



УДК 336.722.11

ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Рисін Марія Віталіївна,
доцент, кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, банківської справи і страхування
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
e-mail: rysinmary@gmail.com

Федюк Ірина Вікторівна,
магістрант
Львівського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»
e-mail: irynafedyuk@ukr.net

Анотація. Присвячено визначенню сучасних тенденцій упровадження інноваційних банківських продуктів вітчизняними банками. Досліджено особливості інноваційної діяльності банків України. Узагальнено поняття і види інновацій у сфері банківського бізнесу, які пов'язані з використанням новітніх технологій. Визначено перспективи впровадження вітчизняних інноваційних банківських продуктів.

Ключові слова: банківська інновація, нові технології, інноваційні банківські продукти, інноваційні канали продажу; фінансовий інтернет-супермаркет, інноваційна стратегія банку.

Формул: 0; рис.: 0; табл.: 1; бібл.: 11.

THE WAYS OF INNOVATIVE BANKING PRODUCTS IMPLEMENTATION IN CONDITIONS OF GLOBALIZATION

Rysin Mariia,
Ph. D. in Economics, Associated Professor,
Associated Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance
of the Lviv Institute
of SHEI «Banking University»
e-mail: rysinmary@gmail.com

Fediuk Iryna,
Master Student
of the Lviv Institute
of SHEI «Banking University»
e-mail: irynafedyuk@ukr.net

Abstract. The article is devote to define current trends of innovative banking products introduction by domestic banks. Features of innovative banking activities in Ukraine are investigated. Theoretical definition and types of innovations in banking business which related with new technologies are overviewed in the article. Perspective of domestic innovative banking products implementation are determined.

Keywords: banking innovation, new technology, innovative banking products, innovative sales channels, financial internet supermarket, innovative strategy of the bank.

Formulas: 0; fig.: 0; tabl.: 1; bibl.: 11.

СПОСОБЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Рысин Мария Витальевна,
доцент, кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов, банковского дела и страхования
Львовского образовательного-научного института
ГБУЗ «Университет банковского дела»
e-mail: rysinmary@gmail.com



Федюк Ирина Викторовна,
магістрант

Львовського образовательно-научного института
ГВУЗ «Университет банковского дела»
e-mail: irynafedyuk@ukr.net

Аннотация. Посвящено определению современных тенденций внедрения инновационных банковских продуктов отечественными банками. Рассмотрены особенности инновационных банков в Украине. Произведен обзор понятия и видов инноваций в банковском бизнесе, связанных с новыми технологиями. Определены перспективы внедрения отечественных инновационных банковских продуктов.

Ключевые слова: банковская инновация, новые технологии, инновационные банковские продукты, инновационные каналы продаж, финансовый интернет-супермаркет, инновационная стратегия банка.

Формул: 0; рис.: 0; табл.: 1; библи.: 11.

Вступ. Стрімкий розвиток і поширення нових інформаційно-комунікаційних технологій призводять до кардинальних змін в інформаційній сфері на глобальному ринку. Такі зміни суттєво впливають на фінансовий сектор, зокрема на види і процес надання банківських послуг та вдосконалення банківських продуктів.

У вітчизняних банках, незважаючи на негативний вплив численних факторів нестабільного зовнішнього середовища, триває процес упровадження інноваційних продуктів. У роздрібному банківському бізнесі стабільно зростає популярність електронних каналів продажу банківських послуг, насамперед через Інтернет. Проте впровадження нових технологій у країнах із перехідною економікою, у тому числі й в Україні, є досить складним процесом, оскільки потребує значних вкладень капіталу, підвищення обізнаності населення, застосування нових інструментів ризик-менеджменту тощо. Зважаючи на це, дослідження тенденцій упровадження інноваційних банківських продуктів в умовах глобалізаційних процесів є надзвичайно актуальним.

Аналіз досліджень і постановка завдання. Формування банківської системи України в умовах становлення нового економічного простору і розширення міжнародної співпраці неоднозначно оцінюють фахівці та аналітики. Різним аспектам інновацій у фінансовому секторі присвячено праці багатьох вітчизняних теоретиків і практиків, зокрема таких, як: О. В. Дзюблюк, М. І. Діба, С. Б. Єгоричева, О. В. Золотарьова, І. В. Краснова, Л. Г. Кльоба, В. В. Коваленко, Л. В. Кузнецова, В. В. Рисін та ін. Але попри наявні розробки, вивченням досвіду впровадження банківських інновацій у сучасних умовах функціонування вітчизняних банківських установ приділено недостатньо уваги, що актуалізує подальші дослідження тенденцій упровадження нових технологій надання банківських послуг.

Метою статті є визначення основних тенденцій упровадження інноваційних банківських продуктів в умовах глобалізації світових фінансів.

Результати дослідження. Світові глобалізаційні процеси зумовлюють необхідність активізації банківського сектору як регулятора соціально-економічного розвитку суспільства. Саме банки у власному арсеналі мають важелі впливу на фінансову, інвестиційну, виробничу і багато інших сфер економіки країни [1].

Результатом глобалізаційних процесів, які активно впливають на всі сфери життєдіяльності суспільства, є інтеграція економіки України до міжнародних фінансових ринків. Глобалізація банківського сектору дає величезні можливості результативним та інноваційним учасникам і водночас загрожує неефективним інститутам і тим, хто опирається змінам.

Цікавим є підхід до тлумачення поняття «банківські інновації» С. Б. Єгоричевою, яка розглядає його у вузькому і широкому значеннях. У першому варіанті банківські інновації – це результат упровадження нових або суттєво вдосконалених банківських продуктів і послуг, які відповідають наявним або потенційним фінансовим потребам клієнтів, власним інтересам банку і вимогам банківського законодавства, надають зацікавленим сторонам додаткові вигоди. У широкому розумінні банківські інновації автор характеризує як процес створення додаткової цінності для клієнтів, працівників і власників банку шляхом внесення якісних змін в усі сфери його діяльності – продукти, послуги, процеси, бізнес-моделі та стратегії, що стали результатом практичної реалізації нових ідей, знань і стороннього досвіду [2].

Отже, з одного боку, під банківською інновацією слід розуміти реалізований у формі нового банківського продукту (операції або послуги) кінцевий результат інноваційної діяльності банку, а з другого – потрібно враховувати, що поняття «банківської інновації» розповсюджується не лише на продукти і послуги банківської установи.

Таким чином, до інноваційної банківської діяльності можна віднести розроблення і впровадження нових банківських продуктів та послуг; банківських продуктів і послуг на нових ринкових сегментах; упровадження інноваційних інструментів фінансових ринків; удосконалення і розроблення нових технологій обслуговування клієнтів.

Виділяють різні види банківських інноваційних продуктів, які можна класифікувати:

- залежно від причин зародження (реактивні, стратегічні);
- залежно від цілей (оперативні, перспективні);
- функціональним змістом (виробничі, інтелектуальні, управлінські, фінансові);
- за змістом (продуктові, процесні);
- за інноваційним потенціалом (радикальні, комбіновані, модифіковані);



- залежно від об'єкта реалізації інновацій (внутрішньобанківські, позабанківські);
- залежності від темпів запровадження (швидкі, уповільнені, рівномірні, стрибкоподібні);
- за характером потреб (спрямовані на задоволення наявних потреб, спрямовані на задоволення нових потреб);
- за новизною (нові для банківської діяльності у світі, нові для банківської діяльності у країні) [2; 3].

Інноваційний процес у банку, який пов'язаний зі створенням, освоєнням і розповсюдженням інновацій, охоплює всі сторони діяльності банку: від розроблення концепції та ідеї до їх практичної реалізації [1]. Розроблення банківських інноваційних продуктів має певні особливості. Банк може застосувати декілька варіантів: удосконалити наявний продукт; розробити цілком новий (невідомий для ринку) продукт; розробити новий для банку, але уже відомий для ринку продукт. Принципово новий продукт може одразу і не принести банкові доходів, але сприятиме нарощуванню банківської технології та індустрії, підвищенню позитивного іміджу банку.

Основними інноваційними каналами продажу банківських послуг в Україні стає інтернет-банкінг, фінансові супермаркети, ко-брендинг, банкомати, пристрої самообслуговування тощо. Аналіз діяльності вітчизняних банківських установ показав, що інновації у сфері банківського бізнесу, які пов'язані з використанням нових технологій, поширюються на такі продукти:

- мобільний банкінг – вид дистанційного обслуговування клієнтів, який являє собою сервіс для власників карткових рахунків, що дозволяє контролювати рух коштів за допомогою мобільного телефону;
- Інтернет-банкінг – це система, яка забезпечує дистанційний доступ до банківських продуктів і можливість здійснювати операції за рахунками через Інтернет з комп'ютера або портативного пристрою;
- «зона 24» – за допомогою цього продукту клієнти можуть скористатись перевагами цілодобового доступу до найнеобхідніших банківських послуг.
- POS-термінали в торговельних мережах – устаткування терміналів самообслуговування в мережах торгівлі [3, с. 166];
- електронний залишок (послуга «без монет») – зарахування залишку менше ніж одна гривня на рахунок мобільного телефону клієнта або на електронний ваучер.

Отже, нові технології стали головним поштовхом для розвитку сучасного масового банкінгу. Для клієнтів новим критерієм вибору банківської установи для обслуговування є наявність якісного Інтернету і мобільного банкінгу, «зони 24».

Дистанційне банківське обслуговування трактується як надання банківських послуг за запитом клієнта без безпосередньої взаємодії клієнта зі співробітником банку [4, с. 124]. Завдяки можливостям сучасних

способів дистанційного доступу клієнта до банку сьогодні стали звичними поняття: direct banking – прямі банківські операції; phone banking, telebanking – дистанційні операції телефоном; handy pocket banking – операції за допомогою мобільного телефону; fax-banking – операції факсом; PC-banking – операції через персональний комп'ютер.

Управління банківськими інноваціями містить алгоритм розроблення нових банківських інноваційних продуктів, що включає розробку концепції банківського інноваційного продукту; формалізацію та опис банківського інноваційного продукту; маркетингові дослідження інноваційності продукту; розроблення, погодження та затвердження інноваційного продукту; упровадження інноваційного продукту [5, с. 113].

Лідером за кількістю інноваційних банківських продуктів на вітчизняному ринку банківських послуг є ПАТ КБ «ПриватБанк». Він першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги Інтернет-банкінгу – «Privat24» і GSM-банкінгу, а також послуги з продажу через мережу своїх банкоматів і POS-терміналів електронних ваучерів провідних операторів мобільного зв'язку, IP-телефонії та ін. [6, с. 25].

ПАТ «Альфа-Банк» упровадив нову технологію – Alfa-Pay, яка дозволяє використовувати годинник для платежів. Значною конкурентною перевагою ПАТ «Альфа-Банк» є те, що він має один із найбільш якісних і швидких каналів обслуговування фізичних осіб. Також цей банк активно просуває технологію NFC в Україні. Сьогодні NFC активно підтримують такі відомі компанії, як Google, Microsoft, Nokia, NXP Semiconductors, Philips, Samsung, Sony, що свідчить про перспективність розвитку цієї технології.

Державний банк АТ «Ощадбанк» розробив інноваційний продукт – «Віртуальну картку». Її пропонують клієнтам для самостійного відкриття і проведення розрахунків одразу після її випуску без звернення до банку. Картка не має фізичного носія і призначена для зручного та безпечного здійснення розрахунків виключно в мережі «Інтернет», що є основною метою її впровадження. Клієнт сам установлює максимальний ліміт грошей на картці та може за бажанням у будь-який момент самостійно заблокувати або закрити картку [7]. Упровадження таких інноваційних продуктів, як «Віртуальна картка», можливе тільки на основі застосування дистанційного банківського обслуговування (ДБО).

Здійснимо аналіз частки безготівкових розрахунків, наявності різноманітних пристроїв обслуговування банківських платіжних карток і розглянемо конкурентні можливості банків України в порівнянні з провідними країнами світу (табл.).

Роздрібний банкінг завжди був одним із напрямів просування банківських продуктів і впровадження нових технологій. За даними табл. можна зробити висновки про низьку частку використання клієнтами в Україні кредитних карток у порівнянні із зарубіжними країнами. Позитивним явищем є зростання частки безготівкових розрахунків загалом, що зумовлено розвитком інноваційних банківських продуктів і нестандартних каналів продажу фінансових послуг.



Таблиця

**Частка користувачів банківськими платіжними картками
у третьому кварталі 2017 року**

Назва	Країни				
	Україна	Великобританія	США	Австралія	Німеччина
1. Частка безготівкових розрахунків, %	38,6	52	45	35	33
2. Кількість платіжних карт на одного жителя:					
- дебетових, %	0,59	1,48	0,94	1,75	1,25
- кредитних, %	0,17	0,88	2,9	1	0,06
3. Кількість банкоматів (ATMs), шт.	38 600	70 020	425 000	64 182	61 118

Примітка. Розраховано за даними [3; 6; 10].

Роздрібний банкінг завжди був одним із напрямів просування банківських продуктів і впровадження нових технологій. За даними *табл.* можна зробити висновки про низьку частку використання клієнтами в Україні кредитних карток у порівнянні із зарубіжними країнами. Позитивним явищем є зростання частки безготівкових розрахунків загалом, що зумовлено розвитком інноваційних банківських продуктів і не-стандартних каналів продажу фінансових послуг.

Банки України активно впроваджують на ринок нові банківські продукти і технології, які раніше не мали аналогів на вітчизняному ринку банківських послуг. Найбільш цікавими і перспективними з них, на нашу думку, є такі.

1. Комбіновані (гібридні) депозити. Вони являють собою вклад, половину коштів якого розміщують на депозиті, а на половину купують сертифікати інвестиційного фонду.
2. Поеднання строкових депозитів із відкриттям овердрафту. Овердрафт або звичайний кредит за зниженою відсотковою ставкою може бути використаний клієнтом у разі термінової потреби в коштах без розірвання договору банківського вкладу.
3. Технології кеш-менеджменту. Кеш-менеджмент належить до сфери обслуговування великих корпоративних клієнтів [8].
4. P2P (Peer-to-Peer) кредитування. P2P кредитування є фінансовим інструментом отримання в позику грошових коштів одного суб'єкта від іншого без залучення фінансового посередника [6]. Однак платформою P2P кредитування може виступати й банк, про що свідчить успішна практика впровадження цієї послуги ПАТ КБ «ПриватБанк».
5. Цифровий безконтактний гаманець. Компанія «Mastercard» і ПАТ КБ «ПриватБанк» 2017 році презентували цифровий безконтактний гаманець на платформі Mastercard Enablement Digital Service (MDES) в Україні [9]. Він дозволяє клієнтам банку швидко і безпечно розраховуватися в торговельних точках за допомогою смартфона на POS-терміналах, що підтримують технологію безконтактної оплати Mastercard [3].

Вплив глобальних банківських груп (Citygroup, ING group, BNP Paribas, KBC, Allianz) призвів до під-

вищення конкурентної боротьби за клієнта, використання досвіду роботи холдингових моделей ведення бізнесу в ключі отримання синергетичного ефекту від використання можливостей своїх бізнес-партнерів. На сьогодні надзвичайно актуальним стає поняття електронної моделі фінансового супермаркету: відкриття загального порталу для всіх підприємств фінансової групи, можливість консолідації рахунків клієнтів за різними операціями, вільний перехід від одного провайдера фінансових послуг до іншого в рамках однієї фінансової групи, висока швидкість проведення і стандартизації операцій, доступ клієнтів до різноманітної, складної фінансової інформації.

Класична модель фінансового супермаркету – це мережа пунктів продажу всіх видів фінансових продуктів під одним дахом. Клієнт може отримати фінансову консультацію, придбати страховий поліс, зробити інвестицію, узяти кредит, розмістити гроші на депозит – і все в одному офісі.

Продуктова політика банківської установи в такому конгломераті значно складніша: різні продукти можуть дублювати або виключати одне одного, різні клієнти мають різну довіру до продавців фінансових продуктів (брокерів, страховиків і банкірів).

Натомість електронна система фінансового супермаркету передбачає можливість співпраці великої кількості різноманітних банківських і небанківських структур. Прикладом фінансового супермаркету в режимі онлайн може бути проект «Ліга фінанси», на порталі ЛІГА.net, що пропонує своїм клієнтам банківські послуги від усіх банків України, страхові послуги представлені компаніями «УТІСО», «Оранта», «Дженерал Гарант», а також інвестиційні послуги, представлені фінансовими установами «P&S Group», «X-Trade Brokers», «iTrader», «Онлайн капітал» [10]. Щодо кожного виду фінансових послуг існує можливість задати питання експертам, а також онлайн спілкування із загальним менеджером – консультантом фінансового супермаркету.

Таким чином, інноваційна стратегія банку виконує функції створення конкурентної стратегії, формування портфеля фінансових інновацій, розроблення і вибору методів управління фінансовими інноваціями та контролю за ними.

Новим трендом у банківських інноваціях є зближення банків із соціальними мережами. Зараз передовими проектами у сфері банківських інновацій є



проекти ідентифікації клієнта за фотографією в соціальних мережах. Так, компанія «Socure» розробила програму «Perceive», що використовує біометричні параметри клієнта для його авторизації у програмі мобільного банкінгу. Система вивчає зображення клієнта, зроблене на смартфон, і зіставляє зображення фотографією в мережах Facebook, Twitter і LinkedIn. Після перевірки система ухвалює платіж або включає сигнал тривоги. На даний час систему використовують декілька лондонських банків у режимі тестування [11].

Для запобігання випадкам шахрайства, а також з метою спрощення і прискорення процесу обробки чеків Union National Bank (UNB), один із лідерів ринку фінансових послуг ОАЕ, першим із фінансових інститутів регіону ввів інноваційну систему автоматичної перевірки підпису [11]. Раніше службовцям UNB доводилося візуально звіряти підпис у чеку з електронним зразком, що зберігається в базі даних. Нова ж система забезпечує перевірку підпису відразу за двома критеріями: за відносно стабільними індивідуальними особливостями підпису і за динамічними особливостями його написання, які також мають суто індивідуальний характер. Ця система в декілька разів

знижує ризик правопорушень, оскільки практично унеможливорює підробки підпису в чеку.

Висновки. Таким чином, інноваційний потенціал банків України є досить високим. Вітчизняні банки активно використовують досвід зарубіжних партнерів, цьому сприяє попит клієнтів на інноваційні продукти і технології. Банківські інновації дозволяють створити унікальні для клієнтів продукти, підвищити привабливість і зручність для клієнта послуг банку.

В умовах глобалізації фінансового ринку банки повинні розробити нову інноваційну стратегію діяльності, що буде зосереджена на удосконаленні наявних банківських продуктів шляхом застосування нових підходів і технологій, на розвиткові інноваційних каналів продажу банківських продуктів, методів онлайн конкуренції, використання моделі фінансового інтернет-супермаркету.

Отже, ефективність функціонування банку, фінансова стійкість, надійність і конкурентоспроможність на фінансовому ринку суттєво залежать від рівня впровадження інноваційних банківських продуктів і технологій, які здатні стати поштовхом у подальшому розвитку банківського сектору України.

Список використаних джерел

1. Банківська система України : інституційні зміни та інновації : монографія / [Л. О. Примостка, М. І. Дибба, І. В. Краснова та ін.] ; за заг. ред. О. Примостки. – К. : КНЕУ, 2015. – 434 с.
2. Єгоричева С. Б. Банківські інновації : навч. посіб. / С. Б. Єгоричева. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 208 с.
3. Золотарьова О. В. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Україні / О. В. Золотарьова, А. А. Чекал // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – № 1. – С. 163–179.
4. Рисін В. В. Перспективи розвитку цифрового банкінгу на фінансовому ринку України / В. В. Рисін, М. В. Рисін // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – Вип. 2 (124). – С. 123–128.
5. Кльоба Л. Г. Оцінювання рівня інноваційності банківських продуктів і послуг [Електронний ресурс] / Л. Г. Кльоба // Ефективна економіка. – 2016. – № 6. – С. 112–114. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua>.
6. Коваленко В. В. Трансформаційні напрями розвитку банківської системи України / В. В. Коваленко // Економічний форум. – 2015. – № 2. – С. 28–34.
7. Офіційний сайт ПАТ «Ощадбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.oschadbank.ua>.
8. Діяльність банків на кредитному ринку в умовах асиметрії інформації : монографія / за ред. Л. В. Кузнецової. – Одеса : ОНЕУ, 2015. – 289 с.
9. Офіційний сайт ПАТ КБ «ПриватБанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://privatbank.ua>.
10. Кращі банківські продукти за 9 місяців 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ua.prostobank.ua/e_banking/dumki/yakim_chinom_banki_rozvivatimut_tsifrovi_poslugi_dlya_naselennya_u_2012_2015_rokah.
11. Сутність та зміст банківських інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2009/Economics/45244.doc.htm.

References

1. Primostka, L. O. (Eds.), Dyba, M. I., Krasnova, I. V., and others (2015). *Bankiv's'ka systema Ukrayiny : instytutsiyni zminy ta innovatsiyi* [*The Ukrainian banking system: institutional changes and innovations*]. Kyiv : KNEU [in Ukrainian].
2. Egoricheva, S. B. (2010). *Bankiv's'ki innovatsiyi* [*Banking innovations*]. Kyiv : Center for Educational Literature [in Ukrainian].
3. Zolotareva, O. V., & Chekal, A. A. (2016). *Innovatsiyi bankiv's'ki produkty ta spetsyfika yikh uprovaldzhennya v Ukrayini* [Innovative banking products and specifics of their implementation in Ukraine]. *Naukovyy visnyk Kherson's'koho derzhavnogo universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University*, 1, 163–179 [in Ukrainian].

4. Rysin, V. V., Rysin, M. V. (2017). Perspektyvy rozvytku tsyfrovogo banking na finansovomu rynku Ukrainy [The prospects of digital banking development on Ukrainian financial market]. *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnogo period Ukrainy – Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, 2, 123–128 [in Ukrainian].
5. Kloba, L. G. (2016). Otsynuvannya rivnya innovatsiynosti bankivs'kykh produktiv i posluh [Evaluation of the level of innovation of banking products and services]. *Efektivna ekonomika – Effective Economics*, 6, 112–114. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua> [in Ukrainian].
6. Kovalenko, V. V. (2015). Transformatsiyni napryamy rozvytku bankivs'koyi systemy Ukrainy [Transformational directions of development of the banking system of Ukraine]. *Ekonomichnyy forum – Economic forum*, 2, 28–34 [in Ukrainian].
7. Ofitsijnyj sayt PAT «Oshchadbank» [Official site of PJSC «Oshchadbank»]. (n.d.). www.oschadbank.ua. Retrieved from <https://www.oschadbank.ua> [in Ukrainian].
8. Kuznetsova L.V. (Eds.). (2015). *Diyal'nist' bankiv na kredytnomu rynku v umovakh asymetriyi informatsiyi* [Activities of banks in the credit market in conditions of asymmetry of information]. Odessa : ONEU [in Ukrainian].
9. Ofitsijnyj sayt PAT KB «Pryvatbank» [Official site of PJSC KB «Privatbank»]. (n.d.). www.privatbank.ua. Retrieved from <https://privatbank.ua>. [in Ukrainian].
10. Krashchi bankivs'ki produkty za 9 misjatsiv 2017 roku [Best Banking Products for 9 Months in 2017]. (n.d.). www.prostobank.ua. Retrieved from http://ua.prostobank.ua/e_banking/dumki/yakim_chinom_banki_rozvivatimut_tsifrovi_poslugi_dlya_naselennya_u_2012_2015_rokah [in Ukrainian].
11. Sutnist' ta zmist bankivs'kykh innovatsiy [Essence and content of banking innovations]. (n.d.). www.rusnauka.com. Retrieved from http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2009/Economics/45244.doc.htm [in Ukrainian].