: індексу цифрової зрілості банку та визначення оцінки його наявних конкурентних переваг на такому ринку, виокремлено шістнадцять типів таких позицій. Це у подальшому дозволило виокремити сім груп банківських установ, для яких виокремлено спільні характерні риси їхньої поведінки на такому ринку: лідери, претенденти на лідерство, адаптивно-цифрові, консервативні, асиметрично-цифрові, технологічно неадаптовані, аутсайдери.

6. Обґрунтовано основні сценарії формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації (оптимістичний, стабілізації, песимістичний), які були розроблені для сім груп банківських установ, що були ідентифіковані через аналіз індексу їхньої цифрової зрілості та оцінки формування окреслених переваг. Це дало можливість у подальшому розробити напрямки стимулювання діяльності таких груп банків для реалізації оптимістичного сценарії та описати можливі сценарії забезпечення підвищення рівня конкурентоспроможності на ринку споживчого кредитування з урахування сучасних викликів (технологічна, адаптивна, цифрового розвитку, трансформаційна).

Основні результати дослідження опубліковані в таких наукових роботах [140; 141; 174; 197].

ВИСНОВКИ

1. Розглянуто сутність ринку споживчого кредитування, що здійснено через визначення та обґрунтування основних підходів до розуміння його змісту. Серед таких підходів виокремлено наступні: системний, просторовий, сегментний, інституціональний та ресурсний. Це дало можливість обґрунтувати доцільність застосування системного підходу як базової концепції дослідження окресленого ринку та провести аналіз його структури, в рамках якої визначено наступні сегменти: ринок іпотечного кредитування, ринок автокредитування, ринок POS-кредитування, ринок нецільового споживчого кредитування (ринок карткового кредитування і ринок готівкового кредитування).

2. Досліджено та запропоновано авторський підхід до розуміння сутності категорії «конкурентна перевага банківської установи», що реалізовано через аналіз змісту дефініції «конкурентоспроможність банківської установи» та виокремлення наукових концепцій до розуміння її сутності. Конкурентну перевагу банківської установи запропоновано розглядати як наявність сукупності ресурсів, технологій, інновацій, системи управління, що формує стабільну основу для розвитку банківської установи, дозволяє отримувати доходи, більші за конкурентів у цій сфері, і забезпечує ефективну роботу такої установи в умовах дисипативності економічного середовища й постійних трансформаційних процесів на ринку фінансових послуг.

3. Систематизовано та класифіковано конкурентні переваги банківських установ на ринку споживчого кредитування, які розподілено за такими ознаками: за економічним змістом, за рівнем охоплення, за характером, за тривалістю формування, за можливістю адаптації, за тривалістю, за етапом взаємодії з банківською установою, за роллю розвитку кредитної діяльності банку, за впливом на рівень фінансового ринку, за рівнем інноваційності та за складністю формування. Це в подальшому дало можливість ідентифікувати конкретні види конкурентних переваг банківських установ, серед яких визначено такі: кадрові, маркетингові, фінансові, організаційні, технологічні, репутаційні та цінові. Такий розподіл конкурентних переваг у подальшому дозволив описати вплив цифрових

технологій на їхнє формування в межах банківських установ для забезпечення їхньої конкурентоспроможності на ринку споживчого кредитування.

4. Проведено аналіз сучасного стану розвитку банківського споживчого кредитування в Україні, що реалізовано через виокремлення та детальний аналіз основних етапів такого розвитку, дослідження сучасних тенденцій здійснення банківськими установами кредитування домогосподарств. Також використано результати PEST- та SWOT-аналізу для визначення базових загроз функціонуванню ринку банківського споживчого кредитування в Україні. Встановлено, що саме нестабільність, яка притаманна функціонуванню фінансової системи України, найбільш негативно впливає на розвиток сфери споживчого кредитування. У підсумку це дало можливість конкретизувати напрямки формування конкурентних переваг банківськими установами на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки.

5. Проаналізовано вплив макроекономічних чинників на розвиток банківського споживчого кредитування, що реалізовано на основі використання економетричного підходу до моделювання впливу наступних чинників на показник обсягу банківського споживчого кредитування: офіційний курс національної валюти до долара США, рівень інфляції, рівень середньої заробітної плати, значення процентних ставок за кредитами домогосподарств, облікова ставка НБУ та індекс фінансового стресу. Отримані результати засвідчують, що найбільш важливу роль серед зазначених показників у розвитку кредитування банківськими установами домогосподарств відіграє показник курсу гривні до долара США та рівень облікової ставки НБУ, що підтверджує їх визначальний вплив на динаміку розвитку зазначеного сегмента.

6. Визначено основні тенденції формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової трансформації, що було здійснено через аналіз напрямків світового розвитку такого ринку, базових викликів сучасного розвитку комерційних банків. Це дало можливість обґрунтувати модель формування зазначених переваг, описати її структуру та особливості використання в умовах цифрової економіки та фінансової нестабільності.

7. Поглиблено теоретико-прикладні положення функціонування та розвитку механізму формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифровізації. Систематизовано через опис моделі механізму конкурентоспроможності комерційного банку, аналіз особливостей впливу цифрових технологій на окремі складові системи банківського менеджменту, його операційні процеси. У подальшому результати проведеного аналізу були використані при визначенні основних ризиків цифровізації банківських установ у сфері надання споживчих кредитів, які були розподілені у наступні групи: інформаційні, технологічні, економічні, кредитні, інституційні та репутаційні. Обґрунтовано, що в сучасних умовах зміна підходів банківських установ до розробки фінансових продуктів, процесу надання фінансових послуг повинна здійснюватися з урахуванням наявних можливостей цифрових технологій, що прямо визначає якість таких послуг і, відповідно, конкурентоспроможність комерційних банків на ринку споживчого кредитування.

8. Обґрунтовано алгоритм формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, у межах якого виокремлено такі основні його етапи: діагностичний, стратегічний, тактичний, оперативний, аналітичний, системний, імплементації, моніторингу та контролю. Визначено, що використання такого алгоритму дає змогу чітко обґрунтувати процес створення окреслених переваг з урахуванням потенціалу використання цифрових технологій. Це у подальшому також дозволило виокремити окремі стратегії формування конкурентних переваг банків у сфері споживчого кредитування, що здійснено шляхом використання матричного підходу до обґрунтування конкурентних позицій банку та методології сценарного моделювання. Серед зазначених стратегій виокремлено такі: технологічна, адаптивна, цифрового розвитку, трансформаційна. Проаналізовано їхню сутність та доцільність використання комерційними банками з урахуванням рівня їхньої цифрової трансформації та позицій на ринку споживчого кредитування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аврамчук Л. А., Кіча А. О. Соціальне значення споживчого кредитування в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 38 (2). С. 74–77.
2. Агрес О. Г., Садура О. Б. Проблеми та перспективи розвитку фінансового ринку України. *Ефективна економіка*. 2025. № 10. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/7851>.
3. Азаренкова Г. М., Біломісна І. І., Сословський В. Г. Управління фінансовими ресурсами банку : монографія. Київ : УБС НБУ, 2012. 179 с.
4. Алексеєнко І., Геріч Д. Вплив цифровізація на управління конкурентоспроможністю банків України. *Економіка та суспільство*. 2024. № 67. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4832>.
5. Алескерова Ю. В., Дзюбенко А. Д. Особливості розвитку споживчого кредитування в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 27. С. 87–92. URL: https://bses.in.ua/journals/2018/27_2_2018/17.pdf.
6. Ампілогова К. О. Сучасні методи управління ризиками кредитування банками фізичних осіб. *Socioeconomic Problems of The Modern Period of Ukraine*. 2020. Вип. 4 (144). С. 33–39.
7. Аналіз та перспективи ринку кредитування фізичних осіб : огляд / Центр економічних досліджень та прогнозування «Фінансовий пульс». URL: <https://finpuls.com/ua/banking-reviews-news-analz-perspektivi-rinku-kredituvannya-fzichnih-osb.htm>.
8. Андрос С. В. Формування і реалізація стратегії кредитно-інвестиційної діяльності банків: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : ДВНЗ «УБС», 2015. 518 с.
9. Андрющенко І. С., Скидан В. Л. Цифрова трансформація банківського сектора України. *Бізнес Інформ*. 2023. № 12. С. 77–82. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-12-77-82>.

10. Базілінська О. Я. Теоретичні аспекти реалізації кредитних послуг в умовах розвитку цифрової економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2024. № 1(37). С. 240-249. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1\(37\)-240-249](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1(37)-240-249).

11. Базілінська О. Я., Панченко О. І. Іпотечне кредитування як складова економічного зростання. *Наукові записки НаУКМА*. 2020. Т. 5, Вип. 1. С. 3-9. URL: <http://spne.ukma.edu.ua/article/view/213108>.

12. Базові аспекти цифровізації та їх правове забезпечення : монографія / К. В. Єфремова та ін. ; за ред. К. В. Єфремової. Харків : НДІ прав. забезп. інновац. розвитку НАПрН України, 2021. 180 с. URL: <https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2021/Tsyfrovizatsiya21/Tsyfrovizatsiya21.pdf>.

13. Бакаладзе К. М. Якість послуг і банківського обслуговування в системі управління конкурентоспроможністю банків. *Бізнес Інформ*. 2013. № 5. С. 318–323.

14. Банківська справа: навчальний посібник / Т. Б. Стечишин, Б. Л. Луців. [2-ге вид. випр. і доповн.]. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. 404 с.

15. Білий М., Пентелейчук М. Конкурентоспроможність банківських установ: сутність та особливості формування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 3(43). С. 326–336. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3\(43\)-326-336](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3(43)-326-336).

16. Блащук-Дев'яткіна Н., Беднарчук В., Млінцова А. Споживче кредитування в Україні. *Молодий вчений*. 2020. № 4 (80). С. 282–285.

17. Богомолова В. Окремі історико-теоретичні аспекти розвитку он-лайн кредитування в Україні. *Юридичний вісник*. 2023. № 4. С. 153–160. DOI: <https://doi.org/10.32782/yuv.v4.2023.20>.

18. Болдуєв М. В., Болдуєва О. В., Лищенко О. Г. Фактори оцінювання міжнародної конкурентоспроможності банків. *Ефективна економіка*. 2024. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.6.3>.

19. Бондар О. П. Банківське споживче кредитування населення. *Науковий вісник: Фінанси банки, інвестиції*. 2009. № 4. С. 68-83.

20. Бондаренко Л., Яремкович М. Тенденції розвитку банківського кредитування в Україні в умовах економічної нестабільності. *Економіка та суспільство*. 2025. № 82. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-138>.

21. Бороденко Т., Буряченко А., Гапонюк М. Діяльність небанківських фінансових установ на ринку фінансових послуг. *Економіка і суспільство*. 2023. № 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-4>.

22. Бублик Л. Я. Організаційно-економічний механізм державного регулювання банківської кредитної діяльності на споживчому ринку України : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. Львів, 2018. 235 с. URL: https://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdily/Aspirantura/Rady/Spec_vchena_rada/Dysertacii/2018_10/Bybluk_Disert.pdf.

23. Бублик Л. Я. Сучасний стан споживчого ринку як передумова реалізації державної політики регулювання споживчого кредитування. *Економіка і держава*. 2017. № 12. С. 120–124.

24. Буднікевич І., Тафій Н. Використання технології PEST-аналізу при формуванні стратегій розвитку суб'єктів регіональних ринків (на прикладі ринку юридичних послуг). *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 5 (22). С. 225–235. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/295010172_VIKORISTANNA_TEHNOLOGII_PEST-](https://www.researchgate.net/publication/295010172_VIKORISTANNA_TEHNOLOGII_PEST-ANALIZU_PRI_FORMUVANNI_STRATEGIJ_ROZVITKU_SUB'EKTIV_REGI)

[ANALIZU_PRI_FORMUVANNI_STRATEGIJ_ROZVITKU_SUB'EKTIV_REGI](https://www.researchgate.net/publication/295010172_VIKORISTANNA_TEHNOLOGII_PEST-ANALIZU_PRI_FORMUVANNI_STRATEGIJ_ROZVITKU_SUB'EKTIV_REGI)
[ONALNIH_RINKIV_NA_PRIKLADI_RINKU_URIDICNIH_POSLUG_USING](https://www.researchgate.net/publication/295010172_VIKORISTANNA_TEHNOLOGII_PEST-ANALIZU_PRI_FORMUVANNI_STRATEGIJ_ROZVITKU_SUB'EKTIV_REGI)
[OF_TECHNOLOGY_OF_PEST-](https://www.researchgate.net/publication/295010172_VIKORISTANNA_TEHNOLOGII_PEST-ANALIZU_PRI_FORMUVANNI_STRATEGIJ_ROZVITKU_SUB'EKTIV_REGI)
[ANALYSIS_IS_FOR_FORMING_OF_STRATEGIES.](https://www.researchgate.net/publication/295010172_VIKORISTANNA_TEHNOLOGII_PEST-ANALIZU_PRI_FORMUVANNI_STRATEGIJ_ROZVITKU_SUB'EKTIV_REGI)

25. Василега В. Цифровізація як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства. *Економічний аналіз*. 2025. Том 35, № 2. С. 351-358. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2025.02.351>.

26. Вжешневська О. М. Поняття та ознаки цифровізації як правової категорії. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2023. № 6. С. 813–815. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-6/195>.

27. Вісягін О. Цифрова трансформація фінансового ринку: формування конкурентних переваг і управління новими ризиками. *Економіка та суспільство*. 2025. № 81. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-11>.

28. Вовк В. Я. Концептуальні засади організації стратегічного управління конкурентоспроможністю банку. *Бізнес Інформ*. 2012. № 9. С. 237–241. URL: https://business-inform.net/export_pdf/business-inform-2012-9_0-pages-237_240.pdf.

29. Вовк В. Я. Сутність та зміст конкурентоспроможності банку. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2011. Спецвипуск 33. Ч. 2. С. 23–28.

30. Вовчак О. Д., Антонюк О. І. Споживче кредитування в Україні: сучасний стан та тенденції розвитку в умовах фінансово-економічної нестабільності. *Європейські перспективи*. 2016. № 2. С. 148–157.

31. Вовчак О., Халло В. Сутність та особливості банківської конкуренції. *Світ фінансів*. 2008. № 4. С. 86–92.

32. Волкова Н. І., Статкевич Г. В. Розвиток споживчого кредитування в кризових умовах. *Економіка та держава*. 2021. № 11. С. 106–111.

33. Гаврилко Т. О. Споживче кредитування в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 5. С. 110–116.

34. Георгієв В. А. Економічний сценарій як інструмент управління підприємством. *Академічний огляд*. 2011. № 1 (34). С. 89–95. URL: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2011/1/14.pdf>.

35. Гернего Ю. О. «Кредит» у контексті класичних теорій та економічної думки сучасності. *Фінанси, облік і аудит* : зб. наук. праць. 2013. Вип. 1 (21). С. 29–40.

36. Геселева Н. В., Мельник Н. В., Клименко Ю. І. Фінансова стабільність та стійкість банківських установ в сучасних умовах. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки*. 2015. № 2 (85). С. 26–32. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/348/1/V85_P022-027.pdf.

37. Гладинець Н. Ю., Петрина В. В. Конкурентоспроможність комерційного банку: теоретичні аспекти та підходи до визначення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 4. С. 814–818.
38. Гладких Д. М. Пріоритети активізації банківського кредитування в Україні. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-08/bankivske-kredytuvannya-1_0.pdf.
39. Глінський Є. Г. Методичні засади визначення цільового рівня конкурентоспроможності банківських продуктів. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. № 4. С. 221–228.
40. Глущенко С. В., Івахненко С. В., Демків С. А. Банківське кредитування в Україні та його моделювання методами системної динаміки. *Економіка і прогнозування*. 2021. № 2. С. 101-127. URL: http://eip.org.ua/docs/EP_21_2_101_uk.pdf.
41. Григораш О., Волошин І. Тенденції розвитку фінансових технологій під впливом пандемії та війни. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-72>.
42. Гринчишин Я. М. Стратегічні напрями розвитку ринку фінансових послуг в Україні. *Фінансовий простір*. 2023. № 3 (51). С. 37-46. DOI: [https://doi.org/10.30970/fp.3\(51\).2023.374849](https://doi.org/10.30970/fp.3(51).2023.374849).
43. Гудзь Ю., Карпенко В. PEST-аналіз в системі маркетингового аналізу аграрних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2023. № 3. С. 260-264. URL: <https://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/07/2023-318-40.pdf>.
44. Давидова О. Ю. Сценарне моделювання – оптимальний підхід до планування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. Вип. 2. С. 493–498. URL: <http://global-national.in.ua/archive/2-2014/99.pdf>.
45. Демчишак Н., Глутковський М. Розвиток цифрової економіки в Україні: концептуальні основи, пріоритети та роль інновацій. *Інноваційна економіка*. 2020. № 5-6. С. 43-48. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2020.5-6.6>.

46. Демчишак Н., Лоїк Р., Лоїк А. Розвиток цифрових технологій у банківській системі України: інновації в кредитуванні, ризики та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-2>.

47. Деркач Ю. Б., Заєць Д. В. Банківське споживче кредитування: тенденції розвитку в умовах воєнного стану. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2025. № 4 (329). С. 46–54. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2025-4-329-46-54>.

48. Дехтяр Н. А., Мезинко В. А. Споживче кредитування в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Проблеми та перспективи розвитку фінансово-кредитної системи* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Суми, 19–20 листоп. 2020 р.). Суми : Сумський державний університет, 2020. С. 41–44.

49. Дзюблюк О. Розвиток банківського сектору в умовах деформації світового фінансового простору. *Вісник НБУ*. 2011. № 10. С. 76–84.

50. Добрик Л. О., Кононов А. В., Гагіна Є. В. Актуальні аспекти споживчого кредитування в Україні. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. С. 21–25.

51. Доценко І. О. Сучасні тенденції розвитку банківського споживчого кредитування в Україні. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 792–798. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/113.pdf.

52. Дубина М. В. Наукові підходи до систематизації та класифікації кредитів. *Фінансові дослідження*. 2017. № 2 (2). С. 12–20.

53. Дубина М. В. Роль кредитної системи у забезпеченні фінансової безпеки держави. *Стратегія та механізми забезпечення фінансово-економічної безпеки* : кол. моногр. / за заг. ред. В. П. Ільчука. Чернігів : ЧНТУ, 2017. С. 39–59.

54. Дубина М. В., Разгуліна Н. О. Теоретичні аспекти функціонування системи банківського іпотечного кредитування фізичних осіб. *Проблеми перспективи економіки та управління*. 2018. № 4 (16). С. 176–187.

55. Дубина М. В., Холявко Н. І., Попело О. В. Сутність та основні риси незабезпеченого споживчого кредитування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 3 (27). С. 165–175.

56. Дубина М. В., Холявко Н. І., Попело О. В. Цифровізації ринку фінансових послуг: переваги та ризики для домогосподарств. *Науковий вісник Полісся*. 2022. № 2 (25). С. 160–177.

57. Дуброва Н. Р., Лепеха А. В. Теоретичні аспекти споживчого та іпотечного кредитування. *Молодий вчений*. 2017. № 1 (41). С. 582–585.

58. Дудинець Л. А. Вплив проблемних активів на стабільність функціонування банківських установ. *Регіональна економіка*. 2011. № 2. С. 115–121. URL: https://re.gov.ua/re201102/re201102_115_DudynetsLA.pdf.

59. Дудинець Л. А., Черниж В. І. Розвиток споживчого банківського кредитування в Україні. *Розвиток банківських систем світу в умовах глобалізації фінансових ринків*. 2022. № 16. С. 106–108. URL: <https://cutt.ly/8wAUWlvz>.

60. Єгоричева С. Б., Вертебний І. В. Вплив використання кредитних послуг на фінансову безпеку домогосподарств в Україні. *Вісник Університету банківської справи*. 2021. № 3 (42). С. 67–74. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/item/11437>.

61. Єсіна О. Г. Розвиток цифрових фінансових технологій у банківському секторі. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: Економіка та управління*. 2023. № 7. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-7-08-01>.

62. Жаворонок А. В. Розвиток кредитного ринку в умовах воєнної економіки. *Сучасні стратегії адаптації та розвитку в умовах турбулентності та гібридних війн*: колективна монографія / за ред. д-ра наук з держ. упр., проф. Т.Л. Шестаковської. Чернігів. 2026. С. 183–207. URL: <https://repository.uft.in.ua/index.php/omp/catalog/view/154/159/514>.

63. Жаворонок А. В. Концептуальні засади обґрунтування сутності кредитного ринку. *Науковий вісник Полісся*. 2021. № 1 (22). С. 127–140. [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2021-1\(22\)-127-140](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2021-1(22)-127-140) Федішин М.П.,

Жаворонок А.В., Абрамова А.С. Основні тенденції ринку банківських послуг: кредитний та депозитний акцент. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 4 (20). С. 412-425. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-4\(20\)-412-425](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2019-4(20)-412-425).

64. Жаворонок А. В. Проблеми вдосконалення механізму банківського кредитування як засобу стимулювання розвитку ринку кредитних послуг в Україні. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1 (38). С. 196-201. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1\(38\).196-201](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1(38).196-201).

65. Жаворонок А. В. Розвиток ринку кредитних послуг в умовах циклічної макроекономічної нестабільності. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. № 11-12 (300-301). С. 35-40. <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-35-40>.

66. Жаворонок А. В., Колотило Л. Л. Розвиток комерційних банків в умовах становлення цифрової економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 3(43). С. 337-346. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3\(43\)-337-346](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3(43)-337-346).

67. Жаворонок А. Тенденції розвитку ринку кредитних послуг в Україні. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: ТНТУ, 2020. Том 63. № 2. С. 145-155. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.145.

68. Жаворонок А.В. Вплив ринку кредитних послуг на розвиток національної економіки. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2025. Вип. 6(21). С. 362-368. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.21-53>.

69. Жаворонок А.В. Теоретичні аспекти визначення впливу ринку кредитних послуг на стабільність банківської системи. *Scientific Journal «Economic Synergy»*. 2022. Issue 4. P. 154-165. <https://doi.org/10.53920/ES-2022-4-12>.

70. Жаворонок А.В., Крохмалюк Л.В., Островський В. П. Роль цифрових технологій у підвищенні ефективності банківського кредитування реального сектору національної економіки. *Via Economica*. 2026. Вип. 12. С. 13-20. <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2026-12-2>.

71. Жежерун Ю. В. Банківське кредитування фізичних осіб в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Фінансовий простір*. 2019. № 2 (34). С. 41–50.

72. Забаштанський М. М., Євтушенко Ю. В. Розвиток житлового будівництва на основі активізації банківського кредитування домогосподарств *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-69>.

73. Забаштанський М. М., Євтушенко Ю. В. Роль кредитно-інвестиційних інститутів у активізації розвитку підприємств житлового будівництва. *Трансформаційна економіка*. 2023. № 5 (05). DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-5-7>.

74. Забаштанський М. М., Забаштанська Т. В. Роль цифрової трансформації ринку кредитних послуг в інноваційному розвитку національної економіки. *Бізнес Інформ*. 2023. № 12. С. 330-335. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-12-330-335>.

75. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Банківська справа: термінологічний словник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. 508 с.

76. Заруба Ю. О. Конкурентоспроможність комерційного банку. *Фінанси України*. 2001. № 2. С. 119–124.

77. Звіт про фінансову стабільність за 2023 рік : звіт Нац. банку України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/FSR_2023-H2.pdf?v=4.

78. Звіт про фінансову стабільність червень 2023 року : пресреліз Нац. банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zvitpro-finansovu-stabilnist-cherven-2023-roku>.

79. Золотарьова О. В., Гура С. О. Конкурентоспроможність банку: зміст, фактори впливу та перспективні методи оцінювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 3. С. 34–37.

80. Зянько В., Нечипоренко Т. Цифрова трансформація банківського сектору: сучасні тренди та вектори розвитку. *Innovation and Sustainability*. 2024. № 4. С. 6–21. DOI: <https://doi.org/10.31649/ins.2024.4.6.21>.

81. Іващенко А. Г., Городецька Т. Б., Мелешкевич С. О. Огляд сучасного стану споживчого кредитування у комерційних банках України та його організаційно-економічне забезпечення. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 12. С. 22–28. URL: <https://elar.navs.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d62566cd-967b-4856-9dbb-def6e37f1b4a/content>.

82. Іващенко А. І., Гонта О. І. Розвиток інновацій на ринку кредитних послуг України в системі національної економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2023. № 4 (36). С. 207–224. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/299199>.

83. Кадирус І. Конкурентоспроможність банківських продуктів і послуг та її визначення. *Аграрна наука XXI століття: реалії та перспективи* : тези доп. наук.-практ. конф. (Дніпро, 23–25 берез. 2021 р.). Дніпро : Стандарт, 2021. С. 106–107.

84. Каленюк І., Антонюк Л., Куклін О., Цимбал Л., Циркун О. Моделювання впливу інтелектуалізації на економічне зростання в Україні. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2022. № 4 (45). С. 175–190. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.45.2022.3834>.

85. Карбівничий І. В. Механізм формування та реалізації кредитної політики банку : автореф. дис. ... канд. екон. наук / ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми, 2011. 24 с. URL: https://biem.sumdu.edu.ua/images/stories/sc_autoref/2011/2011_01_ken.pdf.

86. Карнаушенко А. С., Ковальчук А. Т. Основні відмінності між спільними підприємствами та іншими формами міжнародних партнерських відносин. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 1 (44). С. 101.

87. Кириленко С. В. Формування клієнтоорієнтованої моделі продажу банківських послуг : дис. ... канд. екон. наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Тернопільський національний економічний університет МОН України, Тернопіль, 2019. 263 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/36958/1/disertacja_kirilenko-s_v__na-sajt.pdf.

88. Кльоба Л. Г. Цифровізація – інноваційний напрям розвитку банків. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.12.84>.

89. Клюско Л. А. Забезпечення конкурентоспроможності банківських установ. *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2012. Вип. 35. С. 136–144. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/dda5b835-55df-4bef-9c8e-77dbb8fa2c47/content>.

90. Ключка О. Активізація ринку банківського кредитування в Україні для підтримки стратегічних галузей економіки в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2025. № 76. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-96>.

91. Ключка О. В., Глінський Д. Г. Вплив цифровізації на ефективність банківської діяльності. *Актуальні проблеми економіки*. 2024. № 3 (273). С. 128–134. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2024/03/3.24._topic-_Olga-V.-Kliuchka-Dmytro-G.-Glinskyi-128-134.pdf.

92. Коваленко В. В. Цифрова трансформація банківського сектору економіки України. *Фінанси України*. 2021. № 3. С. 84-98. DOI: <https://doi.org/10.33763/finukr2021.03.084>.

93. Коваленко В. В., Радова Н. В. Банківський кредит у формуванні фінансово-інвестиційного механізму розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. *Економіка та суспільство*. 2020. Вип. 22. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-3>.

94. Ковальчук С. В. Застосування сценарного підходу до впровадження маркетингових стратегій управління персоналом у діяльність машинобудівних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 6, т. 1. С. 7–16. URL: https://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017_6_1/jrn/pdf/3.pdf.

95. Козлов В., Сидоренко І. Напрямки модернізації продуктів кредитування фізичних осіб. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-13>.

96. Корнівська В. О. Цифровий банкінг: ризики фінансової дигіталізації. *Проблеми економіки*. 2017. № 3. С. 254–261. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-3_0-pages-254_261.pdf.

97. Костюк В. А., Скоринська М. О. Розвиток споживчого кредитування в банківській сфері України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 547–552. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/91.pdf.

98. Кохан І. В., Криховецька З. М., Копчук А. Ю. Стратегічне управління цифровою трансформацією банківських установ. *Наукові інновації та передові технології*. 2026. № 2(54). С. 3603-3615. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-2\(54\)-3603-3615](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-2(54)-3603-3615).

99. Кредити, надані фізичним особам, в т. ч. ФОП (2019–2023) : стат. дані Нац. банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>.

100. Криховецька З. М., Кохан І. В., Солоджук Т. В. Ринок іпотечного кредитування в умовах війни як елемент економічної безпеки банківської системи. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2024. Вип 2 (20). С. 301-316. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.20.301-316>.

101. Криховецька З. М., Кропельницька С. О., Кохан І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку банківського споживчого кредитування в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 14. С. 67–73. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.14.67>.

102. Крухмаль О. В., Барановська О. А. Конкурентоспроможність банку та банківського продукту: фактори впливу та оцінка. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. С. 83–89. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3023>.

103. Кужелєв М. О., Нечипоренко А. В. Вплив ринку фінтех на трансформацію фінансових послуг в Україні: структурні зрушення та розвиток в умовах воєнної економіки. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2026. № 1(19). С. 136-147.

104. Кужелєв М. О., Нечипоренко А. В. Розвиток ринку споживчого кредитування в умовах воєнного стану. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2024. № 2(14). С. 156-165. DOI: <http://doi.org/10.32750/2024-0216>.

105. Кужелєв М. Цифровізація як чинник формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування України. *Науковий вісник Полісся*. 2025. № 2(31). С. 445–457. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-2\(31\)-445-457](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2025-2(31)-445-457).

106. Кузьмін О., Чернобай Л., Романко О. Методи аналізування конкурентоспроможності підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2011. Вип. 21/10. С. 159–166.

107. Кучер Н. О. Теоретичні основи та оцінка споживчого кредитування в банках України. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2022. № 2.14. С. 226–231.

108. Лавренюк В. В. Системний ризик на ринку кредитних послуг України в умовах макрофінансової нестабільності. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 1 (41). С. 465–480. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1\(41\)-465-480](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1(41)-465-480).

109. Лагутін В. Д. Кредитування: теорія і практика : навч. посіб. 3-тє вид. Київ : Знання, 2002. 215 с.

110. Лагутін В. Д. Кредитування: теорія і практика : навч. посіб. 4-те вид., стер. Київ : Знання, 2004. 215 с.

111. Ланде Д. В., Бойченко А. В. Організація аналітичної діяльності на основі сценарного підходу. *Реєстрація, зберігання і обробка даних*. 2015. Т. 17, № 1. С. 68–76. URL: <https://nasplib.isofts.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/499f1dfa-91ee-44cd-8486-e36da96666f1/content>.

112. Левицька А. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Механізм регулювання економік*. 2013. № 4. С. 155–163.

113. Лобко О. М., Білий М. М. Стратегічні аспекти забезпечення цифрової трансформації системи кредитного менеджменту банку. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2024. № 11 (324). С. 40–48. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-11-324-40-48>.
114. Луців Б. Банківський маркетинг в умовах цифрової глобалізації. *Світ фінансів*. 2020. Вип. 1. С. 20–32.
115. Любіч О. О., Дроб'язко А. О. Макроекономічні аспекти фінансової стабільності України. *Фінанси України*. 2020. № 1. С. 8–25.
116. Маринчак Л. Р. Конкурентоспроможність банківської установи та її складові в сучасних реаліях. *Науковий вісник ІФНТУНГ. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*. 2024. № 1 (29). С. 137–143. URL: <https://eung.nung.edu.ua/index.php/ecom/article/view/638/424>.
117. Матвеєнко В. К. Фінансова глобалізація і її вплив на банківську систему України. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 1 (44). С. 331–336. URL: http://vsed.oneu.edu.ua/files/full/1_44_2012/331-336.pdf.
118. Мірошніченко О. В. Забезпечення конкурентоспроможності банку : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Суми, 2011. 260 с.
119. Мірошніченко О. В. Методичні засади оцінки конкурентоспроможності банку з урахуванням взаємозв'язку факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. *Вісник УАБС*. 2010. № 2. С. 99–107.
120. Міщенко В. І., Слав'янська Н. Г., Коренева О. Г. Банківські операції : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2007. 796 с. 30
121. Момот О. М. Модель управління конкурентоспроможністю банківської установи. *Вісник Університету банківської справи*. 2018. № 2 (32). С. 52–55. URL: <https://ser.net.ua/index.php/SER/article/view/35/37>. 130
122. Момот О. М., Брітченко І. Г. Інтегровані банківські послуги та конкурентоспроможність банківської системи. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 315 с.
123. Мороз С. В., Мейш В. О. Основні аспекти кредитування на сучасному етапі. *Економічні науки*. 2020. № 5. С. 116–125.

124. Моташко Т. П., Перхайло С. П. Банківське споживче кредитування в Україні в умовах війни: сучасні тренди та ризики контрагентів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 6. С. 98–105. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.6.176>.
125. Мочерний С. В., Тришак Л. С. Банківська система України. Львів : Тріада плюс, 2004. 304 с.
126. Мурашківська І., Барилко А. Теоретичні положення здійснення банківського кредитування домогосподарств. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2024. № 4(36). С. 325–337. (1,5 д.а.). DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-4\(36\)-325-337](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-4(36)-325-337).
127. Національний банк створює передумови для відповідального кредитування та ефективного регулювання на ринку небанківських фінансових послуг. *Національний банк України*. 1 трав. 2023. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-stvoryuye-peredumovi-dlya-vidpovidalnogo-kredituvannya-ta-efektivnogo-regulyuvannya-na-rinku-nebankivskih-finansovih-poslug>.
128. Неізнана О. В., Гетьманенко А. А. Оцінка та практичні рекомендації щодо забезпечення конкурентоспроможності українських банків в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2012. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1659>.
129. Нікольчук Ю. Перспективи розвитку споживчого кредитування в Україні в сучасних умовах. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. № 2. С. 115–120. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-15>.
130. Нянько Л. Ю., Довбуш А. В. Розвиток банківських послуг в умовах цифровізації: виклики, тенденції та перспективи. *Інноваційна економіка*. 2025. № 1(101). С. 109–119. URL: <https://inneco.org/index.php/innecoua/article/view/1443/1680>.
131. Олійник А. В., Воловник І. В. Проблемні кредити та їх вплив на платоспроможність банків в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. № 6. С. 300–307. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/6_ukr/51.pdf.

132. Онищенко Ю. І., Борисевич В. С. Етапи трансформації банківської системи України. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 805-812. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/135.pdf.

133. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://stat.gov.ua>.

134. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua>.

135. Охрименко І. Б. Необхідність та напрями удосконалення регулювання споживчого кредиту в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. № 16 (ч. 2). С. 46–50. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/16_2_2017ua/12.pdf.

136. Охрименко І. Б. Споживчий кредит в Україні: реалії та перспективи розвитку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана. Київ, 2015. 21 с. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b43ba99a-8edc-4a7f-9a1e-be1179932046/content>

137. Палеха В. О. До питання розуміння цифрової трансформації держави. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2025. Вип. 5, ч. 1. С. 43–47. DOI: <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.05.1.7>.

138. Пась Я. І. Управління розвитком банківського бізнесу в Україні : дис. ... канд. екон. наук за спеціальністю 08.00.08 гроші, фінанси і кредит / Львівський національний університет імені Івана Франка Міністерства освіти і науки. Львів, 2022. 293 с. URL: <https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/Dysertatsiia-Upravlinnia-rozvytkom-bankivskoho-biznesu-2.pdf>.

139. Пентелейчук В. Г., Дубина М. В., Мурашківська В. П. Економіко-математичне моделювання розвитку банківського споживчого кредитування в Україні в умовах фінансової нестабільності. *Успіхи та досягнення в науці*. 2026. № 1(23). С. 1566-1583.

140. Пентелейчук М. Г. Роль цифрових технологій у розвитку банківського споживчого кредитування. *Стратегія розвитку України : фінансово-економічний та гуманітарний аспекти (в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення)* : матер. XII Міжнар. наук.-практ. конф. : у 2-х ч. Ч. 1. Київ : Інтерсервіс, 2025. С. 354-356.

141. Пентелейчук М. Г. Роль цифрових технологій у формуванні конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування. *Успіхи і досягнення у науці*. 2025. № 9(19). С. 1058–1068. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/29352/29303>.

142. Пентелейчук М. Г. Соціогуманітарний аспект розвитку споживчого кредитування в новітній Україні. *Юність науки – 2024* : збірник тез доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 24-26 квітня 2024 р.). Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. С. 657-658.

143. Пентелейчук М. Г. Теоретичні положення розвитку споживчого кредитування в Україні. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін* : збірник наукових праць VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції. (30 жовтня 2025 р., м. Полтава) / Полтавський державний аграрний університет. Полтава : ПДАУ, 2025. Т. 1. С. 544-545.

144. Перепелиця А. Шляхи мінімізації ризиків в банківському споживчому кредитуванні. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/50686/2/ICMNC_2025_Perepelitsia_A-Shliakhy_minimizatsii_74-76.pdf.

145. Петровський О. В. Розвиток споживчого кредитування в Україні в умовах фінансової нестабільності : дис. ... д-ра філос. : 072 / Національний університет «Києво-Могилянська академія». Київ, 2025. 229 с. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d7fd7595-fd69-4490-b78a-85269a37b4d6/content>.

146. Петровський О. В. Розвиток споживчого кредитування в Україні: аналіз за допомогою методології системної динаміки. *Проблеми економіки*. 2023. № 4 (58). С. 182–190. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-4-182-190>.
147. Побережна З. М. Діагностика макроекономічних чинників впливу на авіаційну галузь за методикою PEST-аналізу. *Інтелект XXI*. 2020. № 3. С. 80–85. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-3.16>.
148. Погребняк В. Я. Визначення поняття споживчого кредиту. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2015. № 16. С. 37–39.
149. Попело О. В., Тарасенко А. В. Розвиток цифрових інновацій на ринку кредитних послуг України. *Бізнес Інформ*. 2023. № 3. С. 108–114. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-3-108-114>.
150. Попело О. В., Холявко Н. І., Тарасенко А. В. Світові тенденції диджиталізації ринку фінансових послуг. *Бізнес Інформ*. 2022. № 4. С. 58–64. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-4-58-64>.
151. Попело О., Федішин М. Оцінка ризиків фінансової стійкості банківської галузі в умовах тривалих викликів. *Економіка та суспільство*. 2024. № 68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-183>.
152. Поцелуйко І. В. Розвиток ринку кредитних послуг України в умовах фінансової нестабільності : дис. ... д-ра філос. : 072 / Національний університет «Чернігівська політехніка». Чернігів, 2025. 224 с. URL: <https://stu.cn.ua/wp-content/uploads/2025/05/poczelujko.dysertacziya-1.pdf>.
153. Приказюк Н. В., Мирончук А. М. Регулювання банківської діяльності в Україні у кризові періоди. *Бізнес-навігатор*. 2024. Вип. 2 (75). С. 174-183. DOI: <https://doi.org/10.32782/business-navigator.75-30>.
154. Приказюк Н., Погибіль А. Оцінка фінансової стабільності банківської системи України на основі комплексного індикатора та таксономічного показника з урахуванням FSI. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2022. № 2(219). С. 25-33. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2022/219-2/4>.

155. Прилуцький А. М., Пахалюк Л. В. Споживче кредитування в Україні та його особливості. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. С. 1–7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/92.pdf.
156. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 7 груд. 2000 р. № 2121-III. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
157. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 трав. 1991 р. № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
158. Про споживче кредитування : Закон України від 15 листоп. 2016 р. № 1734-VIII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1734-19>.
159. Прокопенко Ж. В. Господарська діяльність небанківських фінансових установ як інституцій фінансового ринку та основа економічного зростання країни. *Ефективна економіка*. 2016. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5121>.
160. Просяник І. В. Кредитування фізичних осіб та його особливості в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. № 2. С. 594–598.
161. Радова Н. В. Передумови забезпечення конкурентоспроможності банків України. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 8. С. 659–665. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/110.pdf.
162. Разінькова М. Ю., Небаба Н. О., Єгіазарян Р. Г. Оцінка конкурентоспроможності банківської системи України в контексті інтеграції в ЄС. *Агросвіт*. 2018. № 20. С. 31–36.
163. Роговий А. В., Євтушенко Ю. В. Напрямки розвитку банківського кредитування домогосподарств у сфері житлового будівництва України в умовах цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-128>.
164. Роговий А., Євтушенко Ю. Розвиток банківського кредитування домогосподарств в умовах цифрової трансформації ринку фінансових послуг та макроекономічної нестабільності. *Науковий вісник Полісся*. 2023. № 2 (27). С. 238–248. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2\(27\)-238-248](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2(27)-238-248).

165. Роговий А.В., Євтушенко Ю.В. Теоретичні аспекти обґрунтування сутності кредитної послуги та особливості її надання фінансовими установами. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2023. № 3 (35). С. 141–151. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3\(35\)-141-151](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-3(35)-141-151).

166. Роль хмарних технологій у сучасному розвитку банківських установ / С. Шкарлет та ін. *Журнал Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника*. 2025. Т. 12, № 2. С. 143–157. URL: <https://journals.pnu.edu.ua/index.php/jpnu/article/view/9426>.

167. Роль цифровізації у формуванні конкурентного середовища фінансово-кредитного сектора економіки України / Н. Верхоглядова та ін. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2024. № 4 (57). С. 36–53. URL: <https://fkf.net.ua/index.php/fkf/article/view/4423>.

168. Рудаков Д. І. Цивільно-правове регулювання відносин у сфері реалізації фізичними особами права на доступне житло : дис. ... д-ра філос. : 081 / Львівський державний університет внутрішніх справ. Львів, 2024. 196 с. URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/7585/1/rudakov_d.pdf

169. Руцишин Н. М., Мединська Т. В., Лихна С. П. Трансформація банківського сектору національної економіки в сучасних умовах. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 2. С. 336–339.

170. Савлук М. І., Віньгора Д. С. Проблемна кредитна заборгованість банків України: сучасний стан та напрями її подолання. *Modern Economics*. 2020. № 23. С. 37–43.

171. Садов'як М. С. SWOT і PEST як інструменти стратегічної діагностики конкурентних переваг у житловому будівництві. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. Вип. 36. С. 561–569. URL: <https://zenodo.org/records/15825239>.

172. Садчикова І. В., Євтушенко Ю. В., Сусленко С. В. Системні детермінанти сучасного розвитку кредитного ринку в Україні. *Бізнес Інформ*. 2023. № 9. С. 206–212. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-206-212>.

173. Садчикова І. В., Кальченко О. М., Панченко О. І. Сучасні тенденції розвитку кредитного ринку України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2024. № 2(38). С. 234-252. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/314114/305050>.

174. Садчикова І. В., Колотило Л. Л., Пентелейчук М. Г. Забезпечення фінансової безпеки банківських установ в Україні в умовах макроекономічної нестабільності. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 2(29). С. 430–448.

175. Садчикова І. В., Колотило Л. Л., Пентелейчук М. Г. Теоретичні основи забезпечення фінансової безпеки банківських установ в Україні. *Розвиток фінансів, аудиту, бухгалтерського обліку та оподаткування: реалії часу*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих вчених пам'яті видатного українського вченого-економіста Сергія Ілліча Юрія (м. Кам'янець-Подільський, 11 лютого 2025 р.). Кам'янець-Подільський : Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», 2025. С. 240-242.

176. Садчикова І. Теоретичні засади обґрунтування сутності поняття «кредитний ринок». *Науковий вісник Полісся*. 2021. № 2 (23). С. 105–121.

177. Садчикова І., Садчиков В. Державне регулювання кредитного ринку в умовах військового стану в Україні. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. № 3(31). С. 190-200.

178. Садчикова І., Садчиков В. Фінансові інструменти розвитку кредитного ринку України в період воєнного стану. *Науковий вісник Полісся*. 2023. № 2(25). С. 190–205. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2\(25\)-190-205](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2(25)-190-205).

179. Сало І. В., Мирошніченко О. В. Система управління конкурентоспроможністю банку. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 5. С. 279–286.

180. Сало Я., Марчук І., Орловська С. PEST-аналіз малого та середнього підприємництва в Україні. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-57>.

181. Семенов А. Ю., Пахненко О. М., Шалда А. А. Необанки в Україні: особливості, тренди та перешкоди розвитку. *Modern Economics*. 2023. № 39. С. 131-137. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V39\(2023\)-20](https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-20).
182. Семенча І. Є., Резник Г. І. Моделювання в управлінні збутовою діяльністю банку. *Економіка та суспільство*. 2018. № 19. С. 1463-1471. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/217.pdf.
183. Сильніші фінансові ринки та інституції для відновлення України. OECD Publishing, 2026. URL: https://www.oecd.org/uk/publications/2026/03/stronger-financial-markets-and-institutions-for-ukraine-s-recovery_99e3d4a5/full-report/financial-consumer-protection-and-financial-literacy-in-ukraine_0cd186e9.html.
184. Синяєва Л. В., Радченко Н. Г., Яцух О. О. Механізм кредитування суб'єктів господарювання аграрного сектору в Україні : монографія. Мелітополь : Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2018. 220 с. URL: <https://elar.tsatu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3d325616-a9af-4a5e-8081-da7470bd995e/content>.
185. Сиротін Б. Д. Сутність та особливості цифровізації у сфері державного управління. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: Право, державне управління та адміністрування*. 2023. № 8. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5746-2023-8-02-05>.
186. Скрипник Г., Жарікова О., Горецька А. Сучасний стан та напрями удосконалення ринку фінансових технологій в Україні. *Економіка та суспільство*. 2025. № 81. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-71>.
187. Соломаха І., Голівець С. Генезис теоретичних аспектів цифровізації. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2024. № 1 (37). С. 62–71. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1\(37\)-62-71](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1(37)-62-71).
188. Споживче кредитування банками: високі ставки, низький рівень дотримання законодавства : звіт за результатами дослідження ринку банківського споживчого кредитування (четверта хвиля) / Проект USAID «Трансформація фінансового сектору. Київ, 2021. 27 с. URL: <https://www.sapiens.com.ua/publications/socpol-research/186/Ukr-Banks-Mystery-Shopping-Report-Oct-2021.pdf>.

189. Степаненко С. В., Ампілогова К. О. Сучасні методи управління ризиками кредитування банками фізичних осіб. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2020. Вип. 4 (144). С. 33–41. URL: [https://ird.gov.ua/sep/sep20204\(144\)/sep20204\(144\)_033_StepanenkoS,AmpilohovaK.pdf](https://ird.gov.ua/sep/sep20204(144)/sep20204(144)_033_StepanenkoS,AmpilohovaK.pdf).
190. Сторонянська І. З., Беновська Л. Я. Кредитно-інвестиційні чинники економічного зростання регіонів України в умовах фінансово-економічної турбулентності. *Фінанси України*. 2021. № 8. С. 81–99.
191. Стратегія з розвитку кредитування. 15 с. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Lending_development_strategy_2024.pdf.
192. Стратегія розвитку фінансового сектору України. *Національний банк України*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy>.
193. Суторміна К. Оцінка індикаторів концентрації ринкової структури банківської системи України. *Бізнес Інформ*. 2014. № 6. С. 330–335.
194. Танклевська Н., Чернявська Т., Скрипник С., Бойко В., Карнаушенко А. Фінансування українських сільськогосподарських підприємств: кореляційно-регресійний аналіз. *Наукові горизонти*. 2023. № 26 (8). С. 127–139. DOI: <https://doi.org/10.48077/scihor8.2023.127>.
195. Тарасенко А. В., Мурашковська І. А., Мекшун В. С. Кредитна поведінка домогосподарств: сутність, ознаки та фактори, що впливають на її формування. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 75. С. 182–187. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/75_2023/35.pdf.
196. Тарасенко А. В., Пентелейчук М. Г., Колотило Л. Л. Сутність споживчого кредитування: форми, функції, особливості. *Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі*: збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених (м. Чернігів, 20 березня 2025 р.). Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2025. С. 184–185.

197. Тарасенко А., Пентелейчук М., Белінський Ю. Сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 1(28). С. 387–407. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1\(28\)-387-407](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1(28)-387-407).
198. Тарасенко А., Пентелейчук М., Колотило Л. Теоретичні аспекти трактування сутності споживчого кредитування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 1(41). С. 396–406. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1\(41\)-396-406](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1(41)-396-406).
199. Тарасенко А., Пентелейчук М., Крохмалюк Л. Особливості та сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні. *Соціальне підприємництво як інструмент відновлення України* : Форум стейкхолдерів розвитку соціального підприємництва (м. Чернігів, 16 вересня 2024 р.) : тези доповідей. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. С. 171-173.
200. Торяник Ж. І., Копилець В. І. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності банку та банківських послуг. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 19. С. 1189–1196. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/178.pdf.
201. Філіппов В. Ю., Корсікова О. О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності банківських установ. *Economics: time realities*. 2023. № 2 (66). С. 60-68. URL: <https://economics.op.edu.ua/files/archive/2023/No2/60.pdf>.
202. Харабара В. М. Проблеми розвитку споживчого кредитування України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 5. С. 42–45. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2016/9.pdf.
203. Харламова А. О. Особливості діяльності небанківських фінансово-кредитних установ в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 23. С. 58–61. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2013/13.pdf.
204. Цемашко Ю. С. Сценарний підхід до забезпечення досягнення економічних результатів діяльності машинобудівних підприємств України. *Фінансовий простір*. 2017. № 1 (25). С. 114–122. URL: <https://fp.lnu.edu.ua/index.php/fp/article/view/508/506>.

205. Центральний банк та грошово-кредитна політика : підручник / А. М. Мороз та ін. ; за ред. А. М. Мороза, М. Ф. Пуховкіної. Київ : КНЕУ, 2005. 556 с.
206. Церковна А. В., Карелова К. С. Вплив цифровізації на розвиток малого і середнього бізнесу в Україні. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2020. Т. 19, вип. 2 (45). С. 328–339. DOI: 10.18524/2413-9998/2020.2(45).201486.
207. Чайковський Є. Механізм управління та забезпечення фінансової стабільності банківської системи. *Економічний аналіз*. 2024. Т. 34, № 3. С. 384–393. DOI: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/6071>.
208. Чайковський Я. Класифікація банківських кредитів. *Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Економіка*. 2005. № 18. С. 136–140. URL: <https://api.dspace.wunu.edu.ua/api/core/bitstreams/e2f6aa77-1180-427d-acf4-26b283864669/content>.
209. Черниш О. Б. Банківські послуги з кредитування фізичних осіб в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: Економіка та управління*. 2022. № 4. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-4-08-01>.
210. Шавло Ю. А., Дереза В. М. Сучасний стан та проблеми конкурентоспроможності банків України. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 5 (05). С. 307–310.
211. Шандова Н. В., Воскресенська Г. Е., Мірошник О. Ю. Застосування сценарійного підходу в дослідженні бізнес-середовища підприємств. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 2 (33). С. 376–385. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i33.207006>.
212. Шаповалова І. О. Формування стійких конкурентних переваг підприємства у цифровому середовищі. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2025. № 3. С. 63–72. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-3-13>.

213. Шинкаренко Р. В., Корнилюк Р. В. Посткризове відновлення ринку споживчого кредитування в Україні. *Економіка і регіон*. 2011. № 3. С. 35–47. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8de8920d-c81b-4070-a2c6-4b117c4db535/content>.

214. Шишкіна О. В., Дубина М. В. Гроші та кредит: теорія і практика (у схемах і таблицях) : навч. посіб. Чернігів : Видавець Брагинець О. В., 2018. 572 с.

215. Щербак А. М. Сценарний підхід в формуванні інформаційних процесів управління промисловим підприємством. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 24–25 берез. 2016 р. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13120/1/Sherbak.pdf>.

216. Bouis R. Banks' Holdings of Government Securities and Credit to the Private Sector in Emerging Market and Developing Economies. *IMF Working Paper*. 2019. No. WP/19/224. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2019/10/11/BanksHoldings-of-Government-Securities-and-Credit-to-the-PrivateSector-in-Emerging-Market-48651>.

217. Campi M. C., Carè A., Garatti S. The scenario approach: A tool at the service of data-driven decision making. *Annual Reviews in Control*. 2021. Vol. 52. P. 1–17. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.arcontrol.2021.10.004>.

218. Chernysh O. B. Banking Services for Crediting Individuals in Ukraine: Problems and Development Prospects. *Problems of Modern Transformations. Series: Economics and Management*. 2022. No. 4. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-4-08-01>.

219. Dubyna M., Popelo O., Zhavoronok A., Lopashchuk I., Fedyshyn M. Development of the credit market of Ukraine under macroeconomic instability. *Public and Municipal Finance*. 2023. Vol. 12, Iss. 1. Pp. 33–47. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/pmf.12\(1\).2023.04](http://dx.doi.org/10.21511/pmf.12(1).2023.04).

220. Dubyna M., Unynets-Khodakivska V., Panchenko O., Bazilinska O., Matskiv V., Lobko O. Features of the Formation and Transformation of Household Credit Behavior Under. *Macroeconomic Instability International Journal of Sustainable Development and Planning*. 2022. Vol. 17, No. 7. Pp. 2075-2087.
221. Dubyna M., Zhavoronok A., Kudlaieva N. & Lopashchuk I. Transformation of Household Credit Behavior in the Conditions of Digitalization of the Financial Services Market. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. 14(1). P. 97-102. DOI: <https://doi.org/10.22094/JOIE.2020.677835>.
222. Dubyna M., Zhavoronok A., Nitchenko K., Sadchykova I., Chiipesh N., Murashkovska I. Current Trends in the Development of the Credit Services Market of the European Union. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol. 21(10). Pp. 59-66. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.10.8>.
223. Dubyna M., Bazilinska O., Panchenko O., Sadchykova I., Kozlianchenko A., Tarasenko A. The Role and Prospects of the Use of Artificial Intelligence Technology in the Credit Activities of Banking Institutions. *Review of Economics and Finance*. 2023. Vol. 21, No. 1. Pp. 2042-2051. DOI: <https://doi.org/10.55365/1923.x2023.21.7220>.
224. Fedyshyn M.F., Abramova A.S., Zhavoronok A.V. & Marych M.G. Management of competitiveness of the banking services. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 1 (28). P. 64-74. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i28.163340>.
225. From banks to DeFi: the evolution of the lending market. *arXiv.org*. URL: https://arxiv.org/abs/2104.00970?utm_source=chatgpt.com.
226. Impact of E-Banking on Traditional Banking Services. *arXiv.org*. URL: https://arxiv.org/abs/1209.2368?utm_source=chatgpt.com.
227. Kosow H., Gaßner R. Methods of Future and Scenario Analysis: Overview, Assessment, and Selection Criteria. *Studies / Deutsches Institut für Entwicklungspolitik*. Bonn : DIE, 2008. № 39. 133 p. URL: https://www.idos-research.de/uploads/media/Studies_39.2008.pdf?utm_source=chatgpt.com.

228. Kovalenko V. V., Bolgar T. M., Yevtushenko O. A., Pestovska Z. S. Competitiveness of banks in the modern conditions of financial market development. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2019. Vol. 2, No. 29. P. 3–12. DOI: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i29.171731>.
229. Krykhovetska Z., Kropelnytska S., Kokhan I., Myhovych T., Dmytrovska V. Bank Lending to Businesses in a Pandemic. *Journal of Economic Issues*. 2024. № 58 (1). P. 211-220. DOI: <https://doi.org/10.1080/00213624.2024.2308461>.
230. LibreTexts. 2.3: Покоління - Відмінності. *LibreTexts*. URL: <https://surl.lt/jkctiz>.
231. Nthenya Nelly Musau, Stephen Muathe. Digital transformation strategy: the quest for competitive advantage among commercial banks in Kenya. *International Journal of Research in Business and Social Science*. 2025. Vol. 14, No. 5. URL: https://www.ssbfnct.com/ojs/index.php/ijrbs/article/view/4308?utm_source=chatgpt.com.
232. Ostrovska N., Popova L., Pylevych D., Panchenko O., Kozlianchenko O., Bazilinska O. Development of the Financial Services Market in the Conditions of Economic Turbulence. *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2022. 22(1). P. 509-516. DOI: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.1.66>.
233. Parubets O., Shyshkina O., Sadchykova I., Yevtushenko Y., Tarasenko A., Potseluiko I. Dynamics of the development of the credit services market in the conditions of financial instability: A case of Ukraine. *International Journal of Sustainable Development and Planning*. 2023. Vol. 18, No. 9. Pp. 2733–2745. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180912>.
234. PEST-аналіз: вивчення зовнішнього середовища / Fractus : блог. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/pest-analiz-vivchennya-zovnishnogo-seredovishha/>.
235. Popelo O., Potseluiko I., Penteleichuk M. Teoretyko-metodolohichni polozhennia funktsionuvannia rynku kredytnykh posluh u suchasnykh umovakh. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsii*. 2025. № 3(17). Pp. 543–557. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/578>.

236. Probojakti W., Utami H. N., Prasetya A., Riza M. F. Building Sustainable Competitive Advantage in Banking through Organizational Agility. *Sustainability*. 2024. Vol. 16, No. 19. Art. 8327. DOI: <https://doi.org/10.3390/su16198327>.

237. Probojakti W., Utami H. N., Prasetya A., Riza M. F. Driving sustainable competitive advantage in banking: The role of transformational leadership and digital transformation in organizational agility and corporate resiliency. *Business Strategy and the Environment*. 2025. Vol. 34, Iss. 1. P. 670–689. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.4005>.

238. Prymostka L., Krasnova I., Lavreniuk V., Prymostka O., Chepizhko O. Macroeconomic factors influencing on the reorganization of banks in the conditions of economic imbalances. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 2023. № 4(51). Pp. 8–20. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.51.2023.4114>.

239. Reznikova N., Bulatova O., Ptashchenko O., Ivashchenko O., Panchenko V. "Z-owning" and "z-consumption" in the conditions of movement from shareholder to stakeholder capitalism: values as the basis of self-identification. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 5. С. 6–13. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.5.28>.

240. Scenario Approach. *Emergent Mind: Frontier Research Explorer*. URL: <https://www.emergentmind.com/topics/scenario-approach>.

241. Semenog A. Dynamics of bank lending in Ukraine: influence of the development of digital innovations and technologies. *Visnyk of Sumy State University. Economy Series*. 2024. № 1. С. 39-51. DOI: <https://doi.org/10.21272/1817-9215.2024.1-04>.

242. Shell Scenarios: An Explorer's Guide. Shell International BV, 2013. 98 p. URL: https://www.shell.com/news-and-insights/scenarios/what-are-the-previous-shell-scenarios/_jcr_content/root/main/section_745060082/promo_copy_1589082568/links/item0.stream/1652289296666/f5b043e97972e369db4382a38434d4dc2b1e8bc4/shell-scenarios-explorersguide.pdf?utm_source=chatgpt.com.

243. The role of digitalization in the formation of the competitive environment of the financial and credit sector of the economy of Ukraine / N. Verkhoglyadova et al. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2024. Vol. 4, No. 57. P. 36–53. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.57.2024.4423>.

244. Zhavoronok A., Shchur R., Zhezherun Y., Sadchykova I., Viadrova N., Tychkovska L. The role of the credit services market in ensuring stability of the banking system. *International Journal of Safety and Security Engineering*. 2022. Vol. 12. No. 6. P. 667-679. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijssse.120602>.

ДОДАТКИ

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ***Статті в іноземних наукових виданнях: SCOPUS***

1. Білий М., Кравченко А., Лесун С., Федорів Ю., **Пентелейчук М.**, Акінчиць О. (2026). Формування конкурентних переваг фінансових установ в умовах цифровізації та нестабільності національної економіки. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(66), 123–137. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.1.66.2026.5024> (1,7 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: виокремлено типи конкурентних переваг фінансових установ та конкретизовано вплив диджиталізації на процес надання фінансових послуг та на систему управління фінансовими установами (0,3 ум. друк. арк.).*

Статті в наукових фахових виданнях та виданнях, внесених***до наукометричних баз даних:***

2. Тарасенко А., **Пентелейчук М.**, Белінський Ю. Сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 1(28). С. 387–407. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1\(28\)-387-407](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2024-1(28)-387-407) (2,4 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: систематизовано основні підходи науковців до розуміння сутності категорії «споживче кредитування», поглиблено теоретичні положення щодо обґрунтування особливостей формування фінансових відносин в межах ринку споживчого кредитування (0,9 ум. друк. арк.).*

3. Садчикова І. В., Колотило Л. Л., **Пентелейчук М. Г.** Забезпечення фінансової безпеки банківських установ в Україні в умовах макроекономічної нестабільності. *Науковий вісник Полісся*. 2024. № 2(29). С. 430–448 (2,2 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: поглиблено прикладні засади підвищення рівня фінансової безпеки комерційних банків (0,5 ум. друк. арк.).*

4. Тарасенко А., **Пентелейчук М.**, Колотило Л. Теоретичні аспекти трактування сутності споживчого кредитування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 1(41). С. 396–406. DOI:

- [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1\(41\)-396-406](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-1(41)-396-406) (1,3 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: розгляд наявних концепцій трактування сутності споживчого кредитування, визначення його ознак, специфічних рис та видів (0,7 ум. друк. арк.).
5. Білий М., **Пентелейчук М.** Конкурентоспроможність банківських установ: сутність та особливості формування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. № 3(43). С. 326–336. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3\(43\)-326-336](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-3(43)-326-336) (1,3 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: конкретизація змісту категорії «конкурентоспроможність банківської установи» та опис її ключових аспектів на мікро-, мезо- та макрорівнях (0,7 ум. друк. арк.).
6. Popelo O., Potseluiko I., **Penteleichuk M.** Teoretyko-metodolohichni polozhennia funktsionuvannia rynku kredytnykh posluh u suchasnykh umovakh. *Yevropeyskyi naukovyi zhurnal ekonomichnykh ta finansovykh innovatsii*. 2025. № 3(17). Рр. 543–557. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/578> (1,7 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: обґрунтування особливостей функціонування та розвитку ринку кредитних послуг (0,3 ум. друк. арк.).
7. Пентелейчук М. Г. Роль цифрових технологій у формуванні конкурентних переваг банків на ринку споживчого кредитування. *Успіхи і досягнення у науці*. 2025. № 9(19). С. 1058–1068. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/29352/29303> (1,3 ум. друк. арк.).
8. **Пентелейчук В. Г.**, Дубина М. В., Мурашківська В. П. Економіко-математичне моделювання розвитку банківського споживчого кредитування в Україні в умовах фінансової нестабільності. *Успіхи та досягнення в науці*. 2026. № 1(23). С. 1566-1583 <https://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/35548> (2,2 ум. друк. арк.).
Особистий внесок автора: визначення однофакторних економетричних моделей впливу макроекономічних показників на обсяг банківського споживчого кредитування (1,2 ум. друк. арк.).

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

9. Садчикова І. В., Колотило Л. Л., **Пентелейчук М. Г.** Теоретичні основи забезпечення фінансової безпеки банківських установ в Україні. *Розвиток фінансів, аудиту, бухгалтерського обліку та оподаткування: реалії часу* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих вчених пам'яті видатного українського вченого-економіста Сергія Ілліча Юрія (м. Кам'янець-Подільський, 11 лютого 2025 р.). Кам'янець-Подільський : Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», 2025. С. 240-242 (0,2 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: поглиблено сутність ознаки фінансової безпеки банківських установ в Україні (0,05 ум. друк. арк.).*

10. Тарасенко А. В., **Пентелейчук М. Г.**, Колотило Л. Л. Сутність споживчого кредитування: форми, функції, особливості. *Стратегічні орієнтири сталого розвитку в Україні та світі* : збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених (м. Чернігів, 20 березня 2025 р.). Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2025. С. 184-185 (0,1 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: конкретизація змісту категорії «споживче кредитування», обґрунтування основних функцій споживчого кредиту в межах фінансової системи (0,5 ум. друк. арк.).*

11. Тарасенко А., **Пентелейчук М.**, Крохмалюк Л. Особливості та сучасний стан розвитку споживчого кредитування в Україні. *Соціальне підприємництво як інструмент відновлення України* : Форум стейкхолдерів розвитку соціального підприємництва (м. Чернігів, 16 вересня 2024 р.) : тези доповідей. Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. С. 171-173. (0,2 ум. друк. арк.). *Особистий внесок автора: конкретизовано позитивні та негативні наслідки розвитку споживчого кредитування (0,1 ум. друк. арк.).*

12. Пентелейчук М. Г. Соціогуманітарний аспект розвитку споживчого кредитування в новітній Україні. *Юність науки – 2024* : збірник тез доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Чернігів, 24-26 квітня 2024 р.). Чернігів : НУ «Чернігівська політехніка», 2024. С. 657-658 (0,1 ум. друк. арк.).

13. Пентелейчук М. Г. Теоретичні положення розвитку споживчого кредитування в Україні. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін* : збірник наукових праць VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції. (30 жовтня 2025 р., м. Полтава) / Полтавський державний аграрний університет. Полтава : ПДАУ, 2025. Т. 1. С. 544-545 (0,1 ум. друк. арк.).

14. Пентелейчук М. Г. Роль цифрових технологій у розвитку банківського споживчого кредитування. *Стратегія розвитку України : фінансово-економічний та гуманітарний аспекти (в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення)* : матер. XII Міжнар. наук.-практ. конф. : у 2-х ч. Ч. 1. Київ : Інтерсервіс, 2025. С. 354-356 (0,2 ум. друк. арк.).

Довідки про впровадження**АТ Райффайзен Банк***Внос. №3 від 01.05.2026 р.***ДОВІДКА**

**про впровадження результатів дисертаційної роботи
аспіранта кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Національного університету «Чернігівська політехніка»
Пентелейчука Мирослава Георгійовича на тему «Формування конкурентних
переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах
цифрової економіки»**

Результати дисертаційного дослідження на тему «Формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки» були використані у практичній діяльності АТ Райффайзен Банк Перше міське відділення (м.Чернігів)

У процесі впровадження результатів дослідження в діяльності банківської установи були використані такі науково-практичні розробки: рекомендації щодо удосконалення системи управління процесами споживчого кредитування в умовах цифровізації банківської діяльності; пропозиції щодо використання цифрових технологій для підвищення якості кредитного обслуговування клієнтів; рекомендації щодо підвищення ефективності взаємодії з клієнтами через цифрові канали обслуговування. Практичне використання запропонованих рекомендацій дало можливість підвищити ефективність процесів споживчого кредитування, покращити якість обслуговування клієнтів, оптимізувати окремі управлінські процеси, а також посилити конкурентні позиції банківської установи в умовах розвитку цифрової економіки.

Керівник з роздрібного бізнесу
АТ Райффайзен Банк
Перше міське відділення
М. Чернігів

*Тунік М.В.*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І
НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

вул. Шевченка, 95, Чернігів, 14035,
Україна



тел. +38(0462) 665-103;
факс +38(0462) 665-105
E-mail: estu@stu.cn.ua
www.stu.cn.ua
Код ЄДРПОУ 05460798

MINISTRY OF EDUCATION AND
SCIENCE OF UKRAINE

CHernihiv Polytechnic National
University

95, Shevchenko str., Chernihiv, 14035,
Ukraine

18.05.2016 № 202/рп-239
На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи
Пентелейчука Мирослава Георгійовича на тему:
«Формування конкурентних переваг банківських установ на ринку
споживчого кредитування в умовах цифрової економіки»

Основні теоретико-методичні положення та висновки щодо розвитку банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки, що розроблені в рамках підготовки дисертації Пентелейчука Мирослава Георгійовича з метою отримання ступеня доктора філософії за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», використані у навчальному процесі кафедри фінансів, банківської справи та страхування Національного університету «Чернігівська політехніка» при розробці методичних матеріалів, а також під час проведення лекційних та практичних занять з наступних навчальних дисциплін: «Банківська система», «Банківські операції», «Кредитний менеджмент».



Ректор

Олег НОВОМЛИНЕЦЬ

абанк

**Національний університет
«Чернігівська політехніка»**

Від 30.04.2025
№ 115/15-РФ/БР-ВАН5-0135

ДОВІДКА

*про впровадження результатів дисертаційної роботи
аспіранта кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Національного університету «Чернігівська політехніка»
Пентелейчука Мирослава Георгійовича на тему «Формування конкурентних
переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах
цифрової економіки»*

Видана дана довідка про те, що результати дисертаційного дослідження на тему «Формування конкурентних переваг банківських установ на ринку споживчого кредитування в умовах цифрової економіки» були впроваджені у діяльність АТ «Акцент-Банк».

У межах практичного використання результатів дослідження в роботі банківської установи були застосовані: рекомендації щодо підвищення рівня цифровізації процесів кредитного обслуговування клієнтів; рекомендації щодо покращення якості банківських продуктів і послуг в умовах розвитку цифрової економіки.

Використання результатів дослідження сприяло удосконаленню процесів організації споживчого кредитування, підвищенню ефективності використання інформаційно-аналітичного забезпечення, покращенню якості обслуговування клієнтів та зміцненню конкурентних позицій банківської установи на фінансовому ринку.

Практична цінність отриманих результатів полягає у можливості їх подальшого використання для розвитку системи споживчого кредитування та підвищення конкурентоспроможності банківських установ у сучасних умовах цифровізації економіки.

Директор
відділення А-Банку



Я.М. Чийпеш