

УДК 658.8:336.71

JEL K22, K24, O33, H54

DOI 10.32782/2786-765X/2023-3-13

**Могилевська О.Ю.**

доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри економіки, підприємництва, менеджменту,  
Київський міжнародний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8482-7950>

**Кобелєв В.І.**

здобувач ступеня доктора філософії,  
Київський міжнародний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-4484-0502>

**Лисий В.М.**

здобувач ступеня доктора філософії,  
Київський міжнародний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3376-4034>

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ

Статтю присвячено дослідженню теоретико-методичних аспектів цифрової трансформації ринку банківських продуктів і послуг. Авторами, на основі проведеного аналізу наукових знань про теоретико-методичні аспекти цифрової трансформації ринку банківських продуктів і послуг з'ясовано, що роль банківських установ в економіці стає ще важливішою в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій. А тому, щоб забезпечити конкурентоспроможність, банкам варто не лише активно впроваджувати нові технологічні рішення, а й удосконалювати стандартні фінансові продукти та послуги. При цьому, ринок банківських продуктів і послуг є складним економічним простором, який вимагає від банків активного реагування на зміни у внутрішніх та зовнішніх умовах для забезпечення ефективного функціонування і задоволення потреб клієнтів. Доведено, що сучасні банки перетворюються на конгломерати величезних обсягів інформації і потребують готових фінтех-продуктів, які дозволяють їм ефективно зменшувати витрати та збільшувати прибуток. Тому штучний інтелект, обробка великих обсягів даних та ефективне їх використання для таргетингу банківських продуктів наразі визнаються ключовими факторами. Варто зазначити, що для багатьох банків перехід до управління, що базується на аналізі даних (data-driven), стає пріоритетним напрямком цифрової трансформації, отже це дозволяє отримати нові переваги завдяки великим обсягам даних та аналітиці. Встановлено, що технології та інновації грають важливу роль у формуванні сучасного обличчя банківської системи, а їх вплив та використання може тільки зростати в майбутньому. Авторські дослідження та аналіз показав, що з урахуванням особливостей внутрішньої діяльності вітчизняних банків пропонується механізм впровадження нових банківських продуктів та послуг. Водночас важливим етапом є отримання охоронних документів, що дозволяє використовувати конкурентні переваги в сучасному світі. З цими документами банки можуть захищати свої розробки та ноу-хау. Враховуючи конкурентний характер банківського сектору, такий захист стає ключовим для забезпечення стабільності та привабливості нових продуктів і послуг на ринку.

**Ключові слова:** ринок банківських послуг, банк, послуга, клієнти, угода, операції, розвиток, нові види банківських продуктів, нові види банківських послуг, інновації, цифровізація.

**Постановка проблеми.** Швидке впровадження різноманітних інформаційних технологій в суспільство впливає на практично всі аспекти економічних процесів, зокрема на загальну економіку. Один з ключових секторів фінансового ринку, що суттєво перетворюється під цим впливом, – ринок банківських продуктів і послуг. Це обумовлено швидким розвитком інформаційних технологій в банківській сфері. Забезпечення якісного та розширеного набору банківських продуктів і послуг для населення становить важливу частину стабільності

економіки. Наразі Україна відстає в цьому відношенні в порівнянні з багатьма іншими країнами. Банківським установам необхідно не лише наздоганяти конкурентів у сфері інновацій, але й утримувати високий рівень стандартних банківських продуктів і послуг, оскільки прибутковість, стійкість і конкурентоспроможність банків залежать від того, наскільки задовольняються потреби клієнтів у банківських продуктах і послугах.

Безумовно, роль банківських установ в економіці стає ще важливішою в умовах стрімкого

розвитку інформаційних технологій. Щоб забезпечити конкурентоспроможність, банкам варто не лише активно впроваджувати нові технологічні рішення, а й удосконалювати стандартні фінансові продукти та послуги.

Нині важливо не просто витримувати темп інноваційного розвитку, а й забезпечити доступність і якість базових банківських послуг для різних шарів населення. Розробка та удосконалення стандартних банківських продуктів, таких як депозити, кредити та платіжні послуги, відіграє важливу роль у зміцненні довіри клієнтів та утриманні їхньої лояльності.

Такий підхід дозволяє банкам забезпечувати стабільність і прибутковість, основані не лише на новаторських рішеннях, але й на високому рівні обслуговування та задоволеності потреб клієнтів. У кінцевому підсумку, тільки поєднання інновацій та якісних традиційних послуг дозволить банкам успішно адаптуватися до змінного бізнес-середовища і відзначитися серед сильно конкурентоспроможних гравців на ринку фінансових послуг.

**Мета статті** полягає в розширенні наукових знань щодо теоретичних та методичних аспектів цифрової трансформації ринку банківських продуктів і послуг, проведенні аналізу його стану та розроблення пропозицій щодо його розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Важливість даної теми також визначається швидким розвитком ринку банківських продуктів. Таким чином, для досягнення конкурентних переваг і зайняття лідируючих позицій на ринку роздрібних послуг, банк повинен розширювати спектр надання банківських послуг, покращувати якісні характеристики банківських продуктів і розширювати асортимент продуктів.

Серед авторів, які внесли суттєвий внесок у розгляд питань управління портфелем банківських послуг, можна відзначити Галько О.Р., Карасева І.М., Лютого І.О., Ніколаєву Т.П., Паласевич М.Б., Солодку О.О., Хабарова В.І. та інших.

Сучасні дослідники, які вивчають питання розвитку та впровадження інноваційних технологій в банківській сфері, акцентують увагу на глобалізації цього питання в контексті інформатизації економіки. Серед таких авторів слід виділити: Макаренко І.П., Рогожина О.Г., Косову Т.Д., Іршак О.С., Павлик Я.О., Дзюблук О.В. та інших.

У той же час, деякі практичні аспекти, що враховують особливості впровадження нових видів банківських продуктів та послуг, залишаються невивченими і вимагають додаткового дослідження.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ринок банківських продуктів і послуг представляє собою складову фінансового ринку, що є економічним простором, де взаємодіють попит і пропозиція щодо банківських продуктів і послуг. Суб'єктами цього ринку є його учасники, а саме кредитні організації як виробники банківської продукції, і юридичні та фізичні особи як споживачі цих продуктів.

Об'єктами ринку виступають самі банківські продукти та послуги. Так як ринок банківських продуктів і послуг є частиною загального ринку послуг, він має всі основні характеристики, які обумовлені властивостями продуктів і послуг:

1. Беззбереженість: ця властивість вказує на неможливість виготовлення банківських продуктів та послуг на запас і їх подачу на ринок відповідно до зростання попиту. Банківські продукти та послуги надаються і споживаються одночасно із запитом клієнта, що вимагає регулювання співвідношення попиту і пропозиції на ринку та утримання резервів ресурсів для надання послуг.

2. Невіддільність від банку: для надання більшості послуг, які надаються банками, потрібний прямий контакт клієнта з працівниками банку або з банківським обладнанням (програмними продуктами). В результаті клієнт стає не лише частиною процесу споживання продукту чи послуги, але й частиною процесу їхнього виробництва.

3. Мінливість якості: якість кожного продукту або послуги пов'язана з конкретними умовами їх реалізації, що залежать від факторів, таких як компетенція працівників банку, внутрішня культура менеджменту і інші. Для забезпечення високої якості в банках розробляються стандарти поведінки персоналу та правила спілкування з клієнтом.

4. Договірний характер обслуговування: для надання більшості послуг банкам необхідно укладати цивільно-правові договори, в яких визначаються права та обов'язки як банку, так і клієнта.

5. Зв'язок банківських послуг і продуктів з грошима: стан валютного ринку і грошового обігу значно впливає на попит споживачів на ринок банківських продуктів і послуг.

6. Взаємодія попиту і пропозиції: ринок банківських продуктів і послуг регулюється взаємодією між попитом і пропозицією. Зміни в економічних умовах та попиті на фінансові послуги можуть впливати на стратегії банків щодо надання продуктів та визначення їхніх умов.

7. Специфіка обслуговування: банківські продукти і послуги вимагають специфічного

обслуговування через їхню складність і взаємодію з фінансовою сферою. Це може включати консультації клієнтів, вирішення фінансових питань, та надання індивідуальних рішень.

8. Регулювання співвідношення ризику та доходу: у зв'язку з непередбачуваністю фінансового ринку, банки повинні уважно управляти співвідношенням ризику та доходу при розробці та наданні своїх продуктів.

9. Пошук інноваційних рішень: розвиток технологій та зміни у вимогах клієнтів підштовхують банки до впровадження інноваційних рішень в своїх продуктах і послугах, щоб відповідати потребам сучасного ринку.

10. Роль довіри взаємодії: у банківському секторі довіра грає ключову роль. Клієнти повинні вірити в надійність банку та його здатність забезпечити безпеку їхніх фінансів.

11. Потреба у регулюванні: з огляду на значущий вплив банків на економіку, ринок банківських продуктів та послуг часто піддається регулюванню та нагляду з боку урядових та фінансових організацій.

Таким чином, ринок банківських продуктів і послуг є складним економічним простором, який вимагає від банків активного реагування на зміни у внутрішніх та зовнішніх умовах для забезпечення ефективного функціонування і задоволення потреб клієнтів.

Створення і впровадження банківського продукту ґрунтується на здатності задовольняти потреби клієнтів, оскільки споживач не купує сам продукт за його властивостями, але за його здатністю задовольнити конкретну потребу. Таким чином, успішність діяльності будь-якої організації на ринку залежить від того, наскільки ефективно можна задовольнити реальні потреби клієнтів, які обирають даний банківський продукт. При розробці будь-якої послуги визначається набір її характеристик, спрямованих на задоволення певної потреби клієнта.

Однією з ключових задач «виробників» на цьому ринку є оптимізація структури наявних банківських продуктів і послуг, які повинні бути збалансованими як за рентабельністю, так і за різноманітністю. Оптимальна структура дозволяє швидко реагувати на зміни ринкових умов.

Ще однією задачею для банкірів є підтримка оптимального сполучення «старих» і «нових» банківських продуктів і послуг, тобто збалансування між вже існуючими і тільки що розробленими банківськими продуктами. Основними виробниками банківських продуктів і послуг на ринку є комерційні банки.

Існують дві основні категорії комерційних банків.

Універсальний банк є постачальником майже всіх типів банківських продуктів і послуг, обслуговує різноманітні підприємства, а також населення.

Спеціалізований (спеціальний) банк відрізняється тим, що його діяльність спрямована на одну або кілька груп банківських продуктів і послуг. Наприклад, іпотечні банки спеціалізуються на видачі кредитів під заставу нерухомості, ощадні банки в основному займаються наданням депозитних послуг і так далі.

Існує розмаїття класифікацій і групувань банківських продуктів і послуг, визначених за різними критеріями. Згідно з напрямком діяльності кредитних організацій можна виділити наступні групи банківських послуг:

1. Послуги, пов'язані з фінансуванням потреб клієнтів (кредитні послуги): видача кредиту, непряме кредитування (факторинг, форфейтинг, лізинг).

2. Послуги, пов'язані з наданням можливості вкладення коштів клієнтів (інвестиційні послуги): прийом і розміщення грошових коштів на депозитні рахунки (поточні, строкові, ощадні), посередницькі послуги з придбання та реалізації цінних паперів за дорученням клієнта, інвестування коштів клієнта в реальні активи (дорогоцінні метали, нерухомість), дилінгові послуги (надання клієнту можливості здійснення операцій з купівлі валюти, цінних паперів та інших активів без участі посередників шляхом безпосереднього підключення до електронної дилінгової системи).

3. Послуги, пов'язані з раціоналізацією обороту фінансових активів клієнтів:

3.1. Розрахунково-касові послуги: відкриття і ведення рахунків (безчекові і чекові), здійснення розрахунків, касове обслуговування (прийом і видача готівки, обмін валюти тощо), випуск і обслуговування операцій з пластиковими картами, супутні послуги (пошук втрачених сум, надання інформації по рахунках), інтернет-банкінг.

3.2. Трастові послуги: управління майном за договором, виконання довірчих функцій зі спеціальних доручень, емісійні послуги, депозитарні та трансфер-агентські послуги, управлінське обслуговування.

3.3. Консультаційні послуги: аудиторські, консультаційно-правові, інформаційно-аналітичні та довідкові, освітні.

3.4. Інші: послуги зі зберігання, охорони і транспортування цінностей, страхові послуги, рекламні послуги, послуги нотаріального характеру, надання самостійно розроблених банківських технологій іншим банкам.

4. Послуги, пов'язані з управлінням ризиками та фінансовою стабільністю:

4.1. Ризикові послуги: розробка та надання клієнтам послуг з управління фінансовими ризиками, страхування ризиків, включаючи кредитний, процентний та інші види страхування.

4.2. Управління фінансовою стабільністю: надання консультацій та послуг з планування бюджету, фінансового планування та аналізу фінансового стану клієнтів.

5. Технологічні та інноваційні послуги:

5.1. Інформаційно-технічні послуги: розробка і підтримка інформаційних систем, технічна підтримка клієнтів, кібербезпека.

5.2. Інноваційні фінансові послуги: розвиток та впровадження новаторських фінансових продуктів, використання блокчейн-технологій, електронні гроші та інші.

6. Екологічно орієнтовані послуги:

6.1. Екологічні інвестиції: фінансування проєктів та підприємств, спрямованих на збереження навколишнього середовища.

6.2. Зелені фінансові продукти: видання зелених кредитів, облікові одиниці вуглецевих викидів, екологічні страхові продукти.

7. Спеціалізовані послуги для бізнес-сегментів:

7.1. Корпоративне обслуговування: рахунки та послуги для корпоративних клієнтів, фінансування для підприємств, кредитування та ін.

7.2. Малий та середній бізнес: спеціалізовані фінансові рішення для малих та середніх підприємств.

Особливості реалізації та ведення банківської діяльності дозволяють виділити об'єкти інтелектуальної власності, що характерні саме для банківських продуктів та послуг (рис. 1).

Ці групи банківських послуг відображають різноманітні аспекти діяльності банків, сприяючи задоволенню різноманітних потреб клієнтів у фінансовому секторі.

З усього вищезазначеного впливає, що роль інновацій в національній економіці та банківській системі важко переоцінити. Нині від них залежить не лише швидкість та ефективність роботи банку, але й якість та обсяг послуг, які надає банківська система своїм клієнтам. Розвиток цифрових технологій, безперечно, відкриває безліч нових можливостей, але також несе значний набір ризиків, що можуть бути класифіковані як катастрофічні.

Саму банківську послугу багато авторів визначають як результат оптимального задоволення вимог клієнтів шляхом виконання банківських операцій за умови забезпечення прибутковості останніх.

Термін «банківський продукт» розуміється як будь-яка банківська послуга або операція,

надана клієнтам як результат діяльності кредитної установи. Банківський продукт визначається як товар для різних сегментів банківського ринку, при цьому цей товар має нематеріальний характер, виражений у грошовому вимірнику.

Серед різноманітних банківських продуктів важливо виокремити наступні:

– валютні операції з національною та іноземною валютою;

– видачу кредитів шляхом врахування комерційних векселів;

– кредитування юридичних та фізичних осіб;

– проведення депозитних операцій для юридичних та фізичних осіб;

– консультативні послуги;

– послуги зі зберігання цінностей;

– управління цінностями;

– операції з цінними паперами;

– страхові послуги;

– хеджування ризиків;

– інвестиційні послуги.

Пандемія коронавірусу COVID-19 та вторгнення країни-агресора суттєво прискорили автоматизацію в деяких галузях, особливо там, де існує виклик із наймом працівників (наприклад, робота в колл-центрах та операційна діяльність). З іншого боку, передбачається зростання потреби у додатковій аналітиці, автоматизації та створенні систем, які швидко реагують на зміни внутрішніх та зовнішніх факторів банкового середовища.

Також варто відзначити еволюційний розвиток інших напрямків, так як в банках все більше використовують рішення на основі штучного інтелекту (ШІ). Зростає попит на аналітику даних та потреба у власних легких та гнучких системах.

З усього вищезазначеного впливає, що не існує єдиного підходу до класифікації банківських послуг. Таким чином, корисно розглянути класичний розподіл банківських послуг на традиційні та нетрадиційні, але сучасна реальність вимагає істотного розширення цього підходу (див. рис. 2).

Сучасні банки перетворюються на конгломерати величезних обсягів інформації і потребують готових фінтех-продуктів, які дозволяють їм ефективно зменшувати витрати та збільшувати прибуток. Тому штучний інтелект, обробка великих обсягів даних та ефективно їх використання для таргетингу банківських продуктів наразі визнаються ключовими факторами.

Технології штучного інтелекту вже широко використовуються у всіх аспектах формування клієнтського досвіду: у маркетингу (крос-продажі та індивідуальні пропозиції для

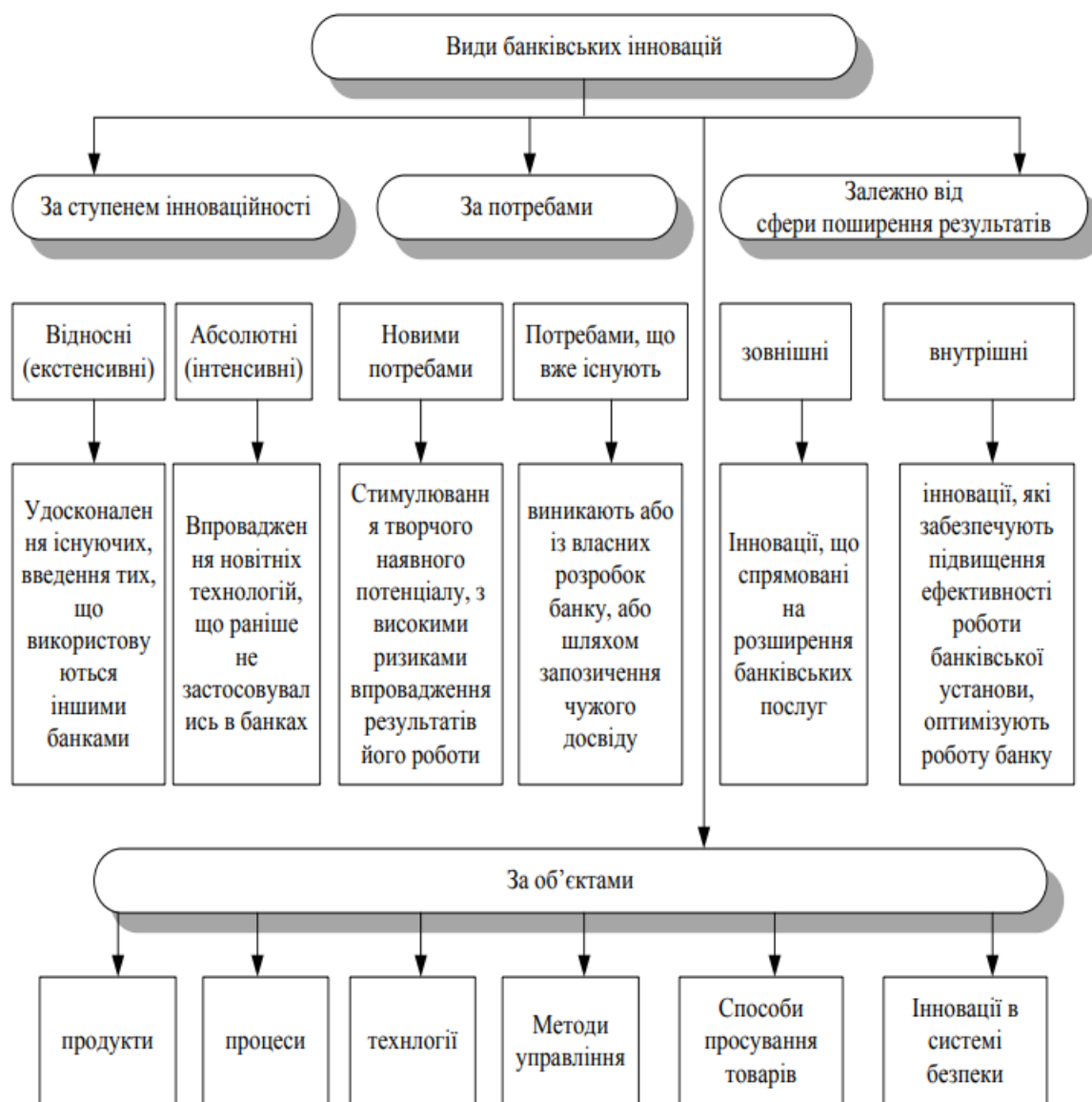


Рис. 1. Інновації в банківській сфері

Джерело: складено авторами на основі узагальнення досліджень

клієнтів, таргетована реклама і т.д.), в обслуговуванні (скоринг, чат-боти та голосові помічники, виявлення аномалій у клієнтських документах) та в бек-офісних процесах (дотримання вимог, управління ризиками, інтелектуальна обробка документів).

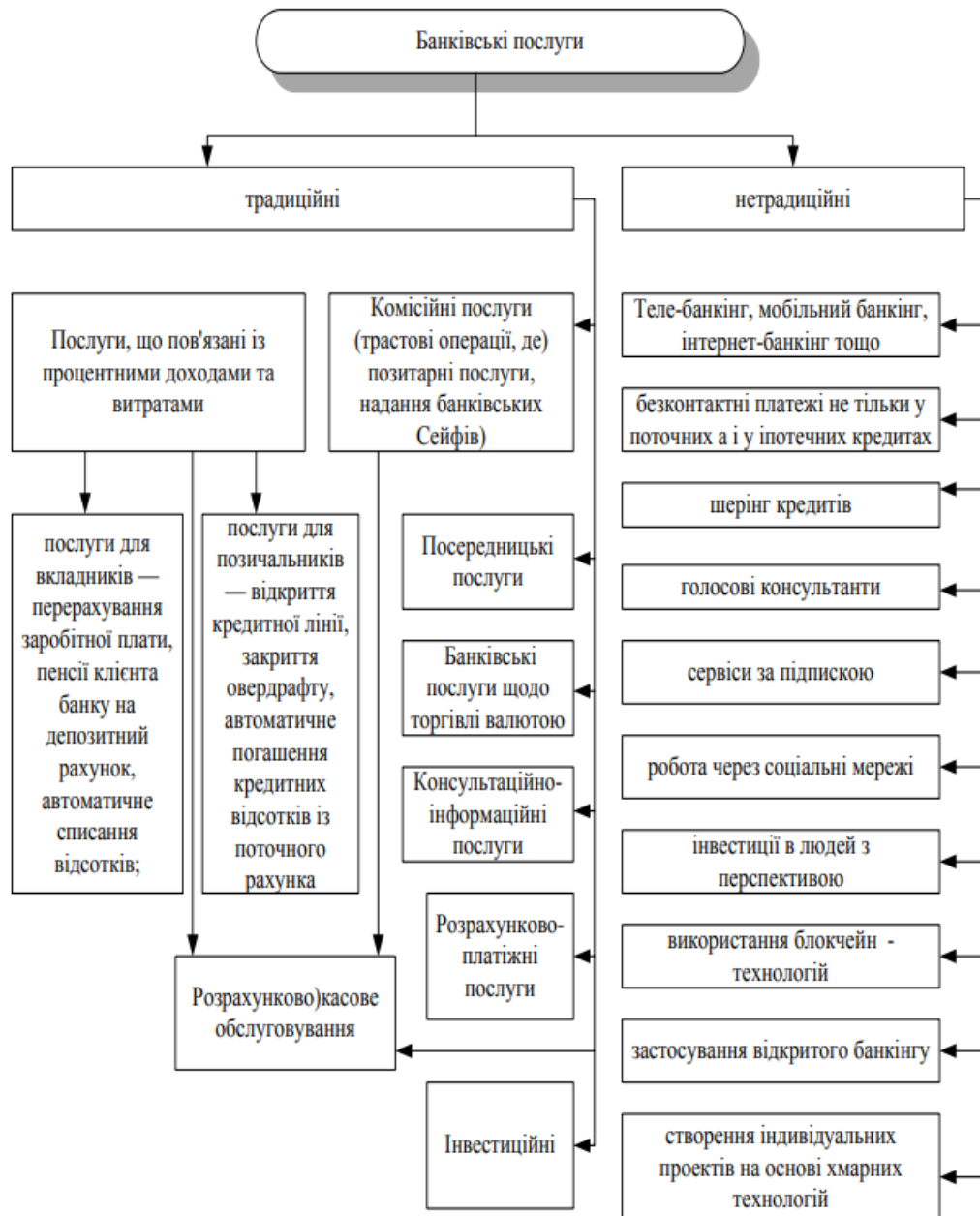
Для багатьох банків перехід до управління, що базується на аналізі даних (data-driven), стає пріоритетним напрямком цифрової трансформації. Це дозволяє отримати нові переваги завдяки великим обсягам даних та аналітиці.

Цей розклад трансформації дозволяє багатьом банкам відзначитися як у великих, так і у дрібних аспектах їх діяльності. Наприклад, важливою є роль штучного інтелекту в управлінні ризиками та виявленні аномалій

у фінансових операціях. Це не тільки забезпечує безпеку та довіру клієнтів, але й дозволяє банкам більш ефективно виявляти й управляти ризиками.

З іншого боку, управління даними та аналітикою відкриває нові можливості для створення персоналізованих фінансових продуктів і послуг. Банки можуть використовувати аналіз поведінки клієнтів та їхніх фінансових потреб для пропозицій, які найкращим чином відповідають індивідуальним вимогам. Це сприяє покращенню клієнтського досвіду та залученню нових клієнтів.

Щодо подальшого розвитку, слід звернути увагу на вдосконалення технологій, які допомагають у забезпеченні безпеки та



**Рис. 2. Класифікація нових видів банківських продуктів і послуг**

*Джерело: складено авторами на основі узагальнення досліджень*

конфіденційності даних клієнтів. Забезпечення цих аспектів додає значущості використанню нових інновацій у фінансовому секторі, зокрема, у вигляді блокчейн-технологій.

Усе це свідчить про те, що технології та інновації грають важливу роль у формуванні сучасного обличчя банківської системи, а їх вплив та використання може тільки зростати в майбутньому.

Важливо зауважити, що багато представників банківської галузі залишаються байдужими до необхідності впровадження нових технологій та банківських продуктів. У зв'язку з тим, що зміни в такому консервативному та

традиційному секторі, як банківський, натрапляють на певний опір, особливо відчутний серед малих та середніх банків, які відстають від світових тенденцій.

Політика цифрової трансформації у таких банках є відстаючою, що свідчить про прогалини у стратегічному плануванні. Різноманітність у банківському секторі вимагає його поділу на конкретні сегменти, всередині яких буде логічно розглядати механізм розробки та впровадження нових банківських продуктів.

Згідно з аналітичними дослідженнями, понад половини банківських послуг надаються

у цифрових формах, і саме ці послуги стають об'єктом трансформації та перенесення на хмарні обчислення, у першу чергу. З урахуванням особливостей внутрішньої діяльності вітчизняних банків пропонується механізм впровадження нових банківських продуктів та послуг, який представлений на рисунку 3.

Зазначимо, що цей підхід поділяє новітні банківські продукти та послуги на дві основні категорії. Перша категорія включає готові банківські продукти, які, завдяки процесу впровадження, перевіреному та схваленому певною групою клієнтів, традиційно характеризуються меншим ризиком та простотою. Такі продукти мають менший час окупності, тому інноваційно-інвестиційні ризики в них менш виражені.

В цю категорію можна включити також банківські продукти, включаючи програмні, які можуть надаватися іншими компаніями на умовах співпраці. Важливо відзначити, що при цьому придбання захисних документів не завжди є обов'язковою умовою роботи, оскільки

захист власних розробок та ноу-хау може бути покладено на партнера.

Такий підхід може викликати інтерес у малих та середніх банків. Друга категорія охоплює нові банківські продукти та послуги, які мають більший період окупності, вищий рівень ризиків та, безумовно, потенційно вищу прибутковість.

**Висновки.** Отже, ринок банківських продуктів і послуг виступає ключовим сегментом кредитного ринку та важливою складовою фінансового ринку. Цей економічний простір є місцем взаємодії попиту і пропозиції щодо банківських продуктів і послуг і має всі характерні риси ринкових відносин. Однак він також має специфічні особливості, які вимагають уважного аналізу при визначенні перспектив розвитку.

Наразі відсутня єдина класифікація банківських продуктів і послуг, і різні автори запропонували різні підходи до поділу на основі потреб клієнтів чи напрямків діяльності кредитних установ. Це свідчить про швидку динаміку



Рис. 3. Механізм впровадження нових банківських продуктів та послуг

Джерело: напрацьовано авторами на основі узагальнення досліджень

виникнення нових продуктів і послуг, а також про відставання науки в цьому питанні.

У сучасному банківському бізнесі конкурентні переваги все менше залежать від вартості банківських послуг. Опитування респондентів показує, що на передній план виходять такі якості, як зручність, доступність, простота і зрозумілість, а також швидкість надання послуг.

При впровадженні новітніх банківських послуг рекомендується ретельно вивчити ринок, вивчити вимоги клієнтів, застосовувати клієнтоорієнтований підхід та генерувати ідеї для подальшої моделювання і оцінки. Ефективність використання ідеї слід визначати за різними показниками, такими як вартість, чистий приведений дохід, доходність, період окупності, внутрішня ставка доходності та інші.

Для оцінки різноманітних новітніх банківських продуктів можуть застосовуватися різні підходи, такі як доходний, витратний та порівняльний. У випадку відповідності розрахованих показників стандартам оцінки, може бути проведений наступний етап – отримання охоронних документів, які в сучасному світі надають конкурентні переваги використанню новітніх банківських продуктів та програм.

У ринку банківських продуктів і послуг важливо враховувати специфічні характеристики та тенденції. Розробка індивідуальних банківських продуктів завжди привертає більше клієнтів, при умові, що ці продукти відповідають їхнім потребам та очікуванням. У сучасному банківському секторі акцент зміщується від вартості послуг на користь зручності, доступності, простоти та швидкості обслуговування.

Рекомендації для впровадження нових банківських продуктів включають уважне вивчення ринку, аналіз потреб клієнтів і застосування підходу, орієнтованого на клієнта. Перед визначенням ефективності ідеї важливо враховувати різноманітні показники, такі як вартість, доходність, період окупності та інші. Підходи до оцінки можуть відрізнятися в залежності від конкретного банківського продукту чи послуги.

Важливим етапом є отримання охоронних документів, що дозволяє використовувати конкурентні переваги в сучасному світі. З цими документами банки можуть захищати свої розробки та ноу-хау. Враховуючи конкурентний характер банківського сектору, такий захист стає ключовим для забезпечення стабільності та привабливості нових продуктів і послуг на ринку.

### Бібліографічний список

1. Варцаба В.І., Заславська О.І. Сучасне банківництво: теорія і практика : навч. посібник. Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2018. 364 с.
2. Гагаулліна Е.І., Маршук Л.М. Аналіз показників діяльності комерційних банків України. *Економіка та суспільство*. 2017. № 17. С. 516–521.
3. Основні показники діяльності банків: дані офіційного сайту Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/>
4. Commercial bank branches (per 100,000 adults). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/FB.CBK.BRCH.P5?view=chart>
5. EUROPE 2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth. 2010. URL: <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
6. Frame W.S., White L.J. Technological Change, Financial Innovation, and Diffusion in Banking. *NYU Working Paper*. 2014. № 451/33549.
7. Abuselidze G. & Slobodianyuk A. Pandemic crisis and its impact on small open economies: a case study of COVID-19. In International Scientific Conference Energy Management of Municipal Facilities and Sustainable Energy Technologies EMMFT 2019. 2021. Springer International Publishing. Volume 1. P. 718–728.
8. Abuselidze G., Slobodianyuk A. Analysis and control of bankruptcy and reorganization processes: case studies using accounting data. In E3S Web of Conferences. EDP Sciences. 2020. Vol. 164.

### References

1. Vartsaba V.I., Zaslavska O.I. (2018) Suchasne bankivnytstvo: teoriia i praktyka: navch. posibnyk [Modern banking: theory and practice: study guide]. Uzhhorod: Vydavnytstvo UzhNU "Hoverla", 364 p.
2. Hataullina E.I., Marshuk L.M. (2017) Analiz pokaznykh diialnosti komertsiiykh bankiv Ukrainy [Analysis of performance indicators of commercial banks of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 17, pp. 516–521.
3. Osnovni pokaznyky diialnosti bankiv: dani ofitsiinoho сайtu Minfin [Main indicators of banks activity: data from the official website of the Ministry of Finance]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/>
4. Commercial bank branches (per 100,000 adults). Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/FB.CBK.BRCH.P5?view=chart>



5. EUROPE 2020. A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth (2010). Available at: <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
6. Frame W.S., White L.J. (2014) Technological Change, Financial Innovation, and Diffusion in Banking. *NYU Working Paper*, no. 451.
7. Abuselidze G. & Slobodianyuk A. (2021) Pandeconomic crisis and its impact on small open economies: a case study of COVID-19. In *International Scientific Conference Energy Management of Municipal Facilities and Sustainable Energy Technologies EMMFT 2019*. Springer International Publishing, vol. 1, pp. 718–728.
8. Abuselidze G. & Slobodianyuk A. (2020) Analysis and control of bankruptcy and reorganization processes: case studies using accounting data. In *E3S Web of Conferences*. EDP Sciences, vol. 164.

*Стаття надійшла до редакції 28.10.2023*

**Olga Mohylevska**

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of Economics, Entrepreneurship, Management Department,  
Kyiv International University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8482-7950>

**Volodymyr Kobylev**

Applicant for the Doctor's Degree in Philosophical Sciences,  
Kyiv International University

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-4484-0502>

**Vadym Lysyi**

Applicant for the Doctor's Degree in Philosophical Sciences,  
Kyiv International University

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3376-4034>

## THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE MARKET OF BANKING PRODUCTS AND SERVICES

**Objective.** The article is devoted to the study of theoretical and methodological aspects of digital transformation of the market of banking products and services. **Results.** Based on the analysis of scientific knowledge on the theoretical and methodological aspects of digital transformation of the market of banking products and services, the authors show that the role of banking institutions in the economy is becoming even more important in the context of rapid development of information technology. Therefore, to ensure competitiveness, banks should not only actively implement new technological solutions, but also improve standard financial products and services. At the same time, the market for banking products and services is a complex economic space that requires banks to actively respond to changes in internal and external conditions to ensure efficient operation and meet customer needs. It has been proven that modern banks are turning into conglomerates of huge amounts of information and need ready-made fintech products that allow them to effectively reduce costs and increase profits. Therefore, artificial intelligence, processing of large amounts of data and their effective use for targeting banking products are currently recognized as key factors. It is worth noting that for many banks, the transition to data-driven management is becoming a priority area of digital transformation, thus allowing them to gain new benefits from big data and analytics. It has been established that technology and innovation play an important role in shaping the modern face of the banking system, and their influence and use can only grow in the future. **Scientific novelty.** The author's research and analysis have shown that, taking into account the peculiarities of the internal activities of domestic banks, a mechanism for introducing new banking products and services is proposed. At the same time, an important stage is obtaining security documents, which allows to use competitive advantages in the modern world. With these documents, banks can protect their developments and know-how. Given the competitive nature of the banking sector, such protection is key to ensuring the stability and attractiveness of new products and services in the market.

**Keywords:** banking services market, bank, service, customers, transaction, operations, development, new types of banking products, new types of banking services, innovation, digitalization.