

Хмельницький національний університет  
 Факультет економіки і управління  
 Кафедра фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Банківський картковий бізнес: поняття, інструментарій та регулювання  
 в Україні за матеріалами АТ «ОЩАДБАНК»

Рівень вищої освіти магістр

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»  
Шифр і назва спеціальності

Освітня програма «Фінанси, банківська справа та страхування»  
Назва

КВРФБС.022255.01.06.00

Виконав: студент II курсу, група ФБСм-22-1 \_\_\_\_\_ Олександр КОВАЛЬЧУК  
Підпис, дата Ім'я прізвище

Керівник: д-р. екон. наук, професор \_\_\_\_\_ Раїса КВАСНИЦЬКА  
Підпис, дата Ім'я прізвище

Нормоконтролер \_\_\_\_\_  
Підпис, дата Ім'я прізвище

**До захисту допускаю:**

Зав. кафедри

д-р. екон. наук, професор

\_\_\_\_\_ Ніла ХРУЩ  
Підпис, дата Ім'я прізвище

\_\_\_\_\_ 2023 р.

Хмельницький 2023

## Зміст

	С.
Вступ	5
1 Теоретичні аспекти провадження та регулювання карткового бізнесу	8
1.1 Поняття, історичні аспекти виникнення платіжних карток та їх різновиди	8
1.2 Регуляторні засади функціонування ринку платіжних карток та основи запобігання шахрайства ведення карткового бізнесу	19
2 Аналітичні засади розвитку карткового ринку в Україні	30
2.1 Аналіз тенденцій розвитку ринку платіжних карток у Україні за 2018-2022 роках	30
2.2 АТ «ОЩАДБАНК»: характеристика напрямів діяльності, аналіз фінансового та майнового забезпечення функціонування у 2020-2022 рр.	41
3 Дослідження банківських продуктів ведення карткового бізнесу АТ «ОЩАЛБАНК» та напрямів удосконалення їх розробки	50
Висновки	63
Список використаних джерел	70
Додатки	74

## Вступ

Актуальність теми. Світові кризові явища останніх років, введення воєнного стану в Україні через віроломне вторгнення на її територію російських військ стали серйозним випробуванням для вітчизняної банківської системи. Сьогодні, як ніколи, банківська діяльність залежить значною мірою від використання нових бізнес-технологій, а особливо у сфері карткового бізнесу.

Підходи, які використовуються для оцінки економічної ефективності операцій банку з платіжними картками, характеризують результативність цих операцій та визначають доцільність розширення асортиментного ряду такого виду банківських продуктів. Так, сьогодні українська банківська система стрімко розвиває платіжні банківські продукти, впроваджує в обіг картки міжнародних платіжних систем. Тому, можна стверджувати, що українські банки зацікавлені в розвитку карткового бізнесу та його розширення через міжнародні платіжні системи. Використання банківських карток дозволяє інтегруватися їм у світову банківську систему, поліпшити імідж банку, завоювати ринок і залучити додаткових клієнтів. Участь у міжнародних карткових системах дозволяє банкам освоювати новітні банківські технології, використовуючи потужну інфраструктуру. Однак для реалізації зазначених напрямків банкам знадобляться відповідні ресурси, які варто вкладати в банківське програмне забезпечення, банкомати, платіжні термінали тощо. Саме платіжні картки як ключовий інструмент віддаленого доступу до банківських рахунків є нині головним рушієм карткового бізнесу у процесі неухильного розвитку інституційної бази грошового обігу в напрямку до безготівкового суспільства. Тому комплексне дослідження ринку платіжних карток має теоретичне і практичне значення на сучасному етапі розвитку економіки, оскільки виконання таких завдань, як забезпечення безперебійного функціонування платіжної системи та вдосконалення механізмів грошово-

кредитного регулювання, є важливим як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічні питання формування ринку сучасних карткових платіжних інструментів, дослідження розвитку карткового бізнесу загалом та його окремих інструментів знайшли своє відображення у науковій літературі, зокрема, у працях В.В. Вітлінського, А.С. Гальчинського, В.М. Гейця, В.М. Кравця, А.І. Колодізева О.М., Кредісова, В.І. Міщенко, О.М. Мозгового, А.М. Мороза та інших. Однак, проблема ефективного управління карткового бізнесу, особливостей його регулювання залишається актуальними, а тому потребують подальшого дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є вивчення теоретичних і практичних засад та інструментів карткового бізнесу та визначення перспективних напрямів і механізмів розвитку цього бізнесу в сучасних умовах глобалізації економіки.

Завданнями, що забезпечують виконання завдань кваліфікаційної роботи, є:

- обґрунтування поняття, історичних аспектів виникнення платіжних карток та їх різновидів;
- дослідження регуляторних засад функціонування ринку платіжних карток та основи запобігання шахрайства ведення карткового бізнесу;
- аналіз тенденцій розвитку ринку платіжних карток у Україні за 2018-2022 роках;
- характеристика напрямів діяльності АТ «ОЩАДБАНК»;
- аналіз фінансового та майнового забезпечення функціонування АТ «ОЩАДБАНК» у 2020-2022 рр.;
- дослідження банківських продуктів ведення карткового бізнесу АТ «ОЩАДБАНК» та напрямів удосконалення їх розробки.

Предметом кваліфікаційної роботи є теоретичні, методичні та практичні засади карткового бізнесу та регулятивні основи його ведення в Україні.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є платіжні карткові системи України, операції з платіжними картками та продуктові програми банків на прикладі АТ «ОЩАДБАНК».

Методи дослідження. У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи. Для розробки та узагальнення теоретичних засад банківського бізнесу - системний підхід, індукція, дедукція; для визначення тенденцій розвитку карткового бізнесу та його інструментів в Україні - аналіз і синтез, узагальнення, систематизація; для аналізу функціоналу операцій з платіжними картками та для оцінки ефективності діючих карткових програм банку – графічний метод, метод табличного відображення аналітичних даних, метод відносних величин (коефіцієнтів).

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі та нормативно-правові акти з питань карткового бізнесу, офіційні публікації та методичні матеріали Національного банку України, статистичні дані Державної служби статистики, літературні джерела, фінансова та статистична звітність АТ "ОЩАДБАНК", матеріали періодичних видань з питань банківських операцій банківських продуктів карткового бізнесу, аналізу банківської діяльності в системі карткових платежів.

Наукова новизна результатів дослідження полягає у подальшому розвитку тлумачення поняття «платіжна картка» через симбіоз підходів, які визначено у його тлумаченні наведеному у Законі України «Про платіжні послуги» та виокремленні функціоналу платіжної картки, в такий спосіб: платіжна картка – це є електронний ідентифікаційний засіб платежу, різних форм його емітування, який дозволяє управляти коштами власнику картки, що знаходяться на його рахунку, на власний розсуд в межах правового поля здійснення різного виду платежів та зарахувань.

Апробація результатів дослідження. Участь у III Міжнародному Економічному форумі «Підприємництво та стратегічні напрями розвитку бізнеспроцесів в умовах глобальних викликів» (10 -11 листопада 2023 р., м. Хмельницький).

## 1.1 Поняття, історичні аспекти виникнення платіжних карток та їх різновиди

### 1.1 Поняття, історичні аспекти виникнення платіжних карток та їх різновиди

Одним з найпоширеніших способів електронних платежів сьогодні є платіжна картка. Банківські операції з платіжними картками є відносно новим напрямом банківського бізнесу, який сприяє розширенню сфери банківських послуг, що задовольняє зростаючі потреби клієнтів щодо їх можливості здійснювати розрахунки швидко та просто. Механізми електронних платежів мають конкретну мету, яка полягає в залученні готівки до банківського сектору. Ринок пластикових карток в Україні зараз переживає стрімке та стійке зростання, що визначається як вітчизняними, так і міжнародними експертами. Це пов'язано з тим, що споживачі цього банківського продукту, населення та господарюючі суб'єкти, почали усвідомлювати, що пластикова картка не розкіш, а доступний і, головне, зручний платіжний засіб та інструмент управління власними коштами. Тому банківські та небанківські установи прагнуть вийти та успішно функціонувати на ринку платіжних карток.

Таким чином, платіжні картки є одним з найпопулярніших способів оплати у світі. Їх розвиток з 19 століття можна пояснити об'єктивними еволюційними факторами:

- набагато зручніше носити з собою одну картку, ніж велику кількість готівки;
- розвиток банківської системи сприяв розвитку безготівкових розрахунків;
- держави в Європі та Північній Америці, які зацікавлені в контролі платежів, самі й сприяли розвитку карткових платіжних систем.

Розглядаючи історичні аспекти розвитку карток (таблиця 1.1), можна зрозуміти, як банки ставилися до платіжних карткових програм в різні періоди їх розвитку. Так, спочатку платіжні картки використовувалися магазинами для перевірки кредитоспроможності клієнтів, а потім вони почали виступати як засіб залучення самих клієнтів. Наступним еволюційним кроком розвитку карткового бізнесу стала імплементація кредитної складової в схеми розрахунків картками, в яких почали з'являтися організації-посередники.

Таблиця 1.1 – Історичні віхи розвитку карткового бізнесу на основі еволюції підходів до ролі та виду платіжних карток

Рік	Характеристика змін щодо платіжних карток
1	2
1888	Американський експерт зі зв'язків з громадськістю Едвард Белламі у своїй книзі "Озираючись назад" представив ідею картки, якою можна було б розраховуватися в магазинах.
1891	Компанією American Express (на той час це була кур'єрська служба з перевезення грошей між компаніями та банками) випущено перший дорожній чек, який фактично був паперовою карткою.
1914	Початок видачі великими банками, магазинами, промисловими підприємствами та нафтопереробними компаніями США спеціальних картонних карток постійним і надійним їх клієнтам
	Компанія Western Union випустила картку, на якій вперше було зафіксовано та визначено суму кредиту.
1928	Випущені Бостонською компанією Farrington Manufacturing картки у вигляді металевих пластинок
1946	Розроблена та впроваджена Дж.С. Біггінсом кредитна схема Charge-it, в основі якої лежала певна розписка, що слугувала позичальникам інструментом платежу для розрахунку в місцевих магазинах за дрібні покупки
1949	Створена перша масова універсальна платіжна карткова система – Diners Club
1951	Diners Club видали першу ліцензію на бренд свого імені та платіжної системи у Великій Британії
1958	Започаткована система платежів Carte Blanche та випущена приватна картка корпорації готелів Hilton

Кінець таблиці 1.1

1	2
1958	Випущена перша картка American Express
	Dank of American, Chase Manhattan, Marine Midland Trust розпочали кредитування на основі кредитних карток
1965	Створена Eurocard International на основі об'єднання Британської асоціації готелів і ресторанів з Rikskort
1966	Розпочато видачу ліцензій від Bank of America на його платіжну систему іншим банкам
1970	Створено в США компанію Interbank Card Association
1974	Створено National Bank Americard Inc.
	Винайдено електронну карту пам'яті.
1977	Підписано угоду між Interbank Card Association та британською системою Accessed, що входила в асоціацію Eurocard International
1979	Interbank Card Association було перейменовано в MasterCard
1981	MasterCard запроваджено золоту банківську картку
1992	Відбулося злиття Eurocard International із платіжною системою Eurochak, на основі чого створено нову організацію Europay International
1996	Europay International, MasterCard, Visa запроваджують міжнародний стандарт для банківських чіпових карток, що має назву - EMV
	ПриватБанк став повноправним членом платіжної системи Visa і почав емісію платіжних карток Visa в Україні
2002	Тестування MasterCard безконтактної чіпової картки PayPass
2005	MasterCard та Visa узгодили стандарт для безконтактних чіпових карток
...	Удосконалення та розвиток існуючих карток, поширення їх використання та випуску банками різних країн

Сформовано за [8; 23].

Таким чином, у процесі розвитку банківської системи відбувається постійне вдосконалення форми грошей. Так, як свідчать дані таблиці 1.1 на початку 20 століття в розвинених країнах світу відбувалось поступове використання карток, чеків, при пред'явленні яких можна було отримати валюту. Досвід, набутий у цьому процесі, сприяв розвитку безготівкових розрахунків, який врешті-решт призвів до формування культури безготівкових розрахунків не тільки між компаніями, а й серед населення. І як наслідок, у 70-

80-х роках 20-го століття деякі країни позбулися до 90% готівки саме за рахунок використання інших платіжних засобів - платіжних карток.

Тому, сьогодні основна увага приділяється розвитку розрахунків саме за допомогою платіжних карток, які сміливо можна назвати грошовим інструментом четвертого покоління.

Адже, як відмічено в таблиці 1.1, перші платіжні картки були виготовлені з картону, на яких були нанесені, або проштамповані дані.

Зі зростанням кількості користувачів виникла проблема обліку та реєстрації кожної випущеної картонної картки. Тому, з метою вирішення цієї проблеми було винайдено ембосування (процес нанесення даних на картку про власника картки, термін дії картки, номер картки тощо). Однак, говорити про ці картки як про платіжний засіб ще було зарано: ці картки були лише прототипами нині широко використовуваних клубних карток.

Також, з точки зору кількості послуг та географічного покриття ці картки мали ряд обмежень. Наступним кроком в еволюції платіжних карток стала поява пластикових карток з магнітною смугою. Цей новий етап у розвитку пластикових карток загалом і платіжних карток зокрема, ознаменувався впровадженням винаходом у 1974 електронної карти пам'яті.

Таким чином, платіжні картки, що з'явилися на початку 19 століття, пройшли довгий шлях розвитку, зазнаючи якісних та кількісних змін. Так, з'явилися різні види карток, що відрізнялися за призначенням, функціональністю та технічними характеристиками.

В Україні великі зміни на ринку платіжних карток відбулися останніми роками. Так, "у 1994–1995 рр. невелика група банків активно почала вивчати карткові технології, почала розгортати маленькі карткові проекти, випустила перші картки міжнародних платіжних систем, працюючи при цьому через російські або прибалтійські банки" [1].

В останні десятиліття активний розвиток Інтернету, зростаюча оцифровка економічних відносин та віртуалізація інституційної основи фінансового сектору, в т.ч. взаємодії банківських установ з клієнтами, вивели платіжні

картки на авансцену процесу впровадження інноваційних технологій в механізми руху грошей та здійснення платежів.

В авангарді процесу впровадження інноваційних технологій знаходяться так звані цифрові банки, або необанки, які взагалі не мають відділень і залучають та обслуговують клієнтів переважно через цифрові точки доступу, такі як мобільні додатки, залучення клієнтів та надання послуг через цифрові точки доступу, такі як мобільні додатки. У цьому контексті платіжні картки стають важливим інструментом у виконанні складного завдання зменшення частки готівкових платежів у загальній структурі грошових надходжень.

Це засіб скорочення загальних витрат обігу та підвищення ефективності економічного розвитку в цілому. Однак в Україні, незважаючи на розвинену мережу банківських установ, передові технології електронних платіжних систем, розвиток мобільного банкінгу, наявність карткових сервісів та безконтактних платіжних терміналів, які в цілому забезпечують населенню та бізнесу максимально широкий доступ до безготівкових розрахунків, готівка все ще залишається важливим засобом здійснення роздрібних економічних операцій та головним конкурентом платіжних карток. Простеживши, як розвивалися історично картки, можна зрозуміти, як банки ставляться до карткових програм в аспекті еволюції самого карткового бізнесу.

Для розуміння банківського бізнесу щодо операцій з використанням платіжних карток, необхідно розкрити сутність цього поняття. Варто зазначити, що різні автори трактують визначення платіжних карток по-різному (таблиця А.1 додатку А). Отже, в економічній літературі існує багато визначень платіжної картки, і майже кожен науковець намагається визначити цей об'єкт на основі одного з багатьох аспектів, які притаманні функціональності самих платіжних карток.

Варто відмітити, що платіжні картки за основним дефініційним спрямуванням розглядаються, як:

- інструмент;
- документ;

- засіб.

В Законі України «Про платіжні послуги» платіжна картка розглядається, саме як «електронний платіжний засіб у вигляді пластикової чи іншого виду картки» [25].

У «Фінансовій енциклопедії» дається більш деталізоване визначення поняття «платіжна картка», в якому зазначається, що це «пластиковий ідентифікаційний засіб, за допомогою якого його держателеві дається змога здійснювати операції сплати за товари, послуги та отримувати готівкові гроші. Вона є спеціальним платіжним інструментом, що здійснює функцію засобу ідентифікації, держатель якого ініціює переказ грошей із відповідного рахунку платника або банку, а також здійснює інші операції, передбачені договором» [17].

Ми підтримуємо думку, яка висловлена [17], щодо того, що платіжна картка є ідентифікаційним засобом, адже основною функцією платіжних карток саме і є "забезпечення ідентифікації особи, що її використовує, як суб'єкта платіжної системи" [1]. Однак, не погоджуємось із тим, що платіжна картка асоціюється саме із пластиком. Сьогодні, в умовах стрімкого запровадження діджиталізації в банківських операціях та послугах, віртуалізація платіжних карток є звичним варіантом їх випуску. Тому, вважаємо за доцільне інтерпретувати тлумачення поняття «платіжна картка» саме через симбіоз підходів, які визначено у його тлумаченні наведеному у Законі України «Про платіжні послуги» та виокремленні функціоналу платіжної картки, в такий спосіб «платіжна картка – це є електронний ідентифікаційний засіб платежу, різних форм його емітування, який дозволяє управляти коштами власнику картки, що знаходяться на його рахунку, на власний розсуд в межах правового поля здійснення різного виду платежів та зарахувань.

Якщо говорити про пластикову платіжну картку, то вона являє собою пластину стандартного розміру, виготовлену зі спеціального пластику, стійкого до будь-яких пошкоджень. Крім того, на ній нанесений логотип банку-емітента та платіжної системи, яка обслуговує картку, ім'я власника картки, номер

картки, підпис власника картки, також, за бажанням власника картки, картка може містити його фотографію. Алфавітно-цифрові дані (ім'я, номер рахунку тощо) можуть бути ембосовані, тобто надруковані рельєфним шрифтом. Графічна інформація дозволяє візуально ідентифікувати держателя картки.

Але для використання в банківських платіжних системах цього недостатньо. Адже,

- по-перше, такі картки легко підробити;
- по-друге, виникають проблеми з автоматичною обробкою таких карток;
- по-третє, картка повинна містити ряд конфіденційних даних.

Все це вимагає записувати ідентифікаційні дані на банківський пластик в додатково закодованому вигляді на картку. Це завдання вирішується за допомогою різних фізичних механізмів. Так, до прикладу, у картках зі штрих-кодом, саме штрих-код використовується як ідентифікаційний елемент, подібно до кодів, що використовуються при маркуванні товарів. Цей код зчитується за допомогою інфрачервоного світла. Сьогодні найпоширенішими серед пластикових платіжних карток є картки з магнітною смугою, яка розташована на зворотному боці картки і яка складається з трьох доріжок. "Перші дві використовуються для зберігання ідентифікаційних даних, а третя доріжка використовується для запису інформації" [26, с. 74].

Важливо відзначити, що існують відмінності використання карток у паперових технологіях та електронній системі. так, у "паперовій" системі одержувач підписує рахунок-фактуру або інший документ, підготовлений продавцем. І тим самим, підтверджує свій дозвіл на списання коштів з його рахунку. Потім рахунок-фактура торговця надсилається емітенту картки (відповідній банківській установі), на підставі якого здійснюється наступний платіж продавцю відповідної суми і списується з рахунку держателя картки. В електронній системі власник картки безпосередньо зв'язується з її емітентом через термінал чи через свій гаджет (додаток у телефоні).

І замість того, щоб підписувати інвойс, власник картки використовує клавіатуру для введення секретної комбінації цифр (код), яка, у разі

правильного введення, дає дозвіл на списання коштів з його банківського рахунку.

Розвиток платіжних систем призвів до появи великої кількості різноманітних типів платіжних карток з різними призначенням, функціональністю та технічними характеристиками. Тому, платіжні картки мають різні видові особливості, які виділяються за різними класифікаційними ознаками (рисунок 1.1).

Класифікація платіжних карток - це не просто теоретичне питання. Приймаючи рішення про початок емісії карток, банківська установа повинна визначитися з організацією своєї роботи та обрати ефективну методологію аналізу. Сегментація клієнтської бази повинна ґрунтуватися на таких основних параметрах платіжних карток, як технологічні можливості, ступінь ризику, вираження соціального статусу клієнта та потенційної дохідності банківських продуктів, що пропонуються на їх основі.

Отже, платіжні картки можна класифікувати за такими ознаками:

1) за цільовим призначенням:

- банківські картки (іноді їх називають платіжними), які призначені для здійснення безготівкової оплати товарів і послуг власником картки, а також для одержання ним готівки зі свого банківського рахунку в спеціальних банкоматах практично в будь-якій точці світу. Цей вид карток становить найбільший інтерес, оскільки саме ці картки в основному і використовуються як для здійснення купівлі в інтернеті, так і в офлайнній торгівлі;

- ідентифікаційні картки, які призначені для регулювання доступу співробітників в окремі приміщення чи доступу до здійснення певних операцій на устаткуванні;

- клубні та дисконтні картки, що випускаються окремими організаціями, асоціаціями, клубами і поширюються серед членів цих організацій. Власник такої картки може одержати знижку на товари чи послуги, придбані у певних торгових організаціях;

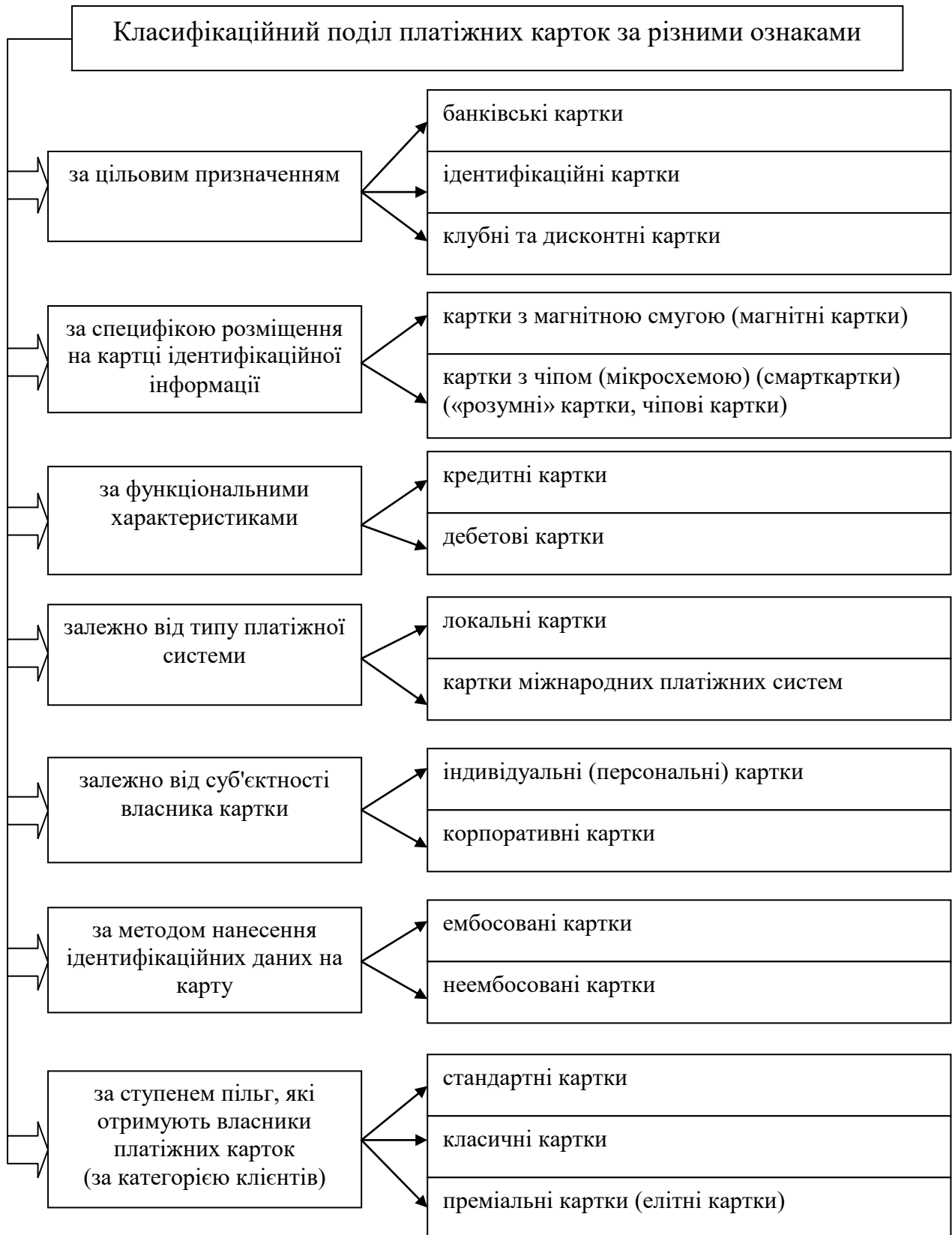


Рисунок 1.1 - Класифікаційний поділ платіжних карток за різними ознаками  
Сформовано за даними [1; 26].

2) за специфікою розміщення на картці ідентифікаційної інформації:

- картки з магнітною смугою (магнітні картки), на яких записані дані власника й інформація про те, в який банк звертатися для списання необхідної суми за товар чи послугу (на картці не містить інформації про суму, що знаходиться на ній);

- картки з чіпом (мікросхемою) (смарткартки) («розумні» картки, чіпові картки), які містить зашифровану інформацію про збережену на них суму;

3) за функціональними характеристиками:

- кредитні картки, які дають змогу власнику одержувати визначений кредит при оплаті товарів чи послуг, вартість яких вища, ніж залишок на банківському рахунку, до картки (картрахунку). "Виданий кредит має бути погашений упродовж визначеного строку. Погашення кредиту може здійснюватися за рахунок страхового депозиту, що вносить клієнт при відкритті в банку карттрахунку, або зарахуванням на рахунок грошей, внесених власником картки готівкою або за допомогою грошового переказу" [26, с. 76];

- дебетові картки, власник яких можуть оплачувати придбання товарів і послуг, а також одержувати готівку в банкоматах тільки в межах суми, що знаходиться на картковому рахунку;

4) залежно від типу платіжної системи:

- локальні картки, що діють на території однієї країни (внутрішньодержавні, наприклад НСМЕП), одного регіону або одного банку;

- картки міжнародних платіжних систем, що функціонують на території двох та більше країн (VISA, MasterCard, Diners Club, China UnionPay тощо);

5) залежно від суб'єктності власника картки:

- індивідуальні (персональні) картки, емітовані тільки з ім'ям клієнта — фізичної особи, яка не є суб'єктом підприємницької діяльності;

- корпоративні картки, що дозволяють їх власнику здійснювати операції з карткового рахунку юридичної особи або фізичної особи-підприємця. "Корпоративна картка видається організації, яка на основі такої картки може видати індивідуальні картки вибраним особам (керівникам або просто цінним

співробітникам). Їм відкриваються персональні рахунки, «прив'язані» до корпоративного карткового рахунку. відповідальність перед банком за корпоративним рахунком несе організація, а не власники індивідуальних корпоративних карток" [1];

б) за методом нанесення ідентифікаційних даних на карту:

- ембосовані картки, коли інформація ембосується (видавлюється) на картці спеціальним апаратом (ембоссером);

- неембосовані картки, коли інформація друкується (випалюється) на карті, і ці картки, як правило, призначені лише для електронного використання;

7) за ступенем пільг, які отримують власники платіжних карток (за категорією клієнтів):

- стандартні картки, які призначені для пересічного клієнта, наприклад, для одержання заробітної плати, оплати товарів. До таких відносяться картки економ-класу, зокрема Visa Electron, MasterCard Electronic тощо;

- класичні картки, власники яких користуються низкою додаткових послуг (Visa Classic, MasterCard Standard тощо);

- преміальні картки (елітні картки), що дають їх власникам особливий VIP статус, розширену підтримку та доступ до різних програм лояльності (Visa Gold, MasterCard Gold, Visa Platinum, MasterCard Platinum, Visa Infinite тощо).

Сьогодні кредитні картки є невід'ємною частиною розрахункових платежів, і вийшли далеко за межі своєї традиційної кредитної, тобто традиційної ролі. Так, сьогодні користуються широким попитом картки для подорожей та розваг. Такі картки випускаються спеціалізованими компаніями, що обслуговують цей сектор (наприклад, "American Express" чи "Diners club"). Вони надають їх власникам різноманітні переваги і, їх приймають для розрахунків сотні тисяч підприємств роздрібною торгівлі та сфери послуг по всьому світу.

## 1.2 Регуляторні засади функціонування ринку платіжних карток та основи запобігання шахрайства ведення карткового бізнесу

Розвиток фінансово-кредитних установ в Україні, впровадження високотехнологічних фінансових інструментів в процес управління фінансовими потоками, все більшого значення набуває дослідження розвитку безготівкових розрахунків, а отже й дослідження розвитку ринку платіжних карток. Що ж собою представляє ринок платіжних карток? Зауважимо, що єдиного підходу до трактування цього поняття не існує. Також немає його визначення й у законодавчих чи нормативних актах нашої держави. Тож відмітимо, що ринок платіжних карток науковцями розглядається з таких позицій, що це:

- сукупність відносин, пов'язаних із процесами купівлі-продажу товарів і послуг, оплати інших зобов'язань, отримання готівки через банківські автомати, а також здійснення операцій за допомогою інших каналів обслуговування [14];

- сукупність економічних відносин, що виникають між його учасниками щодо забезпечення емісії та обігу платіжних карток і формуванні попиту та пропозиції на послуги, пов'язані із здійсненням операцій із платіжними картками [21];

Аналізуючи теоретичні погляди на це питання, можна виокремити декілька підходів до трактування поняття "ринок платіжних карток". Відповідно:

- перший підхід: автори розглядають ринок платіжних карток як сукупність операцій та послуг з картками;

- другий підхід: автори ототожнюють ринок платіжних карток з платіжними системами та учасниками карткових розрахунків;

- третій підхід: автори визначають ринок платіжних карток як посередництво у споживанні товарів і послуг.

Отже, більшість дослідників вважають, що ринок платіжних карток в цілому є сферою економічних відносин, де об'єктом купівлі-продажу є не товар, а послуга (платіжна послуга), і де формується попит і пропозиція на неї. Як і всі інші ринки, ринок платіжних карток має свої специфічні характеристики.

До таких специфічних характеристик ринку платіжних карток варто віднести (рисунок 1.2):



Рисунок 1.2 – Специфічні характеристик ринку платіжних карток  
Сформовано автором

- цілісність, що розкриває суть ринку платіжних карток, через твердження, що він не набір випадкових елементів, а включає лише ті елементи, які відповідають певним вимогам та критеріям. Отже, особливістю використання коштів на ринку банківських платіжних карток є те, що вони, по-перше, функціонують винятково у безготівковій формі; по-друге, вони

циркулюють опосередковано виключно через структуру та правила конкретної банківської платіжної системи;

- універсальність, що демонструє наявність різноманітних інтерліквідних (тобто таких, що передбачають відносно вільний обмін між собою) платіжних інструментів (різні види платіжних карток). Платіжні картки є універсальним універсальним платіжним інструментом без диференціації переваг або, навпаки, обмежень для будь-якого з них;

- стабільність, що виражається стійкістю до політичних та економічних катаклізмів, а також тривалістю використання конкретних платіжних інструментів;

- взаємозв'язок безпеки платіжних систем. Платіжні системи розробили базові вимоги до схем проведення транзакцій за платіжними картками, які забезпечують необхідний рівень безпеки. Безпека операцій з платіжними картками операцій з платіжними картками є універсальним поняттям для всіх платіжних систем. Іншими словами, низький рівень безпеки карток у платіжній системі призведе до зниження довіри не тільки до самої системи, але й до ринку платіжних карток в цілому;

- ефективність функціонування. Ця характеристика ринку банківських платіжних карток найбільш чітко показує, яку роль він відіграє в соціально-економічному розвитку держави. Ефективність його функціонування визначається швидкістю та ефективністю здійснення платіжних операцій з використанням платіжних карток. Чим більш розвиненим буде ринок, тим більше якісних послуг зможуть отримати користувачі;

- висока інтегрованість. Платіжна картка це інструмент, який передає конкретні послуги специфічні послуги, тому ринок платіжних карток є високо інтегрованим інтегрований у міжнародний фінансовий ринок, оскільки платіжні картки є основним платіжним інструментом у всьому світі. Міжнародні платіжні асоціації створили специфікації для своїх карткових продуктів карткових продуктів та розробили правила і процедури, які є спільними для десятків тисяч банків-членів. Крім того, інтеграція спостерігається і по

відношенню до окремих сегментів фінансового ринку, наприклад, кредитного ринку. Кредитна картка - це, по суті, те ж саме, що і кредит, тому будь-які коливання на кредитному ринку призводять до скорочення обсягів емісії кредитних карток;

- технологічність, що характеризує ринок платіжних карток як такий, що є одним з найбільш чутливих до існування високоточних технологій і технічного обладнання, а також до технічних пристроїв та швидкості взаємозв'язку між елементами інфраструктури.

Достатньо розвинений ринок платіжних карток у країні - це, насамперед, частина процесів детінізації, легалізації та оптимізації платежів, що є безумовною перевагою для будь-якої країни. Однак, незважаючи на значні переваги, існують і недоліки розрахунків платіжними картками (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2 – Переваги та недоліки розрахунків платіжними картками

Критерій	Перевага	Недолік
Надійність	Викрадену карту можна заблокувати, некоректно здійснені розрахунки можна відмінити або уточнити, тоді як викрадену готівку повернути майже неможливо	Безготівкові розрахунки піддаються шахрайству та хакерським атакам
Зручність	Можливість користування банківськими послугами цілодобово та дистанційно, зокрема через мережу Інтернет	Випадки збоїв у роботі POS-терміналів або банкоматів, несправність обладнання чи недосконалість програмного забезпечення унеможливають розрахунки за продукції
Анонімність	Персоніфікованість усіх розрахунків та фінансово-кредитних установ, що задіяні в них	Відсутність анонімності, яка наявна під час готівкових розрахунків
Локалізація	Наявність угод між фінансово-кредитними установами про прийняття платіжних карток до розрахунків, в т.ч. й закордонних	Обслуговування лише в окремих банкоматах та окремих країнах, відсутність POS-терміналів або банкоматів у точках продажів

Джерело [24].

Стрімке поширення інновацій по всьому світу сприяє широкому розповсюдженню таких інноваційних підходів. Розвиток безготівкових платежів сприяє збільшенню споживання різних фінансових інструментів. Це

сприяє збільшенню споживання різних фінансових продуктів, знижує вартість платежів і зменшує частку "тіньової економіки". Це пряме свідчення того, що гроші стають все більш електронними. Однак, невід'ємним від процесів розвитку карткового бізнесу є той факт, що по відношенню до платіжних карток зростає й ризик шахрайства. На сьогоднішній день приблизно 25% випадків шахрайства з платіжними картками пов'язані з дистанційними платежами (замовлення товарів чи послуг за допомогою телефону або інтернету). Зловмисник просить продавця номер картки та термін її дії, а продавець завершує транзакцію, відправляє товар або надає послугу. Приблизно 1% збитків припадає на шахрайські заявки на випуск карток в Україні. Частими є випадки крадіжки або втрати документів, що використовуються для випуску карток або оформлення кредитів, трапляються в усьому світі без винятку.

Існує багато тактик шахрайства, які з часом змінюються та набувають нових форм. При цьому для сучасних шахраїв характерне використання як старих, так і нових тактик. До основних видів шахрайства з банківськими платіжними картками відносяться такі:

- скімер - це невеликий пристрій для зчитування інформації з магнітної стрічки. Він зчитує номер картки. Дані зі скімера передаються на комп'ютер, звідки за допомогою спеціального декодера перетворюються на магнітну смугу викраденої або використаної картки. Інформація, записана на магнітній смугі, перетворюється на номер картки. Для цієї операції не потрібно ніякого додаткового обладнання або витрат. Скімери зазвичай використовують люди, які отримують картки для оплати, наприклад, офіціанти, менеджери та касири. Вони є скімерами для злочинців. Або ж скімером можуть бути самі банкомати. "Як варіант, на банкомат прикріплюють мініатюрну відеокамеру, яка знімає руку, що вводить PIN-код, і робить запис у модуль пам'яті або передає його дистанційно на комп'ютер шахрая. Загалом у випадку дистанційної передачі шахрай знаходиться недалеко та приймає відеодані за допомогою ноутбука" [22]. Щоб захистити себе від цього виду шахрайства необхідно, щоб банкомати

розташовувалися в безпечних місцях. Також варто звертати увагу на зовнішній вигляд зчитувачів карток та клавіатур. Не повинно бути ніяких сторонніх предметів, оскільки пристрої шахраїв зазвичай можна легко перемістити. Для зняття готівки бажано використовувати картку з чіпом. Це пов'язано з тим, що дані на чіпі важко підробити, а шахраї не витрачають час на його підробку.

- фішинг, назва цього виду шахрайства походить від англійського слова phishing (риболовля на живця). Існує кілька різновидів цього виду шахрайства. Найпростішим є телефонне шахрайство: шахрай видає себе за працівника банку і просить пригадати реквізити карткового рахунку, особистий ідентифікаційний номер, дівоче прізвище дівоче прізвище матері, дату народження тощо. У багатьох випадках шахраїв цікавить PIN-код, тобто код на зворотному боці платіжної картки (CVV2/CVC2, який найчастіше використовується при покупках в інтернеті). Електронна пошта та інші форми зв'язку також можуть бути використані для вчинення шахрайства. також шахраї використовують інформацію про клієнтів банку, отриману від корумпованих банківських працівників. "За цих умов, основною рекомендацією щодо протидії даному виду шахрайства є суворе дотримання конфіденційності інформації відносно карткового рахунку як з боку працівників банку, так і з боку безпосередньо користувачів пластикових платіжних карток. У разі, коли у користувача виникає підозра щодо порушення конфіденційності зазначеної інформації, йому слід вжити заходів щодо блокування такої картки та її наступного перевипуску" [10];

- трейпінг - один з найпростіших способів отримати платіжну картку. Для цього виду шахрайства, злочинець створює так звану "ліванську петлю", яку можна непомітно помістити в картрідер банкомату. Жертва підходить до банкомату, вставляє свою платіжну у віконце кардрідера, вже "обладнане" цим пристроєм, вводить ПІН-код, але картку не повертають, навіть після зняття коштів. Злочинець у цій ситуації вдало маніпулює розгубленістю людини та обертає стресову ситуацію стресову ситуацію, в якій опинилася жертва, на свою користь. Зазвичай злочинець або його спільники присутні в цей час, і він

використовує різні психологічні прийоми, щоб змусити жертву повірити йому і відійти від банкомату, наприклад, до найближчого відділення банку. У цей момент шахрай витягує пристрій з банкомату разом з карткою, а потім викрадає гроші з рахунку. Що стосується опису особи жертви, то варто зазначити, що жертви часто є туристами або проживають в іншій місцевості (наприклад, в іншому місті) (наприклад, в іншому районі). Погане знання мови, уявлення про те, що сталася технічна несправність, відчуття, що їхній банк знаходиться далеко, часто призводять до того, що жертва сприймає місцевого жителя, який цікавиться ситуацією, як рятувальника, чим і користуються шахраї [16];

- використання фейкових інтернет-ресурсів. У цьому випадку шахраї використовують спеціально створені сайти. Досить часто шахраї намагаються вибирати популярні ресурси з доменними іменами, що відрізняються лише однією-двома літерами від відомих ресурсів, що продають товари чи послуги. Фейкові Інтернет-ресурси пропонують покупцям ввести реквізити платіжної картки для оплати певної послуги чи товару. Але насправді послуга (товар) фактично не надається, а лише відбувається збір даних про платіжні картки клієнтів для подальшого використання;

- персональний комп'ютер, телефон або інший пристрій, який ви використовуєте для здійснення платежу, заражений вірусом. Вірус може потрапити на ваш комп'ютер через небажану пошту, або через веб-сайт в Інтернеті. Достатньо зробити хоча б одну легальну покупку в Інтернеті (на належним чином функціонуючому сайті), і вірус збереже всю вашу банківську інформацію під час оплати і відправить її шахраям.

Очевидним є той факт, що громадяни України потребують більше інформації про сучасні та ефективні способи захисту від такого шахрайства, і переважна більшість з них не знають, як захистити свої карткові кошти. За таких обставин найефективнішим способом запобігти шахрайству є насамперед ознайомлення банківських працівників, а особливо тих, хто консультує власників карток при їх отриманні, з сучасними засобами захисту від шахрайських атак.

Крім інформування власників платіжних карток, держателів карток та клієнтів банків, доцільним є створення ефективної нормативно-правової бази, яка регулюватиме питання, пов'язані з банківською безпекою та безпекою операцій з платіжними картками. У 2004 році світова банківська спільнота розробила єдиний набір вимог до безпеки даних - Стандарт безпеки даних індустрії платіжних карток Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS), який об'єднав вимоги найпопулярніших платіжних систем Visa Int, Discover Card та JCB [13].

Всі організації, які зберігають, обробляють або передають інформацію про платіжні картки, уповноважені вищезазначеними платіжними системами, повинні відповідати стандарту PCI DSS. Обов'язкові вимоги стандарту PCI DSS наведені на рисунку 1.3.

Процес зниження ризиків під час емісії зводиться до мінімізації впливу факторів ризику використання банківських карток на прибутковість бізнесу в цілому. В основу процесу може бути покладено моделі поведінки середньостатистичного клієнта, яка характеризується низкою параметрів, відхилення від яких система онлайн-моніторингу може розпізнати як система онлайн-моніторингу може розпізнати як шахрайство і відмовитися від завершення транзакції. Однак, створення адекватної статистичної моделі поведінки клієнтів є дуже трудомістким процесом, а також дуже комп'ютерні ресурси. Тому для вирішення проблеми запобігання шахрайству доцільно передати частину функцій управління ризиками безпосередньо власникам карток. Під час випуску та використання картки держатель та використання картки, власник картки зможе сам визначити для себе модель поведінки за замовчуванням.

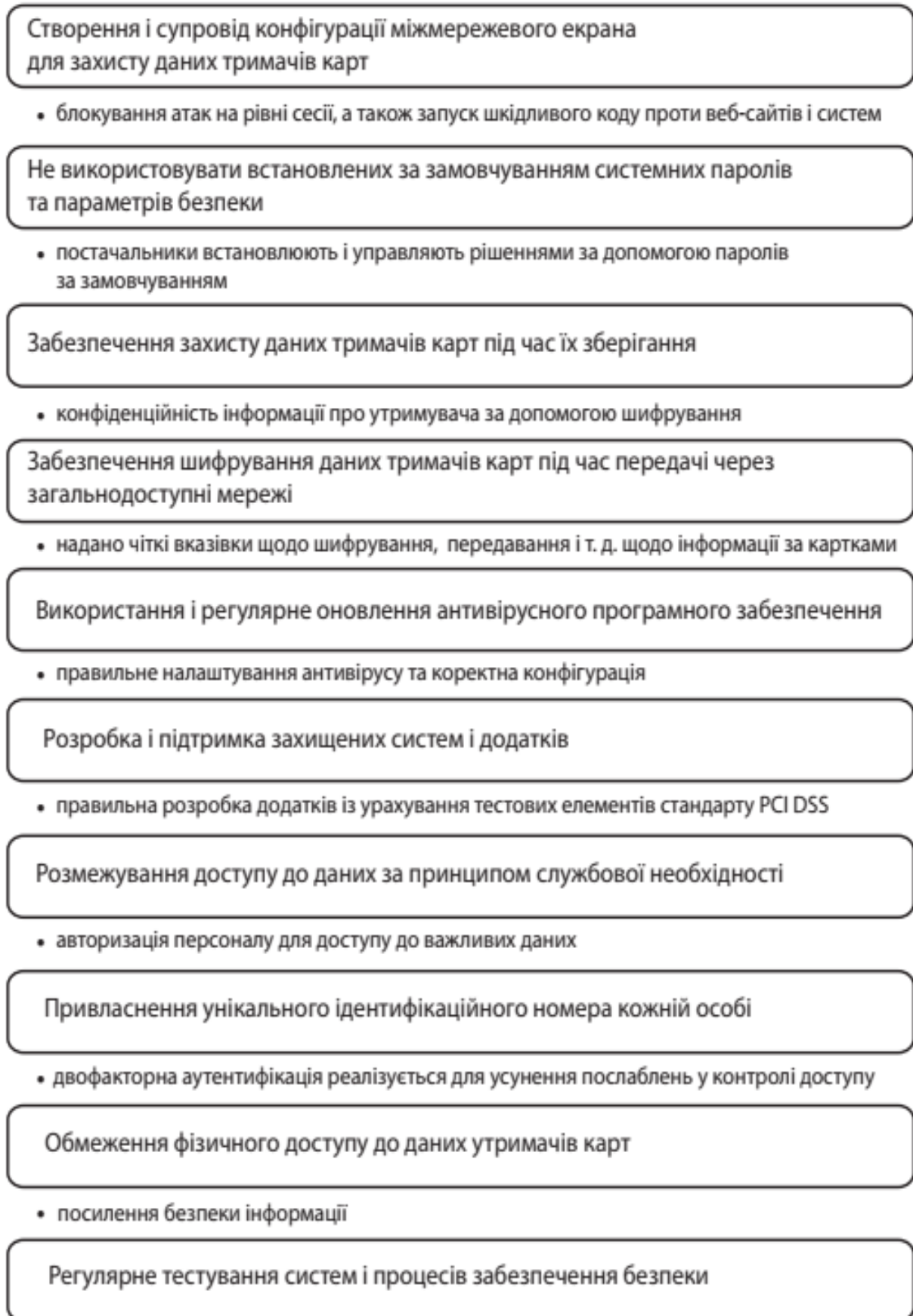


Рисунок 1.3 – Вимоги Стандарту безпеки даних індустрії платіжних карток  
Джерело [13].

Для цього банк повинен надати держателю картки можливість швидко змінювати параметри моделі використання. Такий підхід вимагає певних ресурсних витрат для банку у вигляді зміни програмного забезпечення, розробка нової технології управління параметрами картки, модифікація програмного забезпечення для колл-центру та організації відповідної рекламної кампанії серед держателів карток.

Системи офлайн-моніторингу банку та дозволяє виявляти випадки підробки карток на ранній стадії без фінансових втрат. Заходи з мінімізації ризиків функціонування торговельно-сервісної мережі передбачають реалізацію комплексу організаційних та технологічних процедур, спрямованих на обмеження можливості несанкціонованих платежів та створення стабільного і непривабливого для шахраїв іміджу торговельно-сервісної мережі банку. Організаційні методи спрямовані на підвищення рівня компетентності працівників торговельно-сервісної мережі щодо прийому карток та вдосконалення методів запобігання шахрайству. Особливу увагу слід звернути на наочним посібникам та чітким інструкціям щодо запобігання шахрайству. Заходи з протидії ризикам шахрайства, що виникають у зв'язку з підвищенням економічної активності бізнес-одиниць, також є актуальними на сьогоднішній день. З метою запобігання та мінімізації ризиків шахрайства найважливішими напрямками здійснення таких дій:

- надавати пріоритет технічним заходам безпеки над організаційними при впровадженні вимог стандарту PCI DSS. Стандарт PCI DSS, який на сьогоднішній день є найважливішим практичним та нормативним документом для індустрії платіжних карток;

- прискорити оснащення банкоматів антискімінговим обладнанням, запровадити моніторинг банкоматної мережі для своєчасного запобігання скімінгу, тобто несанкціонованого втручання в роботу банкоматів;

- посилити заходи безпеки в еквайринговій мережі в тому числі шляхом надання додаткової інформації касирам торговельно-сервісних підприємств,

менеджерам та касирам відділень банків про різні види шахрайства з платіжними картками.

Таким чином, підсумовуючи, зазначимо, що у сучасній глобалізованій економіці розвиток безготівкових платіжних систем збільшенню споживання різноманітних банківських продуктів, різноманітних платіжних інструментів - платіжних карток. Операції з платіжними картками є основою світової банківської системи завдяки інноваційній платіжній функції грошей. Шахрайство як специфічний вид діяльності, шахрайство з платіжними картками має значний негативний вплив на економіку кожної країни світу. Тому необхідно звернути увагу на елементи безпеки платіжних карток, що вимагає консолідації нормативно-правових, технічних, організаційних та контрольних заходів між емітентами та отримувачами платіжних карток.

## 2 Аналітичні засади розвитку карткового ринку в Україні

### 2.1 Аналіз тенденцій розвитку ринку платіжних карток у Україні за 2018-2022 роках

Протягом останніх десятиліть активний розвиток мережі Інтернет, зростаюча діджиталізація фінансових відносин та віртуалізація інституційної основи фінансового сектору, в тому числі взаємодії банківських установ з клієнтами, призвели до того, що платіжні картки стали важливою складовою процесу впровадження інноваційних технологій у механізм руху та розрахунків за грошові кошти. Існують навіть так звані цифрові банки, або небанки, які повністю не мають відділень і в основному залучають та обслуговують клієнтів через цифрові точки доступу, такі як наприклад, мобільні додатки. За цих умов платіжні картки стають важливим інструментом для виконання складного завдання зменшення частки готівкових розрахунків у загальному грошовому обороті. Важливим засобом зниження загальних витрат обігу та підвищення ефективності розвитку економіки в цілому.

Незважаючи на розгалужену мережу банківських установ, передові технології електронних платіжних систем, розвинуті послуги мобільного банкінгу, карткові сервіси та безконтактні платіжні термінали, які в цілому забезпечують населенню та бізнесу максимально широкий доступ до безготівкових розрахунків, готівка залишається важливим засобом проведення фінансових операцій у роздрібній торгівлі в Україні. Вона є основним конкурентом готівки та платіжних карток на ринку платежів, а частка небанківських грошей порівняно з ними у розвинених країнах є досить високою.

Основними причинами такої тенденції є відтік коштів з банківського сектору під час фінансово-економічної кризи, напруженості та банківської

паніки, а також зростання сумнівів у спроможності банків виконувати свої зобов'язання, а також індивідуальні уподобання споживачів, де навіть високотехнологічний розвиток платіжних сервісів, доступність дистанційного банківського обслуговування та очевидна зручність електронних способів розрахунків не можуть позбутися звички використовувати готівку як більш надійний резерв ліквідності. Водночас, подальші процеси скорочення готівкових розрахунків та розвитку безготівкових платежів є неминучими.

Адже, безготівкові платежі мають безсумнівні переваги для всіх без винятку учасників грошового обігу [8]:

- для домогосподарств мотивуються зручністю та безпекою, що пов'язано з можливістю прискорювати платежі та оперувати великими сумами грошей без ризику втратити їх через пограбування чи шахрайство;

- для бізнес одиниць переваги у прискоренні грошових потоків і, відповідно, зменшенні витрат обігу. Це позитивно впливає на зростання прибутку, зниження витрат і підвищення конкурентоспроможності;

- держава має більше можливостей для боротьби з тіньовою економікою, спрощення адміністрування податків та збільшення податкових надходжень до бюджету, особливо надходжень від ПДВ, а також зменшення витрат, пов'язаних з адмініструванням платежів у бюджетному секторі та секторі місцевого самоврядування;

- банки, як професійні учасники фінансового ринку та організатори грошового обігу, отримують такі переваги, як зменшення трансакційних витрат, пов'язаних з оформленням документації та утриманням дорогої інфраструктури для обслуговування емісії, переміщення, зберігання, інкасації та переказу готівки; та мають можливість збільшити ресурсну базу для подальшого розширення кредитного бізнесу.

Це означає, що активне використання платіжних карток зумовлене високим попитом на них у зв'язку з якісними змінами в організації готівкового грошового обігу, де безготівкові платежі все більше витісняють готівкові розрахунки.

В Україні кількість та обсяги безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток продовжують стабільно зростати, зокрема завдяки постійним зусиллям НБУ, спрямованим на діджиталізацію фінансової системи. Останнім часом регулятор вжив заходів щодо спрощення процедур емісії платіжних карток та проведення операцій з їх використанням:

- розширив можливості для бізнесу використовувати корпоративні платіжні картки,
- спростив процедуру отримання платіжної картки довіреною особою власника рахунку - фізичної особи та розширив можливості для проведення операцій з платіжними картками з використанням хмарних сервісів, що надаються обладнанням розвинених країн [19].

Як наслідок, можна спостерігати досить стійку тенденцію до збільшення обсягів емісії платіжних карток українськими банками протягом останніх років (таблиця 2.1).

Як видно з даних таблиці 2.1, загальна кількість платіжних карток, емітованих комерційними банками в Україні в Україні за останні п'ять років зросла майже на 50%: з 60 до 90 мільйонів карток. Лише за останній рік приріст склав 21,3% порівняно з попереднім роком. При цьому більше половини випущених платіжних карток (52%) були активними платіжними інструментами, якими користувалися %) були активними платіжними інструментами, що використовувалися суб'єктами господарювання для здійснення видаткових операцій. Поступове зростання популярності безконтактних та токенізованих платіжних карток, які включають які включають більш досконалі технології інформаційної безпеки, є ознакою подальшої діджиталізації платіжних механізмів і того, що все більше економічних суб'єктів охоплено ними.

Таблиця 2.1 - Динаміка кількості платіжних карток, емітованих українськими банками, за типом носія інформації у 2018-2022 рр.

У мільйонах штук

Показники	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Загальна кількість емітованих платіжних карток в обігк	59,9	59,4	68,9	73,4	89,1
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	*	-0,5	+9,5	+4,5	+15,7
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	*	-0,83	+15,99	+6,53	+21,39
Активні платіжні картки	34,9	36,9	42,2	40,4	46,3
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	*	+2	+5,3	-1,8	+5,9
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	*	+5,73	+14,36	-4,27	+14,60
Безконтактні платіжні картки	2,7	4	8,6	13,2	20
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	*	+1,3	+4,6	+4,6	+6,8
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	*	+48,15	+115,0	+53,49	+51,52
Токенізовані платіжні картки	0	0	2,5	3,9	6,7
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	*	0	+2,5	+1,4	+2,8
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	*	0	+100,0	+56,0	71,79

Складено за даними [19].

Варто зазначити, що понад дві третини готівки в обігу знімається держателями карток у банкоматах, а не використовується для безготівкових розрахунків. Крім того, порівняно з іншими країнами Україна все ще має досить низький рівень охоплення безготівковими технологіями на душу населення. Тому вкрай важливо, щоб вітчизняні банки продовжували зосереджуватися не на кількісному розповсюдженні платіжних карток в обігу, а на підвищенні якості їх використання з метою збільшення кількості операцій з уже випущеними картками.

Незважаючи на ці недоліки, процеси подальшої діджиталізації економіки мають стійкий вплив на платіжний обіг. Загалом частка безготівкових розрахунків платіжними картками в Україні зросла майже до 61% на кінець 2022 року з 56% на початок року. Кількість операцій з платіжними картками, емітованими комерційними банками в Україні, сягнула 7817,1 млн, а їх обсяг - 5091,7 млрд грн, що майже на майже на третину (30,3% та 28,7% відповідно) більше, ніж у 2021 році (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 - Динаміка кількості та обсягу операцій, здійснених за допомогою платіжних карток в Україні за 2018-2022 рр.

Роки	Загальна кількість карток, млн шт.	Безготівкові операції		Отримання готівки		Загальна сума, млрд. грн	Безготівкові операції		Отримання готівки	
		Млн шт.	%	Млн шт.	%		Млрд . грн	%	Млрд . грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2018	3091	2311	74,8	780	25,2	2125	835	39,3	1290	60,7
2019	3915	3073	78,5	842	21,5	2876	1297	45,1	1579	54,9
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	+824	+62	+3,7	+62	-3,7	+751	+462	+5,8	+289	-5,8
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	+26,66	+32,97	+4,95	+7,95	-14,68	+35,34	+55,33	+14,76	+22,40	-9,56
2020	5057	4167	82,4	890	17,6	3576	1798	50,3	1778	49,7

Кінець таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	+1142	+1094	+3,9	+48	-3,9	+700	+501	+5,2	+199	-5,2
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	+29,17	+35,60	+4,97	+5,70	-18,14	+24,34	+38,63	+11,53	+12,60	-9,47
2021	5997	5211	86,9	786	13,1	3958	2209	55,8	1749	44,2
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	+940	+1044	+4,5	-104	-4,5	+382	+411	+5,5	-29	-5,5
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	+18,59	+25,05	+5,46	-11,69	-25,57	+10,68	+22,86	+10,93	-1,63	-11,07
2022	7817,1	7039,9	90,1	777,2	9,9	5091,7	3099,1	60,9	1992,6	39,1
Абсолютний приріст (спад) до попереднього року	+1820,1	+1828,9	+3,2	-8,8	-3,2	+1133,7	+890,1	+5,1	+243,6	-5,1
Відносний приріст (спад) до попереднього року, %	+30,35	+35,10	+3,68	-1,12	-24,43	+28,64	+40,29	+9,14	+13,93	-11,54

Складено за даними [19].

Як видно з таблиці 2.2, кількість операцій з платіжними картками, емітованими українськими банками, досягла 7 817,1 млн шт. на суму 5 091,7 млрд грн. Це майже на третину (30,3 % та 28,7 % відповідно) більше, ніж у 2021 році. Водночас кількість безготівкових операцій з платіжними картками у 2022 році зросла на 35,1% до 7 039,9 млн шт, що становить 90,1% від загальної кількості операцій з платіжними картками, а загальна сума безготівкових операцій з платіжними картками збільшилася на 40,3%, тобто зросла до 3 099,1 млрд грн (60,9% від загальної кількості операцій за картками). При цьому

збільшилася кількість операцій зняття готівки за допомогою платіжних карток у 2022 році зменшилася на 1,1%. Ці тенденції свідчать про те, що учасники ринку в Україні все частіше готові використовувати платіжні картки як засіб оплати товарів та послуг в контексті безготівкових розрахунків, а не як інструмент для зняття готівки в банкоматі. На відміну від банківських депозитів, платіжні картки мають кращу ліквідність, а отже, надійність, коли йдеться про зберігання грошей, і тому користуються більшою довірою серед населення. Крім того, частка безготівкових операцій демонструє стійку позитивну динаміку зростання. Адаже нові покоління клієнтів, які є більш підкованими у сфері цифрових технологій, створюють відповідний попит на сучасні банківські платіжні сервіси.

Стійкість цієї тенденції підтверджують і дані про мету безготівкових операцій з використанням платіжних карток. Більше половини від загальної кількості таких операцій (52,4%) було здійснено в торговельних мережах, а їх частка в загальній сумі розрахунків за допомогою платіжних карток становила 28,4% від усіх безготівкових платежів. З негативного боку слід зазначити, що впровадження безготівкових розрахунків в інших сферах діяльності (роздрібна торгівля, громадське харчування, побутове обслуговування, готельний бізнес, туристичний транспорт, платні медичні та освітні послуги, послуги у сфері відпочинку та розваг тощо), а також у сільській місцевості, залишається низьким.

Друге місце за популярністю займає оплата товарів та послуг в Інтернеті (26% за кількістю та 23% за сумою, що становить майже 721,3 млрд грн), що вочевидь є наслідком зростання обсягів електронної комерції через запровадження карантинних обмежень під час пандемічної кризи, але водночас це також свідчить про зростаючі переваги електронної комерції завдяки ширшому асортименту товарів та нижчим цінам, ніж у традиційних магазинах. Крім того, в спостерігається тенденція до збільшення кількості платіжних терміналів. Кількість платіжних терміналів, поширення онлайн-банкінгу та можливість домогосподарств сплачувати рахунки та інші регулярні платежі за

допомогою платіжних карток сприяли сталому розвитку ринку платіжних карток. Водночас це ще одне свідчення того, що економічні суб'єкти все більше довіряють платіжним карткам як надійному платіжному інструменту. Про це свідчать дані, наведені на рисунках 2.1 та 2.2, що характеризують довіру до платіжних карток як до надійного платіжного інструменту.

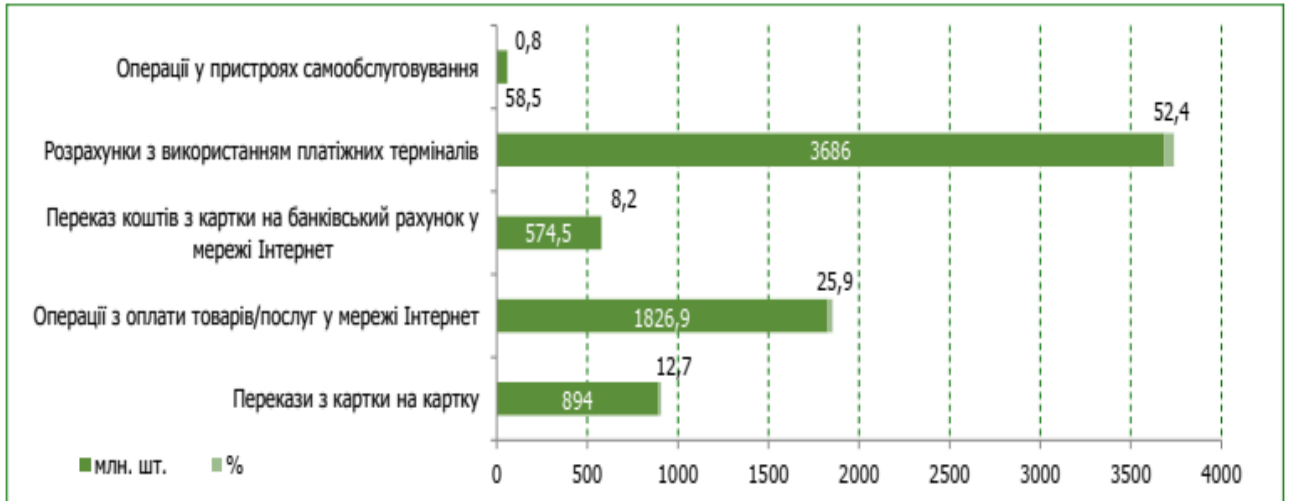


Рисунок 2.1 – Поділ безготівкових розрахунків, які здійснено із використанням платіжних карток в Україні за 2022 р. за кількісним вираженням  
Джерело [19].

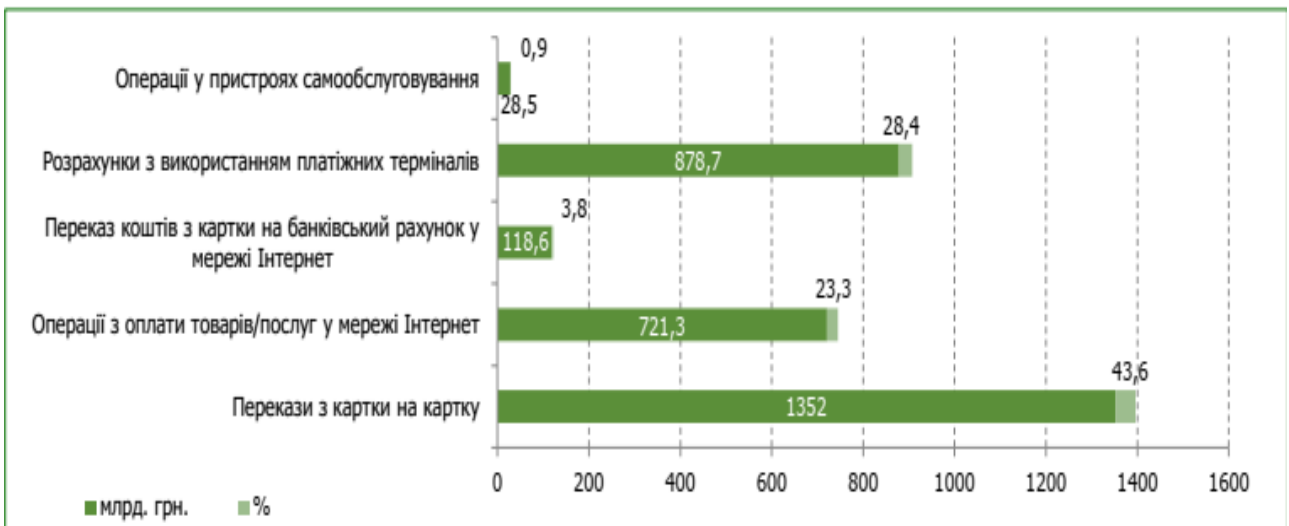


Рисунок 2.2 – Поділ безготівкових розрахунків, які здійснено із використанням платіжних карток в Україні за 2022 р. за сумою операцій  
Джерело [19].

Водночас варто зазначити, що середня сума розрахунків платіжною карткою є невелика. Зокрема, за даними НБУ, середня сума однієї транзакції в торговельній мережі з використанням платіжних терміналів у 2022 році становила 238 грн, а середня сума одного переказу з картки на картку - 1 512 грн [19]. Середня сума однієї транзакції з оплати товарів та послуг в Інтернеті становила 395 грн, а при використанні пристроїв самообслуговування - 488 грн [19]. Зрозуміло, що подальше зростання інфляції та ймовірне підвищення рівня номінальних доходів населення, що слідуватиме за цим, визначатимуть тенденцію до зростання середнього обсягів різних видів безготівкових операцій з платіжними картками.

Якщо проаналізувати структуру ринку платіжних карток в Україні з точки зору самих банків, то слід також зазначити, що він є високомонополізованим. Лідером з емісії карток є АТ КБ "ПриватБанк", на частку якого припадає майже половина всіх платіжних карток, випущених в країні - 45,1%. На другому місці знаходиться АТ "Ощадбанк" з 16,6%, а третє місце за кількістю випущених карток посідає АТ "Універсал Банк", який з 10,6% витіснив з трійки лідерів за кількістю емітованих платіжних карток АТ "Райффайзен Банк". Структура кількості емітованих платіжних карток банківськими установами України представлена на рисунку 2.3.

Зрозуміло, що такий розподіл ринку між невеликою кількістю емітентів платіжних карток не є сприятливим для розробки оптимальної оптимальної тарифної політики за картковими операціями по відношенню до клієнтів комерційних банків. Але є, однак, лише відображенням загальної монополізації українського ринку банківських послуг в цілому, коли більшість банківських активів сконцентрована в декількох банківських установах. Така ситуація на ринку платіжних карток певною мірою впливає і на його інфраструктуру, оскільки банки, які по суті займають монопольне становище в емісії карток, зацікавлені в поступовому скороченні кількості банкоматів. Це має на меті як зменшення власних витрат банків, так і створення умов, сприятливих для

користувачів карткових послуг відходили від готівки і переходили на розрахунки безготівковими платіжними засобами.

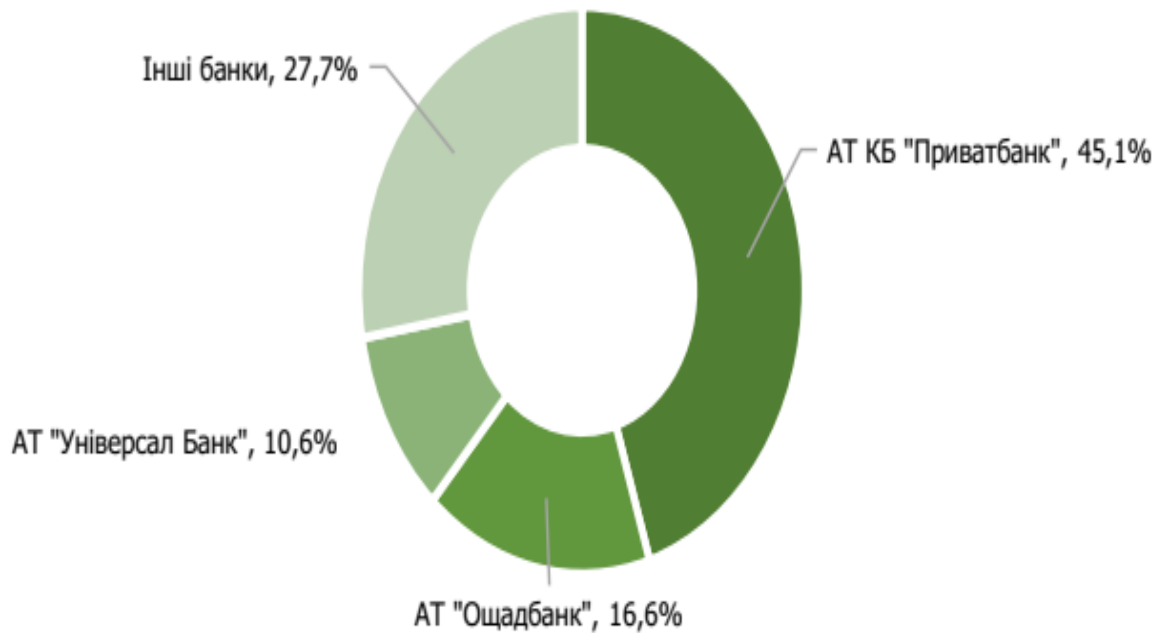


Рисунок 2.3 – Структура кількості емітованих платіжних карток банківськими установами України у 2022 р.

Джерело [19].

Саме ця тенденція характеризує зміни в кількісному та якісному складі платіжної інфраструктури в Україні за останні п'ять років (рисунок 2.4). Як видно з даних, наведених на рисунку 2.4, загальна кількість пристроїв платіжної інфраструктури протягом аналізованого періоду стабільно зростала, збільшившись майже вдвічі - з 232,1 тис. одиниць до 426,5 тис. одиниць, тоді як за окремими компонентами спостерігалася протилежна тенденція. Зокрема, відбулося зменшення кількості банкоматів та програмно-технічних комплексів самообслуговування (ПТКС) з 37 до 33,6 тис. одиниць, а банківських терміналів - з 19,6 до 12,6 тис. одиниць пристроїв. Водночас кількість платіжних терміналів у торговельно-сервісній мережі збільшилася на 13,7% до 426,5 тис. одиниць, з яких 393,6 тис. одиниць (92,3%) - безконтактні термінали.

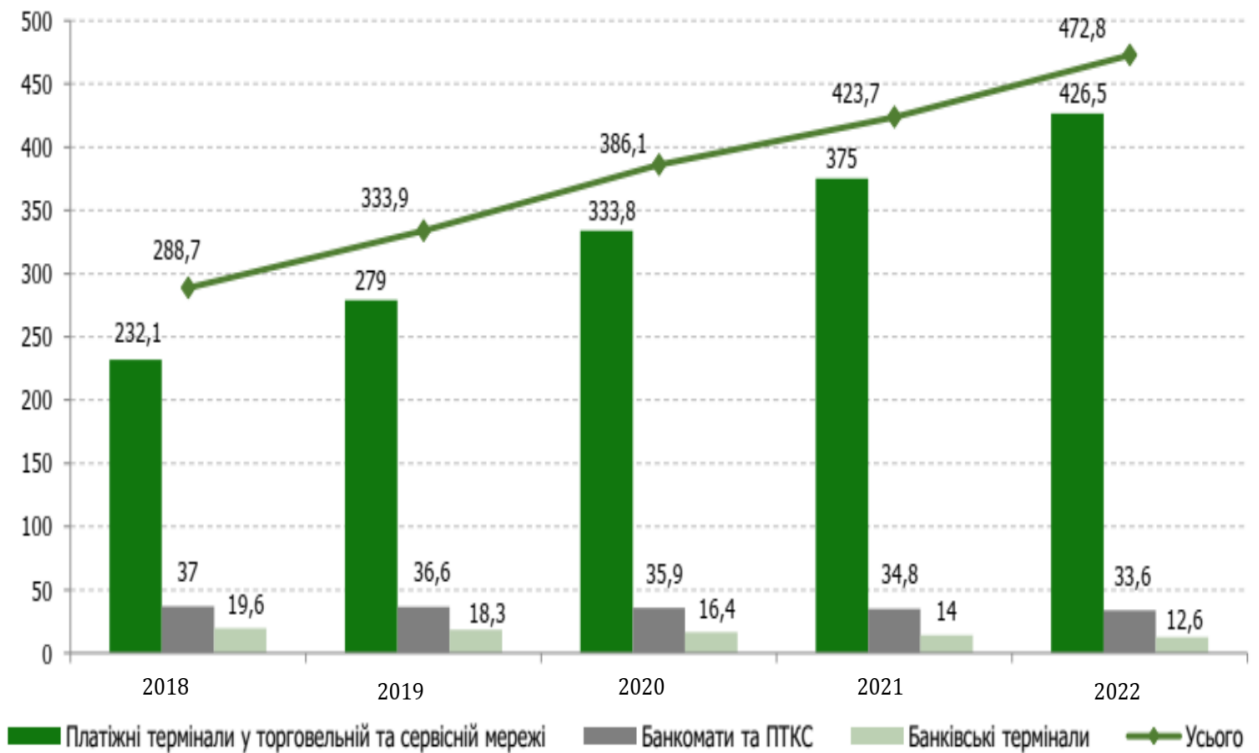


Рисунок 2.4 – Тенденції розвитку платіжної інфраструктури ринку платіжних карток в Україні за 2018-2022 рр.

Джерело [19].

За даними НБУ, кількість суб'єктів господарювання, які приймають до оплати платіжні картки, зросла, у 2022 році зросла на 13,7% порівняно з 2021 роком і становила 371,6 тис. одиниць [НБУ]. Зросла також і кількість терміналів у розрахунку на 1 млн постійного населення нашої держави, яка станом на 1 січня 2023 року становила 10,7 тис. од. порівняно з 1 січнем 2022 року, коли цей показник становив 9,4 тис. на 1 млн жителів, хоча слід зазначити, що, незважаючи на позитивну динаміку, такий рівень забезпеченості населення POS-терміналами все ще становить майже половину від середнього показника по ЄС.

## 2.2 АТ «ОЩАДБАНК»: характеристика напрямів діяльності, аналіз фінансового та майнового забезпечення функціонування у 2020-2022 рр.

Об'єктом кваліфікаційного дослідження є платіжні карткові системи України, операції з платіжними картками та продуктові програми банків на прикладі АТ «ОЩАДБАНК». Відмітимо, що сьогодні АТ «ОЩАДБАНК» є універсальною банківською установою, яка зосереджує свої зусилля на створенні сприятливих та вигідних умов обслуговування клієнтів, розширенні переліку банківських продуктів та послуг, збільшенні присутності на ринку. Банк має закріплену законом державну гарантію збереження вкладів громадян та їх видачі за першою вимогою. Одноосібним учасником банку є Держава Україна в особі Кабінету Міністрів України, яка має 100 відсотків у статутному капіталі банку. Особою, яка опосередковано володіє істотною участю в АТ «Ощадбанк» є Міністерство фінансів України - центральний орган виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України [18].

Нині українці можуть отримувати банківські послуги в 1183 відділеннях у всіх контрольованих регіонах України. Згідно з даними НБУ станом на кінець першого півріччя 2023 року АТ «ОЩАДБАНК» мав найбільш розгалужену мережу відділень серед усіх українських банків. До послуг клієнтів 2790 банкоматів та 2555 терміналів самообслуговування. Більшість послуг Ощадбанку цілодобово доступна в додатку «Мобільний Ощад».

За роки свого існування АТ «ОЩАДБАНК» завоював репутацію бездоганного ділового партнера, який спроможний виконувати взяті на себе зобов'язання незалежно від впливу зовнішніх або внутрішніх факторів. Банк активно працює практично в усіх секторах українського фінансового ринку, на сучасному рівні обслуговує великих корпоративних клієнтів.

Банк є одним з лідерів кредитування реального сектору економіки України і посідає II місце серед банківських установ України за кредитами,

наданими юридичним особам. АТ «ОЩАДБАНК» є учасником спільної мережі системно важливих банків України Power Banking, що створена за ініціативи НБУ і складається з установ, які надаватимуть банківські послуги (отримання готівки, платежі, перекази, обмін валют) навіть в умовах тривалої відсутності електроенергії. Зокрема, 450 відділень АТ «ОЩАДБАНК» входять до Power Banking і готові працювати за повного блекауту. У травні 2023 р. АТ «ОЩАДБАНК» першим з вітчизняних банків розпочав відновлення роздрібного кредитування і протягом наступних місяців підтвердив лідерські позиції на ринку авто- та іпотечних позик. 1868 позичальників стали власниками. Загальна сума наданих АТ «ОЩАДБАНК» автокредитів становить 1,45 млрд грн; це – 58% ринку. Банком надано близько 760 млн грн іпотечних кредитів на загальну суму майже 970 млн грн; на цьому ринку частка АТ «ОЩАДБАНК» становить 55%.

АТ «ОЩАДБАНК» також є лідером державної програми пільгового іпотечного кредитування «Оселя»: видано більше 1000 таких кредитів на загальну суму 1,4 млрд грн. На рахунку банку і перша видана «Оселя» загалом, і перший такий кредит, виданий на квартиру в об'єкті незавершеного будівництва, і перша спільна програма з регіональною владою, яка зі свого бюджету компенсує частину відсоткової ставки.

Отже, АТ «ОЩАДБАНК» сьогодні – за основними показниками своєї діяльності входить у трійку лідерів вітчизняного банківського ринку. Маючи статус державного банку, АТ «Ощадбанк» уособлює стабільність, впевненість та динамічний розвиток та є національним надбаням держави, символом її респектабельності. За фінансовою звітністю АТ «ОЩАДБАНК» (додатки Б, В, Г, Д), що містить інформацію щодо складу зобов'язань, власного капіталу, активів та доходів та витрат банку, було проаналізовано динаміку основних складових фінансово-майнового забезпечення різних напрямів діяльності банку у 2020 - 2022 роках (таблиці 2.3 – 2.6).

Таблиця 2.3 – Аналіз динаміки величини та окремих складових зобов'язань АТ «ОЩАДБАНК» за 2020-2022 рр.

Зобов'язання	2020 р.	2021 р.			2022 р.		
	Сума, млн грн	Сума, млн грн	Відхилення		Сума, млн грн	Відхилення	
			млн грн	%		млн грн	%
Кошти отримані від НБУ	0	0	0	0	5499,3	+5499,3	+100,0
Кошти банків	6382,4	4237,3	-2145,1	-33,61	4517,2	+279,9	+6,61
Кошти клієнтів	151447,7	198808,7	+47361	+31,27	184886,2	-13922,5	-7,00
Інші залучені кошти	34787	18554	-16233	-46,66	12004,4	-6549,6	-35,30
Відстрочені податкові зобов'язання	399,9	524,8	+124,9	+31,23	432,8	-92	-17,53
Резерви за зобов'язаннями	311,1	526,7	+215,6	+69,30	634,1	+107,4	+20,39
Інші фінансові зобов'язання	3042,7	4997,5	+1954,8	+64,25	3320,8	-1676,7	-33,55
Інші зобов'язання	637,2	1201,9	+564,7	+88,62	1216,2	+14,3	+1,19
Субординований борг	2879,8	2462,6	-417,2	-14,49	1276,2	-1186,4	-48,18
Усього зобов'язань	202662,6	231313,7	+28651,1	+14,14	213787,3	-17526,4	-7,58

Складено за даними додатку Б.

Згідно даних таблиці 2.3 можна зробити висновок, що зобов'язання АТ «ОЩАДБАНК» в період з 2020 року по 2021 рік зростали, це зростання склало 28651,1 млн грн або 14,14%. А 2022 році порівняно із 2021 роком зобов'язання банку зменшилися на 17526,4 млн грн або на 7,58%. Необхідно відмітити, що найбільшу частку у зобов'язаннях банку становлять «Кошти клієнтів», яка з року в рік збільшувалась. Так у 2020 році їх частка у зобов'язаннях банку становила 74,73% у загальній величині зобов'язань; у 2021 році – 85,95%, а у 2022 році – 86,48%. Загалом кошти клієнтів мали мінливу тенденцію щодо їх обсягу: у 2021 році порівняно із 2020 роком вони зросли на 47361,0 млн грн або на 31,27%; у 2022 році порівняно із 2021 роком обсяг коштів клієнтів зменшився на 13922,5 млн грн або на 7,0%. Варто зазначити, що висока частка залишків на рахунках клієнтів знижує стабільність ресурсної бази банку, збільшує потребу у високоліквідних активах, спонукає банк до посилення

трансформації частини короткострокових ресурсів у більш довгострокові вкладення і цим загострює проблему ліквідності.

Що стосується такої складової зобов'язань банку як «Субординований борг», то за її обсягом відзначається щорічне зменшення (у 2021 році порівняно із 2020 роком зменшення склало 417,2 млн грн або 14,49%, у 2022 році порівняно із 2021 роком зменшення дорівнює 1186,4 млн грн або 48,18%).

Загалом зобов'язання АТ «ОЩАДБАНК» займають значну частку у пасивах банку. Так, у 2020 році їх частка становила 74,73% у загальній сумі банківських ресурсів; у 2021 році – 85,95%, а у 2022 році – 86,48%.

Аналіз динаміки власного капіталу АТ «ОЩАДБАНК» та його складових представлено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Аналіз динаміки величини та окремих складових власного капіталу АТ «ОЩАДБАНК» за 2020-2022 рр.

Власний капітал	2020 р.	2021 р.			2022 р.		
	Сума, тис. грн	Сума, тис. грн	Відхилення		Сума, тис. грн	Відхилення	
			тис. грн	%		тис. грн	%
Статутний капітал	49472,8	49472,8	0	0	49472,8	0	0
Резервні та інші фонди банку	270	270	0	0	270	0	0
Резерви переоцінки	2718,9	3516,9	+798	+29,35	3230,5	-286,4	-8,14
Нерозподілений прибуток (непо критий збиток)	-33919	-33707,8	-211,2	-0,62	-31038,1	-2669,7	-7,92
Усього власного капіталу	18542,7	19551,9	+1009,2	+5,44	21935,2	+2383,3	+12,19

Складено за даними додатку В

З даних таблиці 2.4 видно що, власний капітал АТ «ОЩАДБАНК» щорічно зростає. Так, у 2021 році порівняно із 2020 роком власний капітал банку зріс на 1009,2 млн грн, тобто на 67,73%. У 2022 році зростання власного капіталу склало 2383,3 млн грн, тобто 12,19%. За аналізований період величина такого складового елементу власного капіталу АТ «ОЩАДБАНК», як

статутний капітал залишалась незмінною і дорівнювала 49472,8 млн грн. При цьому, частка статутного капіталу в загальній величині власного капіталу банку є вельми значною: у 2020 році вона становила 266,8%; у 2021 році – 253,03%; у 2022 році – 225,54%.

Така ситуація пояснюється тим, що на обсяг власного капіталу АТ «ОЩАДБАНК» справляє негативний вплив наявність значних непокритих збитків минулих років. Варто все ж зазначити, що обсяг непокритих збитків банку з року в рік зменшується. Так, у 2021 році порівняно із 2020 роком розмір непокритих збитків зменшився на 211,2 млн грн або на 0,62%, а у 2022 році порівняно із 2021 роком їх величина зменшилась на 2669,7 млн грн або на 7,92%.

За даними додатку Д проведено аналіз динаміки загальної величини активів АТ «ОЩАДБАНК» та їх елементних складових за 2020-2022 роки, результати якого наведено у таблиці 2.5.

Дані таблиці 2.5 свідчать про те, що за період, який аналізується вартість активів АТ «ОЩАДБАНК» зростала і зменшувалась. Так у 2021 році порівняно з 2020 роком обсяг активів банку зріс на 32435 млн грн або на 14,85%, а у 2022 році порівняно з 2021 роком їх обсяг скоротився на 15143,1 тис. грн або на 6,04%).

Зростання активів за 2020-2021 роки більшою мірою відбулося за рахунок збільшення активів за такими статтями:

- «Грошові кошти та їх еквіваленти» зросли на 26089,1 млн грн або 245,33%;
- «Кошти в інших банках» - зросли на 8261,3 млн грн або 82,54%;
- «Цінні папери, які обліковуються за амортизованою собівартістю» - зросли на 18972,9 млн грн або на 106,37%.

Таблиця 2.5 – Аналіз динаміки величини та структурних елементів активів АТ «ОЩАДБАНК» за 2020-2022 роки

Активи	2020 р.	2021 р.			2022 р.		
	Сума, тис. грн	Сума, тис. грн	Відхилення		Сума, тис. грн	Відхилення	
			тис. грн	%		тис.грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Грошові кошти та їх еквіваленти	10634,5	36723,6	+26089,1	+245,33	10950,1	-25773,5	-70,18
Фінансові активи, що обліковуються за справедливою вартістю	41591,9	38578,4	-3013,5	-7,25	46152,3	+7573,9	+19,63
Кошти в інших банках	10008,5	18269,8	+8261,3	+82,54	1,2	-18268,6	-99,99
Кредити та заборгованість клієнтів	67543,2	65168,3	-2374,9	-3,52	38257	-26911,3	-41,30
Цінні папери, які обліковуються за справедливою вартістю через інший	57161,7	38228,3	-18933,4	-33,12	7925,8	-30302,5	-79,27
Цінні папери, які обліков. за амортиз. собівар.	17836,6	36809,5	+18972,9	+106,37	51298,4	+14488,9	+39,36
Інвестиції в асоційовані та дочірні компанії	24,8	24,8	0	0	24,8	0	0
Інвестиційна нерухомість	796,9	809,1	+12,2	+1,53	633,5	-175,6	-21,70
Дебіторська заборгованість щодо поточного податку на прибуток	267,3	270,3	+3	+1,12	275,2	+4,9	+1,81
Відстрочений податковий актив	269,7	155	-114,7	-42,53	199	+44	+28,39
Основні засоби та нематеріальні активи	8953,5	9965,8	+1012,3	+11,31	9725,4	-240,4	-2,41
Інші фінансові активи	1449,3	3575,9	+2126,6	+146,73	2361,8	-1214,1	-33,95
Інші активи	1892,6	2286,8	+394,2	+20,83	2470,5	183,7	8,03
Загальні активи	291010,6	314674,5	+23663,9	+8,13	268759,3	-45915,2	-14,59
Чисті активів	218430,6	250865,6	+32435	+14,85	235722,5	-15143,1	-6,04

Складено за даними додатка Г.

Зменшення обсягу активів за 2021-2022 роки було викликане зменшенням активів за такими статтями:

- «Грошові кошти та їх еквіваленти» зменшились на 25773,5 млн грн або 70,18%;
- «Кошти в інших банках» зменшились на 18268,6 млн грн або 99,99%;
- «Кредити та заборгованість клієнтів» зменшились на 26911,3 млн грн або 41,30%;
- «Цінні папери, які обліковуються за справедливою вартістю через інший» зменшились на 30302,5 млн грн або 79,27%.

Позитивний вплив на зміну вартості активів АТ «ОЩАДБАНК» у 2022 році здійснило зростання коштів за такими статтями активів, як: «Фінансові активи, що обліковуються за справедливою вартістю», які зросли на 7573,9 млн грн або на 19,63%; «Цінні папери, які обліковуються за амортизованою собівартістю», що збільшились на 14488,9 млн грн або на 39,36%.

Аналіз динаміки доходів, витрат та прибутку АТ «ОЩАДБАНК» за 2020-2022 роки представлено в таблиці 2.6.

З даних таблиці 2.6 видно, що діяльність АТ «ОЩАДБАНК» у 2020-2022 роках була прибутковою. Так, прибуток після оподаткування у 2020 році склав 162,2 млн грн; у 2021 році він зріс на 93,0 млн грн (57,34%) до рівня 255,2 млн грн, а у 2022 році він зріс на 2521,1 млн грн (987,89%) і склав 2776,3 млн грн. При цьому, дані таблиці 2.8 свідчать про щорічне зростання чистого процентного доходу банку ( у 2021 році його зростання становило 41,4 млн грн (0,76%), а у 2022 році він зріс на 2494,4 млн грн (45,42%). Процентні доходи є основою формування власних коштів банку, тому їх постійне зростання справляє позитивний внесок у розвиток банку та перспективи розширення його діяльності.

Таблиця 2.6 - Аналіз динаміки доходів, витрат та прибутку АТ «ОЩАДБАНК» за 2020-2022 роки

Показники	Рік			Відхилення (+,-)			
	2020	2021	2022	2021 р. від 2020 р.		2022 р. від 2021 р.	
	тис. грн	тис. грн	тис. грн	тис. грн	%	тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Процентні доходи	19345	19058,2	18462,3	-286,8	-1,48	-595,9	-3,13
Процентні витрати	13894,7	13566,6	10476,3	-328,1	-2,36	-3090,3	-22,78
Чистий процентний дохід	5450,2	5491,6	7986	+41,4	+0,76	+2494,4	+45,42
Комісійні доходи	5307,6	6443,8	8043,8	+1136,2	+21,41	+1600	+24,83
Комісійні витрати	1842,1	2240,3	3080,5	+398,2	+21,62	+840,2	+37,50
Чистий комісійний дохід	3465,5	4203,5	4963,3	+738	+21,30	+759,8	+18,08
Торговий результат	-1720,7	-194542	3727,9	-192821,3	11205,9	+198269,9	+101,92
Інші операційні доходи	380,1	493,4	392,3	+113,3	+29,81	-101,1	-20,49
Інші доходи	88	80,6	62,3	-7,4	-8,41	-18,3	-22,70
Всього доходів	7663,2	10074,6	17131,8	+2411,4	+31,47	+7057,2	+70,05
Відрахування до резервів	-3605,8	-123,9	-1623,1	+3481,9	+96,56	-1499,2	-1210,01
Адміністративні та інші операційні витрати	11236,2	9944,4	12776,3	-1291,8	-11,50	+2831,9	+28,48
Всього витрат	7630,4	9820,4	14399,4	+2190	+28,70	+4579	+46,63
Прибуток/збиток до оподаткування	32,8	254,2	2732,4	+221,4	+675,0	+2478,2	+974,90
Витрати на податок на прибуток	-129,5	-1	-43,9	-128,5	-99,23	+42,9	+4290,00
Прибуток/збиток після оподаткування	162,2	255,2	2776,3	+93	+57,34	+2521,1	+987,89

Складено за даними додатку Д

Узагальнюючи результати проведеного аналізу фінансово-майнового забезпечення діяльності АТ «Ощадбанк», варто зазначити, що банк є фінансово стійким, якому довіряє багатомільйонна чисельність клієнтів. Також відмітимо, що АТ «ОЩАДБАНК» активно співпрацює з міжнародними партнерами, які сприяють відновленню та розвитку економіки України. Так, нещодавно банк взяв участь у реалізації грантової ініціативи з підтримки українського бізнесу,

профінансованої урядом Німеччини. Разом з АТ «ОЩАДБАНК» та German Sparkassenstiftung у реалізації проєкту брали участь Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) та Фонд розвитку підприємництва (ФРП). У результаті першого етапу цього проєкту АТ «ОЩАДБАНК» прокредитував бізнес на 164 млн грн, 26 млн грн з яких було покрито грантами німецького уряду (до 30% суми).

Станом на 1 липня 2023 року чистий портфель кредитів АТ «ОЩАДБАНК» для мікро-, малого та середнього бізнесу (ММСБ) становить 20,4 млрд грн (плюс 3 млрд грн з початку 2023 року). Такого результату досягнуто в тому числі завдяки тому, що АТ «ОЩАДБАНК» пропонує різноманітні програми допомоги українському бізнесу (державні, регіональні та міжнародні), а також через спрощення механізму фінансування та лібералізації його умов. Віднедавна подати онлайн-заявку на кредитування та отримати попереднє рішення за 24 години клієнти ММСБ можуть за допомогою сервісу ОщадБізнес.

АТ «ОЩАДБАНК» продовжує фінансову підтримку великого бізнесу. В першому півріччі 2023 року АТ «ОЩАДБАНК» уклав з такими клієнтами кредитні угоди на 11,8 млрд грн. Цей обсяг майже дорівнює сумі укладених договорів у 2021 році та лише на 10% менше за показники 2020 року. Відповідно, обсяг укладених договорів за 2022 рік становить 13,9 млрд грн. Переважна більшість укладених договорів – із підприємствами-представниками аграрно-промислового комплексу та торгівлі. Крім того, угоди укладено з компаніями енергетичної, машинобудівної, нафтогазової і хімічної галузей.

Наприкінці грудня 2022 року АТ «ОЩАДБАНК» очолив рейтинг «25 провідних банків України під час війни» від інформаційного агентства Financial Club, ще раз довівши свою важливу роль як установи критичної інфраструктури під час війни.

### 3 Дослідження банківських продуктів ведення карткового бізнесу АТ «ОЩАЛБАНК» та напрямів удосконалення їх розробки

Нині перед банками стоїть завдання зберегти прибутковість бізнесу та підвищення конкурентоспроможності своїх продуктів. Актуальність цієї проблеми підтверджується негативними фінансовими результатами, які демонструють деякі українські банки в останні роки, а також ризики, пов'язані з втратою клієнтів через посилення конкуренції.

Як було зазначено у розділі першому кваліфікаційної роботи, платіжні картки є інструментом, який дозволяє банкам зберегти клієнтську базу та комісійні доходи навіть в умовах масового відтоку клієнтів, оскільки потреба в оплаті завжди буде актуальною для клієнтів. Однак високий рівень конкуренції на ринку платіжних карток ускладнює утримати клієнтів. Для вирішення цієї проблеми важливу роль має відігравати розробка банківських продуктів як інструмент досягнення цілей банку, його підвищення конкурентоспроможності та зменшення частки цінових факторів у величезному попиті.

Отже, через інтенсивну конкуренцію, мінливі ринкові умови та впровадження нових банківських технологій банки змушені постійно впроваджувати нові технології, банки постійно змушені впроваджувати нові продукти або вдосконалювати вже існуючі. Особливістю розвитку карткових банківських продуктів є те, що значна частина характеристик характеристик визначаються правилами платіжної системи і залежать від класу картки, а саме: наявність тиснення, елементів дизайну, площ та ембосування, елементів дизайну, сфери використання (зняття готівки, оплата через POS-термінали, Інтернет, імпринтер, розпізнавання голосу), функціональності (кредитна чи дебетова). Крім того, банківські продукти на основі платіжних карток відрізняються один від одного за сферою застосування. Основне призначення - здійснювати платежі в будь-який час і в будь-якому місці, що в свою чергу відображається на факторах, які визначають попит на них.

Ще одна відмінність полягає в тому, що банки завжди пропонують велику кількість різних послуг в рамках одного і того ж карткового продукту. Крім того, незважаючи на те, що термін дії платіжних карток обмежений кількома роками, тривалість користування картковим банківським продуктом не обмежена в часі. В цілому, характеристики платіжних карток означають, що карткові банківські продукти мають набагато довший життєвий цикл, ніж інші банківські продукти. Життєвий цикл товару - це період між виведенням товару на ринок і виведенням його з ринку, який поділяється на п'ять фаз: розробка, виведення на ринок, зростання продажів, стабілізація продажів і спад продажів. поділяється на п'ять фаз: розробка, запуск, зростання продажів, стабілізація продажів і спад продажів [7]. В рамках бізнесу платіжних карток банки пропонують велику кількість продуктів різним клієнтським сегментам. У таблиці 3.1 наведено класифікацію банківських продуктів залежно від типу клієнта та характеристик продукту.

Таблиця 3.1 - Види банківських продуктів на основі платіжних карток залежно від типу клієнта та характеристик продукту

Вид платіжної картки (продукту)	Тип клієнта	Характеристика платіжної картки (продукту)
Особиста платіжна картка	Фізична особа	Надаються послуги з випуску і обслуговування особистих платіжних карт
Пенсійна / соціальна платіжна картка	Фізичні особи, які мають право на отримання пенсійних або соціальних виплат	Надаються послуги з випуску і обслуговування платіжної карти для зарахування і виплати пенсійних або соціальних виплат
Корпоративна платіжна картка	Юридична особа або фізична особа-підприємець	Надаються послуги з випуску і обслуговування платіжної карти на ім'я довіреної особи підприємства з метою здійснення розрахунків, пов'язаних з статутною, господарською та представницькою діяльністю підприємства
Зарплатний проєкт	Юридична особа або фізична особа-підприємець	Надаються послуги з випуску і обслуговування платіжних карт на ім'я працівників підприємства для виплати заробітної плати на платіжні карти
Еквайринг	Роздрібні торгово-сервісні підприємства	Надаються послуги з прийому платіжних карт для здійснення платежів на користь торгово-сервісних підприємств

Джерело [28].

Однак, перш ніж перейти до розгляду питань щодо банківських продуктів із використанням платіжних карток, проаналізуємо наявний стан справ щодо карткового бізнесу АТ «ОЩАДБАНК». Так, на сьогодні банк пропонує своїм клієнтам такі варіанти сегментації карток (таблиця 3.2):

- особисті картки - картки для особистих потреб, платежів, переказів між картками, рахунків та бонусів, що ідеально підходять для приватних клієнтів, які цінують практичність та зручність;
- картки для виплат - швидке та комфортне отримання різноманітних видів грошових виплат в рамках діючого законодавства України;
- преміальні картки;
- зарплатні картки;
- картки для молоді;
- кредитні картки.

Таблиця 3.2 – Сегментація платіжних карток АТ «ОЩАДБАНК» за різними групами потреб клієнтів та їх характеристика

Група платіжних карток за потребами клієнтів	Назва платіжної картки	Особливості платіжної картки
Особисті картки	Моя картка	Безкоштовне оформлення та обслуговування рахунку Безкоштовне зняття готівки у банкоматах та перекази з картки на картку (до 20 000 грн/міс.) Акційні програми <a href="#">VISA/ Mastercard</a> Можна замовити пластикову картку у відділенні або цифрову в додатку Мобільний Ощад
	Цифрова картка АТБ	5% знижки в мережі АТБ безкоштовне оформлення онлайн безкоштовне зняття готівки перекази до 20 000 грн/міс
	Моє місто 1	Використовується мешканцями Києва для доступу до соціальної підтримки, послуг та сервісів. Надає знижки на товари та послуги торгових мереж доступ до адміністративних сервісів сучасного міста, соціальних програм і пільг
	Моє місто 2	Оптимальне співвідношення вартості та стандартних функцій. Для тих, хто бажає користуватись сервісами свого міста. Доступ до адміністративних сервісів сучасного міста, соціальних програм і пільг; бонуси за розрахунки картою можливість користуватися кредитними коштами

## Продовження таблиці 3.2

1	2	3
Картки для виплат	Картка для виплат (Пенсійна картка)	Для отримання пенсії та інших соціальних виплат. Зручне поєднання найнеобхідніших банківських послуг Безкоштовне оформлення та обслуговування рахунку безкоштовна видача готівки в установах і банкоматах Ощадку для пенсіонерів та отримувачів соцдопомоги підвищені відсоткові ставки по вкладах для клієнтів Ощадку, які отримують виплати пенсії Акційні програми VISA/ Mastercard
Преміальні картки	Mastercard Platinum	Картка, як мистецтво. Все що потрібно для комфортних подорожей, бонуси за розрахунки, преміальне обслуговування, страхування практично за всіма видами ризиків. Максимум привілеїв від Ощадку і партнерів. повний спектр сервісів в аеропортах програма привілеїв: Mastercard Більше персональний помічник «Консьерж-сервіс» безкоштовні додаткові картки
	Visa Platinum	Картка, що задає ритм. Ексклюзивні привілеї для подорожей, винагороди за розрахунки. безкоштовна додаткова картка програма привілеїв VISA "МОЇ БОНУСИ" повний спектр сервісів в аеропортах персональний помічник «Консьерж-сервіс» телемедицина (професійний медичний онлайн-супровід для держателів карток VISA) можливість користуватися кредитними коштами
	Кільце з NFC-чипом для оплат	Ексклюзивна пропозиція для поціновувачів комфорту. Оплачуйте легко – одним дотиком. NFC-кільце Visa – унікальне платіжне рішення, аналогів якому немає Має всі привілеї картки Visa Platinum Кільце виконане з кераміки без зайвих металевих деталей З ним можна занурюватися у воду на глибину до 50 м та не турбуватись про справну роботу
	Корпоративна преміальна картка Platinum	Для клієнтів-працівників підприємств, які належать до керівного складу, або клієнтів-підприємців, які зайняті у власному бізнесі. Картка вигідно підкреслить статус клієнта та надасть йому ще більше привілеїв і переваг. без декларування коштів на картці та купівлі іноземної валюти зручно контролювати господарські та представницькі витрати бонуси за розрахунки картою безкоштовний SMS-банкінг сервіси в аеропортах персональний помічник «Консьерж-сервіс»
	Картка класу Visa Infinite	Ексклюзивна картка від Visa та Ощадбанк безкоштовна додаткова картка. Бонусна програма: "МОЇ БОНУСИ"; повний спектр сервісів в аеропортах персональний помічник «Консьерж-сервіс» можливість користуватися кредитними коштами

Кінець таблиці 3.2

1	2	3
	Mastercard World Elite	<p>Картка, як мистецтво. Все що потрібно для комфортних подорожей, бонуси за розрахунки, преміальне обслуговування, страхування практично за всіма видами ризиків. Максимум привілеїв від Ощаду і партнерів.</p> <p>безкоштовні додаткові картки програма привілеїв: Mastercard Більше повний спектр сервісів в аеропортах персональний помічник «Консьерж-сервіс» premium banking</p>
	Картки класу Стандарт	<p>Для клієнтів-приватних підприємців та клієнтів-працівників підприємств, які можуть оплачувати особисті витрати або проводити розрахунки від імені компанії у відрядженнях.</p> <p>без декларування коштів на картці та купівлі іноземної валюти зручний контроль господарських та представницьких витрат</p>
Зарплатні картки	Моя зарплата	<p>Стандартна зарплатна картка поєднує найнеобхідніші банківські послуги збільшення процентної ставки при розміщенні вкладу для отримувачів заробітної плати через Ощад зниження відсоткової ставки та спеціальні умови на іпотеку для отримувачів заробітної плати через Ощад можливе оформлення картки з тарифами та можливостями від базових до преміальних Акційні програми VISA/ Mastercard</p>
Картки для молоді	Лайк'ю	<p>Перепустка у дорослий світ для дітей та підлітків безкоштовне оформлення та обслуговування платіжної картки безкоштовне поповнення картки дитини у Мобільному Ощаді замовлення картки через чат-бот або у відділенні Ощад зручний контроль за витратами дитини навчання дитини фінансової грамотності</p>
Кредитні картки	Моє MORE	<p>Перепустка у дорослий світ для дітей та підлітків безкоштовне оформлення та обслуговування платіжної картки безкоштовне поповнення картки дитини у Мобільному Ощаді замовлення картки через чат-бот або у відділенні Ощад зручний контроль за витратами дитини навчання дитини фінансової грамотності</p>
	Моя кредитка	Для тих, хто бажає отримати кошти зараз, а витратити, коли зручно.

Складено за даними [18]

Крім того, АТ «ОЩАДБАНК» пропонує своїм клієнтам, тримачам різних платіжних карт, різноманітні акції, на кшталт:

- «Ексклюзивні зимові пропозиції в Буковелі для держателів карток Mastercard World Elite від Ощаду;
- До 50% кешбеку на скіпаси з преміальними картками VISA від Ощаду;
- Отримуйте MORE можливостей та подарунків за розрахунки кредиткою Mastercard від Ощаду;
- Отримуйте ще більше кіновражень з картою Mastercard World Elite від Ощаду;
- Отримайте безкоштовну\* доставку з магазинів АТБ від Visa;
- Подаруйте укриття дітям (Ощадбанк за підтримки платіжної системи Visa та благодійного фонду savED з 21 вересня 2023 року розпочав другу хвилю благодійної акції «Подаруйте укриття дітям».)» [18].

Основними критеріями, що визначають попит фізичних осіб на карткові банківські продукти, вартість, часова та географічна доступність, інформаційна та фінансова безпека, зручність та простота використання. При встановленні цін банки можуть орієнтуватися на еластичність попиту та ціни конкурентів, точку беззбитковості, цільовий прибуток та корисність для користувача. Розробка тарифів, орієнтованих на корисність, виражається в необхідності простих принципів для уникнення конфліктів зі споживачем, необґрунтованих нарахувань та подвійних платежів.

Також слід уникати ситуацій, коли списання нарахованих комісій призводить до несанкціонованого овердрафту. Для цього, слід забезпечити списання комісій тільки за наявності достатньої кількості коштів на рахунку і тільки після синхронізації даних про стан рахунку клієнта між комп'ютерними системами банку та процесингового центру. Як вже зазначалося, банківський продукт складається з пакету послуг, і кожна з них має окрему вартість, визначену тарифним планом. Однак, різні послуги мають різну цінність для клієнта. Отже, ціна на кожну окрему послугу також матиме різний вплив на попит на банківський продукт.

У таблиці 3.3 показано, які послуги пропонуються в рамках карткового продукту, залежно від того, наскільки вони важливі.

Таблиця 3.3 – Категоризація послуг, що надаються платіжними картковими банківськими продуктами, за ступенем важливості

Рівень важливості	Опис послуги	Опис тарифу
1	Кредитна лінія, дозволений овердрафт або ощадний рахунок	Відсоткова ставка, яка нараховується на суму використаних кредитних коштів або на залишок коштів розміщених на ощадному рахунку
2	Відкриття і обслуговування платіжної карти.	Комісія сплачується одноразово або один раз на рік/місяць.
3	Поповнення рахунку	Комісія сплачується при зарахуванні коштів на рахунок.
4	Використання коштів	Комісія сплачується при знятті готівки або здійсненні переказів.
5	Всі інші послуги	Наприклад, плата за терміновий перевипуск карти або зміну ПІН-коду.

Таким чином, чим важливішою є послуга, тим менш еластичним є попит на неї з боку банку при встановленні тарифів, і навпаки. Як наслідок, ціни на різні додаткові послуги можна встановлювати дуже високі без ризику втратити клієнтів. Це збільшує загальний дохід від емісії платіжних карток.

Ще одним критерієм, за яким клієнти обирають банк, є безпека використання платіжної картки.

Інформаційна безпека - це запобігання ризикам, пов'язаним з витоком персональних або фінансових даних клієнтів. Для цілей цього документа фінансова безпека означає захист від наступних ризиків: ризики втрати коштів або тимчасової недоступності коштів через помилки працівників банку, технічні проблеми або неплатоспроможність банку.

Ще одним критерієм, яким може керуватися фізична особа при виборі банку, є зручність та простота користування платіжною картою. Цей критерій визначається досвідом та враженням клієнта від користування послугами банку. Досвід та враження від користування банківськими послугами. Таким

чином, на зручність та простоту користування банківськими послугами впливає якість обслуговування клієнтів. Серед факторів впливу - якість обслуговування клієнтів у відділенні, здатність контакт-центру обробити всі вхідні дзвінки, зручність та функціональність інтернет-банкінгу, IVR тощо.

У свою чергу, юридичні особи користуються великою кількістю банківських послуг одночасно, включаючи розрахунково-касове обслуговування, кредити та депозити. Для бізнесу зручніше отримувати всі необхідні послуги в одному банку, оскільки це економить час і позбавляє від необхідності користуватися кількома системами обслуговування клієнтів та здійснювати міжбанківські перекази для внутрішніх потреб, а також спрощує процес документообігу. Крім того, більшість банків базує своє рішення про суму кредиту для бізнесу залежно від грошових оборотів компанії з банком. Тому, концентруючи грошові обороти в одному банку, компанія має більше шансів отримати більш вигідні умови кредитування.

Таким чином, при виборі банку підприємства керуються не такими критеріями, як характеристики окремих банківських продуктів, а скоріше характеристики продукту, а скоріше такими критеріями, як фінансова стійкість банку, загальна вартість його послуг, відсоткова ставка на залишок коштів на депозитах тощо.

Для банківських продуктів назва є одним з основних інструментів позиціонування. Назва повинна відповідати основній функції або клієнтському сегменту продукту. Використання назви продукту має відповідати сучасним тенденціям на ринку платіжних карток, оскільки все більше банків рідко використовують стандартні назви категорій платіжних карток у назвах своїх платіжних карток. Це пов'язано з тим, що все більше банків рідко використовують стандартні назви категорій платіжних карток у своїх назвах продуктів платіжних карток, а замість цього використовують власні унікальні назви.

Економічну ефективність банківських продуктів (платіжних карток) можна підвищити, сконцентрувавши бізнес-процеси, пов'язані з розробкою,

просуванням і наданням банківських продуктів, на найбільш прибуткових клієнтських сегментах. Рівень прибутковості клієнта залежить від кількості послуг, якими користується клієнт, а також від суми, кількості та характеру операцій, здійснених клієнтом за певний період часу. Для того, щоб успішно зосередити свої зусилля на обраній групі клієнтів, банк повинен провести дослідження своїх клієнтів з метою визначити взаємозв'язок між прибутковістю клієнта та його характеристиками, такими як місце проживання, місце роботи, рівень доходу, наявність додаткових джерел доходу та заощаджень, рівень освіти та склад домогосподарства. Найбільш ефективними шляхами зменшення впливу цінових факторів на попит є підвищення якості послуг та розробка послуг з унікальними та складними для копіювання характеристиками та функціями.

Банківські продукти на основі платіжних карток є одними з найбільш залежних від якості обслуговування. Це пов'язано з тим, що клієнти постійно використовують платіжні картки для зберігання власних коштів, отримання та відправлення переказів і здійснення платежів. Тому якісне обслуговування включає в себе корисні поради щодо порядку здійснення різних операцій, комісій та якості обслуговування, а також своєчасну допомогу в разі виникнення проблем при користуванні картою.

Єдиним інструментом, який дозволяє розробити банківські продукти з унікальними характеристиками, є ко-брендинг, який полягає в тому, що банківський продукт використовується спільно кількома партнерами. Партнери використовують свої канали комунікації для просування своїх брендів та продуктів серед клієнтів партнерів. Ко-брендинг не тільки підвищує впізнаваність бренду кожного з партнерів і збільшує продажі, але й дозволяє їм отримати конкурентну перевагу. Існує два основних напрямки ко-брендингу в індустрії платіжних карток:

- випуск платіжних карток під кількома брендами (одного банку та іншої організації). Як правило, ко-брендовані платіжні картки використовуються для реалізації накопичувальних дисконтних програм для партнерів банку;

- надання певних знижок у відділеннях банків-партнерів за умови, що оплата здійснюється платіжною картою банку-партнера.

Смарт-картки можуть відігравати важливу роль у розвитку кобрендингу. Їх функціональність значно розширюється завдяки тому, що вони мають інтегрований мікročіп і можуть використовуватися для цифрової ідентифікації. Крім своїх основних функцій, смарт-картки можуть використовуватися як посвідчення особи, проїзні, засіб зберігання історії покупок, бонусів, знижок та іншої інформації, необхідної для реалізації програм лояльності.

Запорукою успішного кобрендингу є взаємовигідні відносини між банком та його партнерами. Однак, поточна ситуація в Україні характеризується відносно низькою часткою використання платіжних карток для розрахунків з підприємствами торгівлі та сфери послуг, що ускладнює отримання банками економічної вигоди, необхідної для ко-брендингу, що, своєю чергою, може ускладнити банкам пошук партнерів для програм кобрендингу. Тим не менш, партнери банків, які беруть участь у програмах кобрендингу, можуть мати такі переваги:

"- звільнення від необхідності здійснювати випуск, логістику і обслуговування карт в рамках програми лояльності;

- зменшення витрат на просування програм лояльності, адже частину витрат на заходи з просування продукту здійснюється банком;

- зменшення можливостей для зловживання клієнтами програмою лояльності, тому що клієнт не захоче передати або продати свою платіжну карту третій особі;

- дозволяють покращити якість і швидкість обслуговування, в т.ч. завдяки універсальності платіжних карток, які можуть використовуватись для оплати через Інтернет або мобільний POS-термінал" [28].

Таким чином, розробка банківських продуктів (нових платіжних карток) передбачає наступні етапи (рисунок 3.1) :

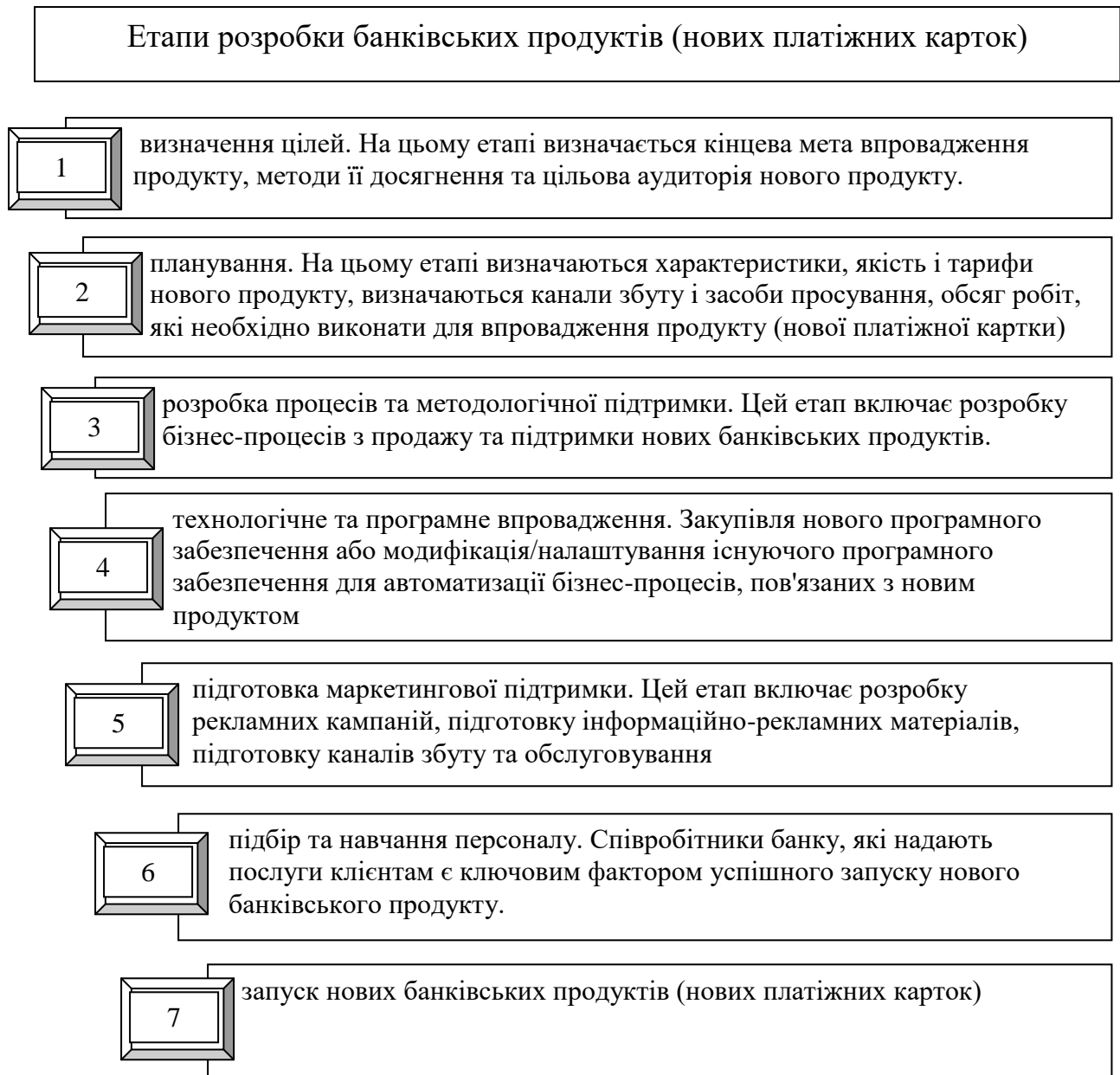


Рисунок 3.1 – Етапи розробки банківських продуктів (нових платіжних карток)

- перший етап - визначення цілей. На цьому етапі визначається кінцева мета впровадження продукту, методи її досягнення та цільова аудиторія нового продукту. Основою для визначення цілей є стратегія розвитку, поведінка конкурентів, зміни в ринковому середовищі та зміни в законодавстві;

- другий етап - планування. На цьому етапі визначаються характеристики, якість і тарифи нового продукту, визначаються канали збуту і засоби просування, обсяг робіт, які необхідно виконати для впровадження продукту, бюджет і ресурси, які необхідно зібрати, терміни його реалізації, а

також визначення характеристик і якості нового продукту, його ціни, каналів збуту і засобів просування;

- третій етап - розробка процесів та методологічної підтримки. Цей етап включає розробку бізнес-процесів з продажу та підтримки нових банківських продуктів. На основі розроблених бізнес-процесів розробляються відповідні регламенти, методики, інструкції та формати документації;

- четвертий етап - технологічне та програмне впровадження. Закупівля нового програмного забезпечення або модифікація/налаштування існуючого програмного забезпечення для автоматизації бізнес-процесів, пов'язаних з новим продуктом;

- п'ятий етап - підготовка маркетингової підтримки. Цей етап включає розробку рекламних кампаній, підготовку інформаційно-реklamних матеріалів, підготовку каналів збуту та обслуговування;

- шостий етап - підбір та навчання персоналу. Співробітники банку, які надають послуги клієнтам є ключовим фактором успішного запуску нового банківського продукту. Тому процес навчання персоналу має бути забезпечений відповідними навчальними матеріалами, а якість навчання має бути перевірена шляхом тестування;

- сьомий етап - запуск нових банківських продуктів (нових платіжних карток).

Таким чином, для успішного запуску банківського продукту необхідне фінансове (фінансова модель моделі продукту, тарифна), процесне та методологічне (модель бізнес-процесів, методики, інструкції, формати документації), системних (програмне та апаратне забезпечення), маркетингових (реklamні кампанії), організаційних (навчальні матеріали, матеріальне забезпечення, навчений персонал), системних (програмне та апаратне матеріали, матеріальне забезпечення, навчений персонал). Цілі банку щодо розширення клієнтської бази, отримання додаткових доходів можуть бути досягнуті шляхом розвитку банківських продуктів, в які імплементуються

платіжні картки, на основі потреб клієнтів, виявлених за допомогою опитувань, аналізу платіжної поведінки та запитів і скарг клієнтів.

Цього також можна досягти шляхом концентрації на найбільш прибуткових сегментах клієнтів, перехресних продажах, ко-брендових продуктах перехресні продажі, ко-брендові продукти, додаткові послуги та розвиток програм лояльності.

## Висновки

Одним з найпоширеніших способів електронних платежів сьогодні є платіжна картка. Банківські операції з платіжними картками є відносно новим напрямом банківського бізнесу, який сприяє розширенню сфери банківських послуг, що задовольняє зростаючі потреби клієнтів щодо їх можливості здійснювати розрахунки швидко та просто. Механізми електронних платежів мають конкретну мету, яка полягає в залученні готівки до банківського сектору. Ринок пластикових карток в Україні зараз переживає стрімке та стійке зростання, що визначається як вітчизняними, так і міжнародними експертами. Це пов'язано з тим, що споживачі цього банківського продукту, населення та господарюючі суб'єкти, почали усвідомлювати, що пластикова картка не розкіш, а доступний і, головне, зручний платіжний засіб та інструмент управління власними коштами. Тому банківські та небанківські установи прагнуть вийти та успішно функціонувати на ринку платіжних карток.

Розвиток платіжних систем призвів до появи великої кількості різноманітних типів платіжних карток з різними призначенням, функціональністю та технічними характеристиками. Тому, платіжні картки мають різні видові особливості, які виділяються за різними класифікаційними ознаками.

Розвиток фінансово-кредитних установ в Україні, впровадження високотехнологічних фінансових інструментів в процес управління фінансовими потоками, все більшого значення набуває дослідження розвитку безготівкових розрахунків, а отже й дослідження розвитку ринку платіжних карток. Ринок платіжних карток в цілому є сферою економічних відносин, де об'єктом купівлі-продажу є не товар, а послуга (платіжна послуга), і де формується попит і пропозиція на неї. Як і всі інші ринки, ринок платіжних карток має свої специфічні характеристики.

До таких специфічних характеристик ринку платіжних карток варто віднести:

- універсальність, що демонструє наявність різноманітних інтерліквідних (тобто таких, що передбачають відносно вільний обмін між собою) платіжних інструментів (різні види платіжних карток);

- стабільність, що виражається стійкістю до політичних та економічних катаклізмів, а також тривалістю використання конкретних платіжних інструментів;

- взаємозв'язок безпеки платіжних систем. Платіжні системи розробили базові вимоги до схем проведення транзакцій за платіжними картками, які забезпечують необхідний рівень безпеки;

- ефективність функціонування. Ця характеристика ринку банківських платіжних карток найбільш чітко показує, яку роль він відіграє в соціально-економічному розвитку держави;

- висока інтегрованість. Платіжна картка це інструмент, який передає конкретні послуги специфічні послуги, тому ринок платіжних карток є високо інтегрованим інтегрований у міжнародний фінансовий ринок, оскільки платіжні картки є основним платіжним інструментом у всьому світі;

- технологічність, що характеризує ринок платіжних карток як такий, що є одним з найбільш чутливих до існування високоточних технологій і технічного обладнання, а також до технічних пристроїв та швидкості взаємозв'язку між елементами інфраструктури.

Достатньо розвинений ринок платіжних карток у країні - це, насамперед, частина процесів детінізації, легалізації та оптимізації платежів, що є безумовною перевагою для будь-якої країни. Однак, незважаючи на значні переваги, існують і недоліки розрахунків платіжними картками.

Існує багато тактик шахрайства, які з часом змінюються та набувають нових форм. При цьому для сучасних шахраїв характерне використання як старих, так і нових тактик. До основних видів шахрайства з банківськими платіжними картками відносяться такі: скімер; фітинг; трейпінг; використання

фейкових інтернет-ресурсів; персональний комп'ютер, заражений вірусом телефон або інший пристрій, який використовується для здійснення платежу.

В Україні кількість та обсяги безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток продовжують стабільно зростати, зокрема завдяки постійним зусиллям НБУ, спрямованим на діджиталізацію фінансової системи. Останнім часом регулятор вжив заходів щодо спрощення процедур емісії платіжних карток та проведення операцій з їх використанням:

- розширив можливості для бізнесу використовувати корпоративні платіжні картки,
- спростив процедуру отримання платіжної картки довіреною особою власника рахунку - фізичної особи та розширив можливості для проведення операцій з платіжними картками з використанням хмарних сервісів, що надаються обладнанням розвинених країн.

Варто зазначити, що понад дві третини готівки в обігу знімається держателями карток у банкоматах, а не використовується для безготівкових розрахунків. Крім того, порівняно з іншими країнами Україна все ще має досить низький рівень охоплення безготівковими технологіями на душу населення. Тому вкрай важливо, щоб вітчизняні банки продовжували зосереджуватися не на кількісному розповсюдженні платіжних карток в обігу, а на підвищенні якості їх використання з метою збільшення кількості операцій з уже випущеними картками.

Стійкість цієї тенденції підтверджують і дані про мету безготівкових операцій з використанням платіжних карток. Більше половини від загальної кількості таких операцій (52,4%) було здійснено в торговельних мережах, а їх частка в загальній сумі розрахунків за допомогою платіжних карток становила 28,4% від усіх безготівкових платежів. Друге місце за популярністю займає оплата товарів та послуг в Інтернеті (26% за кількістю та 23% за сумою, що становить майже 721,3 млрд грн), що вочевидь є наслідком зростання обсягів електронної комерції через запровадження карантинних обмежень під час пандемічної кризи, але водночас це також свідчить про зростаючі переваги

електронної комерції завдяки ширшому асортименту товарів та нижчим цінам, ніж у традиційних магазинах.

Водночас варто зазначити, що середня сума розрахунків платіжною карткою є невелика. Зокрема, за даними НБУ, середня сума однієї транзакції в торговельній мережі з використанням платіжних терміналів у 2022 році становила 238 грн, а середня сума одного переказу з картки на картку - 1 512 грн. Середня сума однієї транзакції з оплати товарів та послуг в Інтернеті становила 395 грн, а при використанні пристроїв самообслуговування - 488 грн. Зрозуміло, що подальше зростання інфляції та ймовірне підвищення рівня номінальних доходів населення, що слідуватиме за цим, визначатимуть тенденцію до зростання середнього обсягів різних видів безготівкових операцій з платіжними картками.

Об'єктом кваліфікаційного дослідження є платіжні карткові системи України, операції з платіжними картками та продуктові програми банків на прикладі АТ «ОЩАДБАНК». Відмітимо, що сьогодні АТ «ОЩАДБАНК» є універсальною банківською установою, яка зосереджує свої зусилля на створенні сприятливих та вигідних умов обслуговування клієнтів, розширенні переліку банківських продуктів та послуг, збільшенні присутності на ринку.

АТ «ОЩАДБАНК» сьогодні – за основними показниками своєї діяльності входить у трійку лідерів вітчизняного банківського ринку. Маючи статус державного банку, АТ «Ощадбанк» уособлює стабільність, впевненість та динамічний розвиток та є національним надбаням держави, символом її респектабельності.

Банк є фінансово стійким, якому довіряє багатомільйонна чисельність клієнтів. Також відмітимо, що АТ «ОЩАДБАНК» активно співпрацює з міжнародними партнерами, які сприяють відновленню та розвитку економіки України. Так, нещодавно банк взяв участь у реалізації грантової ініціативи з підтримки українського бізнесу, профінансованої урядом Німеччини. Разом з АТ «ОЩАДБАНК» та German Sparkassenstiftung у реалізації проекту брали участь Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) та Фонд

розвитку підприємництва (ФРП). У результаті першого етапу цього проекту АТ «ОЩАДБАНК» прокредитував бізнес на 164 млн грн, 26 млн грн з яких було покрито грантами німецького уряду (до 30% суми).

Станом на 1 липня 2023 року чистий портфель кредитів АТ «ОЩАДБАНК» для мікро-, малого та середнього бізнесу (ММСБ) становить 20,4 млрд грн (плюс 3 млрд грн з початку 2023 року). Такого результату досягнуто в тому числі завдяки тому, що АТ «ОЩАДБАНК» пропонує різноманітні програми допомоги українському бізнесу (державні, регіональні та міжнародні), а також через спрощення механізму фінансування та лібералізації його умов. Віднедавна подати онлайн-заявку на кредитування та отримати попереднє рішення за 24 години клієнти ММСБ можуть за допомогою сервісу ОщадБізнес.

АТ «ОЩАДБАНК» продовжує фінансову підтримку великого бізнесу. В першому півріччі 2023 року АТ «ОЩАДБАНК» уклав з такими клієнтами кредитні угоди на 11,8 млрд грн. Цей обсяг майже дорівнює сумі укладених договорів у 2021 році та лише на 10% менше за показники 2020 року. Відповідно, обсяг укладених договорів за 2022 рік становить 13,9 млрд грн. Переважна більшість укладених договорів – із підприємствами-представниками аграрно-промислового комплексу та торгівлі. Крім того, угоди укладено з компаніями енергетичної, машинобудівної, нафтогазової і хімічної галузей.

Через інтенсивну конкуренцію, мінливі ринкові умови та впровадження нових банківських технологій банки змушені постійно впроваджувати нові технології, банки постійно змушені впроваджувати нові продукти або вдосконалювати вже існуючі. Особливістю розвитку карткових банківських продуктів є те, що значна частина характеристик визначаються правилами платіжної системи і залежать від класу картки, а саме: наявність тиснення, елементів дизайну, площ та ембосування, елементів дизайну, сфери використання (зняття готівки, оплата через POS-термінали, Інтернет, імпринтер, розпізнавання голосу), функціональності (кредитна чи дебетова). Крім того, банківські продукти на основі платіжних карток відрізняються один

від одного за сферою застосування. Основне призначення - здійснювати платежі в будь-який час і в будь-якому місці, що в свою чергу відображається на факторах, які визначають попит на них.

Аналіз наявного стану справ щодо карткового бізнесу АТ «ОЩАДБАНК», дозволив відмітити, що на сьогодні банк пропонує своїм клієнтам такі варіанти сегментації карток:

- особисті картки - картки для особистих потреб, платежів, переказів між картками, рахунків та бонусів, що ідеально підходять для приватних клієнтів, які цінують практичність та зручність;

- картки для виплат - швидке та комфортне отримання різноманітних видів грошових виплат в рамках діючого законодавства України;

- преміальні картки;

- зарплатні картки;

- картки для молоді;

- кредитні картки.

Крім того, АТ «ОЩАДБАНК» пропонує своїм клієнтам, тримачам різних платіжних карт, різноманітні акції, на кшталт:

- Ексклюзивні зимові пропозиції в Буковелі для держателів карток Mastercard World Elite від Ощадку;

- До 50% кешбеку на скіпаси з преміальними картками VISA від Ощадку;

- Отримуйте MORE можливостей та подарунків за розрахунки кредитною Mastercard від Ощадку;

- Отримуйте ще більше кіновражень з картою Mastercard World Elite від Ощадку;

- Отримайте безкоштовну\* доставку з магазинів АТБ від Visa;

- Подаруйте укриття дітям (Ощадбанк за підтримки платіжної системи Visa та благодійного фонду savED з 21 вересня 2023 року розпочав другу хвилю благодійної акції «Подаруйте укриття дітям»).

Основними критеріями, що визначають попит фізичних осіб на карткові банківські продукти, вартість, часова та географічна доступність, інформаційна

та фінансова безпека, зручність та простота використання. При встановленні цін банки можуть орієнтуватися на еластичність попиту та ціни конкурентів, точку беззбитковості, цільовий прибуток та корисність для користувача. Розробка тарифів, орієнтованих на корисність, виражається в необхідності простих принципів для уникнення конфліктів зі споживачем, необґрунтованих нарахувань та подвійних платежів. Банківські продукти на основі платіжних карток є одними з найбільш залежних від якості обслуговування. Це пов'язано з тим, що клієнти постійно використовують платіжні картки для зберігання власних коштів, отримання та відправлення переказів і здійснення платежів. Тому якісне обслуговування включає в себе корисні поради щодо порядку здійснення різних операцій, комісій та якості обслуговування, а також своєчасну допомогу в разі виникнення проблем при користуванні картою.

Єдиним інструментом, який дозволяє розробити банківські продукти з унікальними характеристиками, є ко-брендинг, який полягає в тому, що банківський продукт використовується спільно кількома партнерами. Партнери використовують свої канали комунікації для просування своїх брендів та продуктів серед клієнтів партнерів. Ко-брендинг не тільки підвищує впізнаваність бренду кожного з партнерів і збільшує продажі, але й дозволяє їм отримати конкурентну перевагу.

## Список використаних джерел

1. Азізова К.М. Загальна характеристика банківських операцій з платіжними картками / К.М. Азізова // Східна Європа: економіка, бізне та управління . – 2016. – Вип. 5 (05). С. 248-254.

2. Архірейська Н. В., Кучкова О. В. Сучасні тренди платіжного ринку України - безготівкові розрахунки та електронні гаманці. – URL: [http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6\\_2021/81.pdf](http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/6_2021/81.pdf) (дата звернення 16.11.2023)

3. Біломістна І. І. Сучасні тенденції розвитку ринку банківських платіжних карток в Україні / І. І. Біломістна // Економічні науки. — 2012. — № 9. — С. 26–36.

4. Брегеда о.а. картковий ринок в Україні, його проблеми та тенденції розвитку / о.а. Брегеда // Фінанси, облік і аудит : зб. наук. праць . – к. : кнеу, 2008. – вип. 12. – с. 14–20.

5. Волосович С.В. Ринок платіжних карток в Україні: розвиток та страхування / С.В. Волосович // Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка. – економіка. – 2010. – № 120. – с. 52–54.

6. Глібко С.В. Ризики розрахунків в платіжних системах: господарсько-правові питання. – URL: [https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/17.05.19/17\\_05\\_2019-238-246.pdf](https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2019/17.05.19/17_05_2019-238-246.pdf) (дата звернення 16.10.2023)

7. Голубкова Т. Використання комплексу маркетингу та концепції життєвого циклу продукту у розробці рекомендацій щодо поліпшення діяльності підприємств банківської сфери / Т. Голубкова, Х. Голубкова. – Актуальні проблеми економіки – №2(152), 2014. – С. 356-366.

8. Дзюблюк О. Сучасний розвиток ринку платіжних карток у цифровій економіці / О. Дзюблюк, Б. Луців, Я. Чайковський // ФІНАНСОВО-КРЕДИТНА

ДІЯЛЬНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ. – 2022. Том 6 (47). – С.51-64.

9. Євдокімова М.О. Ринок платіжних карток в Україні, його розвиток / М.О. Євдокімова //Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2017. – Вип. 15 (1). – С. 106–110.

10. Заріцька О. С., Коцан-Олинець Ю.Я. Види шахрайства з банківськими картками та способи протидії їх проявам О. С. Заріцька, Ю.Я. Коцан-Олинець. – URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/611-D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-690-1-10-20201202.pdf> (дата звернення: 18.11.2023).

11. Квасницька Р.С., Форкун І.В., Гордеева Т.А. Сучасні підходи забезпечення інформаційної безпеки платіжних систем та їх кіберзахисту. Вісник Хмельницького національного університету. 2022, № 5, Том 1. С. 47-52.

12. Клочко А. М. Шахрайство з використанням банківських платіжних карток / Клочко А. М., Єременко А. О. // Юридичний науковий електронний журнал. — 2016. — № 1. — С.82–86.

13. Колодізев О. М., Коцюба О. В. Шахрайство із платіжними картками: сучасний стан і заходи протидії / О. М. Колодізев, О. В. Коцюба // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2019. - № 3. – С.315-321.

14. Корецька Н.І. суть ринку платіжних послуг та основні його ознаки / Н.І. Корецька, Д.В. Збирун [електронний ресурс]. – URL: <http://surl.li/osqsf> (дата звернення 16.10.2023)

15. Кравчук В. Ринок карткових платежів України: Міжнародний досвід та національне регулювання. Аналітичний звіт / В. Кравчук, О. Прем'єрова. – К. : АдеФ-Україна, 2012. – 60 с.

16. Олійничук О. І. Правові основи протидії економічній злочинності: навч. посіб. / О. І. Олійничук. — Тернопіль : ФОП Шпак В. Б., 2016. — 242 с.

17. Орлюк О. П. Фінансова енциклопедія [Текст] / О. П. Орлюк. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 472 с.

18. Офіційний сайт АТ «Ощадбанк» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.oschadbank.ua/> (дата звернення 08.09.2023).
19. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. - URL: <https://bank.gov.ua> (дата звернення 08.09.2023).
20. Пиріг с.о. аналіз карткового ринку україни: перспективи розвитку / с.о. Пиріг // економічний форум. – 2013. – № 3. – с. 190–196.
21. Плісак Т.О. Ринок платіжних карток: сутність, властивості та показники розвитку / Т.О. Плісак, Л.О. Нетребчук // Економіка і суспільство. – 2016. – № 4. – С. 312–318
22. Скімінг у банкоматах [Електронний ресурс]. — URL: <http://www.chclub.ru/skimmingatm> (дата звернення: 20.10.2023).
23. Співак Л.С. Перспективи розвитку банківського карткового бізнесу в Україні / Л.С. Співак // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – №4. – С.118-123.
24. Сучасний стан і перспективи розвитку ринку платіжних карток в Україні / О.О. Коць, В.В. Гоменюк // ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО. – 2018. – Вип.15. –С.671-678.
25. Україна. Закони. Про платіжні послуги [Електронний ресурс]: закон: [прийнято Верх. Радою 30.06.2021 № 1591-IX]. – Дата оновлення: 01.04.2023. – URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#doc\\_info](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2473-19#doc_info) (дата звернення: 20.11.2023).
26. Ушакова О. А. Банківські операції : навч. посіб. – Рівне : НУВГП,2021. – 226 с
27. Харченко В.І. статистичний аналіз ринку банківських платіжних карток в Україні у контексті країн із розвинутими картковими ринками / В.І. Харченко, Р.О. Капралов // Вісник Національного банку України. – 2010. – № 5. – с. 44–52.

28. Черномор В. О. Розробка банківських продуктів на основі платіжних карт [Електронний ресурс] / / В. О. Черномор. – Ефективна економіка. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення 18.11.2023)

29. Шепета О.В. Перспективні напрями протидії шахрайствам із використанням банківських платіжних карток. [Електронний ресурс]. — URL: Режим доступу: <http://goal-int.org/perspektivni-napryami-protidiishahrajstvam-iz-vikoristannyam-bankivskix-platizhnix-kartok>( дата звернення 13.11.2023)

30. Шершньова О.В. Інформаційне сміття в кіберпросторі. Нова інформаційна ситуація та тенденції альтернативного розвитку ЗМК в Україні / О.В. Шершньова О.В. // Матеріали II Всеукраїнської конференції студентів і молодих вчених (26 січня 2012 р., м. Острог) . – Острог: Вид-во «Острозька академія», 2012. С.306-315.

31. Шахрайство з використанням банківських платіжних карток / А.М. Клочко, А.О. Єременко // Юридичний науковий електронний журнал. – 2016. - №1. – С.82-86.

32. Фішинг як найпоширеніший вид шахрайства в Інтернеті: види та сутність / А.А. Приходько, В.В. Панкєєв // Актуальні питання розслідування кіберзлочинів: Матеріали Міжнародної практичної конференції (10 грудня 2013 р., м. Харків). – Харків: ХНУВС, 2013.С.96-97.