

Міністерство культури та інформаційної політики України
Харківська державна академія культури
Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра цифрових комунікацій та інформаційних технологій

**Кваліфікаційна робота на тему:
«Комунікаційно-інформаційні потреби
користувачів банківської інформації:
на прикладі АТ КБ «Приватбанк»»**

Виконав:

здобувач другого (магістерського)
рівня вищої освіти, ОП Інформаційно-
документна та бібліотечна діяльність,
спеціальності 029 Інформаційна,
бібліотечна та архівна справа
Коломійцев Олександр
Олександрович

Керівник:

доцент, канд. наук із соц. комунікацій,
доцент кафедри цифрових
комунікацій та інформаційних
технологій
Шелестова Анна Миколаївна

Рецензент:

доцент, канд. техн. наук,
доцент кафедри економічної
кібернетики та прикладної економіки
Харківського національного
університету ім. В. Н. Каразіна
Лубенець Сергій Васильович

Харків 2024

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ..... | 6 |
| 1.1 Основні поняття та визначення..... | 6 |
| 1.2 Комунікаційно-інформаційні потреби користувачів..... | 11 |
| 1.3 Банківська інформація та її особливості..... | 24 |
| 1.4 Моделі комунікаційно-інформаційних відносин у банківській сфері..... | 28 |
| 1.5 Вплив інформаційних технологій на комунікацію в банківському секторі... | 33 |
| РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ АТ КБ | 37 |
| «ПРИВАТБАНК»..... | |
| 2.1 Веб-сайт банку..... | 37 |
| 2.2 Мобільний додаток..... | 42 |
| 2.3 Інтернет-банкінг..... | 49 |
| 2.4 Спеціалізовані інформаційні сервіси..... | 52 |
| РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ КОРИСТУВАЧІВ..... | 55 |
| 3.1 Проблеми, з якими стикаються користувачі комунікаційно-інформаційних сервісів банку..... | 55 |
| 3.2 Пропозиції щодо вдосконалення..... | 58 |
| 3.3 Перспективи розвитку комунікаційно-інформаційних сервісів банку..... | 61 |
| ВИСНОВКИ..... | 64 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ..... | 67 |

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасному інформаційному суспільстві, де технології та інновації зростають експоненційними темпами, банківська сфера не лише адаптується до нових реалій, але й активно впроваджує передові рішення для забезпечення найкращого обслуговування своїх клієнтів. Зокрема, важливо визначити та розуміти комунікаційно-інформаційні потреби користувачів банківської інформації, оскільки вони є ключовим елементом ефективної взаємодії між банком та його клієнтами.

Обрана тема роботи присвячена вивченню комунікаційно-інформаційних потреб користувачів на прикладі АТ КБ «ПриватБанк». Цей банк, який відзначається своєю високою технологічною розвиненістю та широким спектром послуг, став суттєвим гравцем на фінансовому ринку. Аналізуючи способи взаємодії клієнтів з банківською інформацією в цьому контексті, можна отримати унікальні уявлення про те, як банк відповідає на зростаючі потреби своїх користувачів.

Важливим аспектом дослідження є врахування впливу цифрової трансформації на комунікаційні практики в банківській сфері, зокрема у вигляді мобільних додатків, онлайн-сервісів, інтернет-банкінгу та інших інноваційних рішень. Розглядаючи споживчі тенденції та вимоги сучасних клієнтів, можна з'ясувати, які саме інструменти та сервіси відповідають їхнім потребам у сприйнятті та обробці інформації.

За останні роки відбулися значні зміни в банківській сфері, обумовлені швидким розвитком інформаційних технологій та зростанням вимог клієнтів. У цьому контексті дослідження комунікаційно-інформаційних потреб користувачів банківської інформації стає особливо актуальним. Зокрема, АТ КБ «ПриватБанк» – один з найбільших банків в Україні, який активно впроваджує інноваційні технології в свою діяльність, тому вивчення комунікаційних та інформаційних потреб його клієнтів є важливим завданням.

Об'єктом дослідження є комунікаційно-інформаційні потреби користувачів банківської інформації в контексті діяльності АТ КБ «ПриватБанк».

Предметом дослідження є система комунікаційно-інформаційних відносин між АТ КБ «ПриватБанк» та його клієнтами, а також інструменти, які використовуються для задоволення потреб користувачів у доступі до банківської інформації.

Метою роботи є аналіз комунікаційно-інформаційних потреб користувачів банківської інформації на прикладі АТ КБ «ПриватБанк», вивчення інструментів, які використовуються банком для задоволення цих потреб, та розробка пропозицій щодо вдосконалення цього процесу.

Завдання дослідження:

1. визначити основні комунікаційно-інформаційні потреби користувачів банківської інформації;
2. розглянути особливості банківської інформації та моделі комунікаційно-інформаційних відносин у банківській сфері;
3. аналізувати вплив інформаційних технологій на комунікацію в банківському секторі;
4. вивчити комунікаційно-інформаційні інструменти, які використовує АТ КБ «ПриватБанк»;
5. визначити проблеми, з якими стикаються користувачі комунікаційно-інформаційних сервісів банку;
6. розробити пропозиції щодо вдосконалення комунікаційно-інформаційних сервісів банку;
7. визначити перспективи розвитку комунікаційно-інформаційних сервісів АТ КБ «ПриватБанк».

Для досягнення мети дослідження використовуються такі методи: аналіз літературних джерел та наукових публікацій, системний аналіз комунікаційно-інформаційних процесів в банківському секторі.

Практична значущість роботи. Результати дослідження можуть бути використані АТ КБ «ПриватБанк» для удосконалення комунікаційно-інформаційних сервісів, що призведе до підвищення задоволення клієнтів та збільшення їхньої лояльності.

Теоретична значущість роботи. Робота додасть нові дані до наукового розуміння комунікаційно-інформаційних відносин у банківській сфері та розкриє специфіку взаємодії банківських інститутів із споживачами.

Новизною роботи є дослідження комунікаційно-інформаційних аспектів діяльності АТ КБ «ПриватБанк» на прикладі конкретного банку, що може слугувати важливим підґрунтям для подальших досліджень в галузі банківської комунікації.

Структура кваліфікаційної роботи: Загальний обсяг роботи складає 73 сторінок, з них 65 сторінок основного тексту. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел та літератури – 62 позиції.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

1.1 Основні поняття та визначення

Банківський сектор відіграє вирішальну роль у світовій економіці, слугуючи основою для фінансових операцій та економічного розвитку. У цьому контексті ефективна комунікація та своєчасне поширення інформації мають першорядне значення як для установ банківського сектору, так і для їхніх різноманітних користувачів.

Комунікація в банківському секторі передбачає обмін інформацією між різними зацікавленими сторонами, включаючи фінансові установи, клієнтів, регуляторів та працівників. Ця комунікація охоплює широкий спектр каналів, таких як традиційна банківська взаємодія, онлайн-платформи, мобільні додатки та регуляторна звітність [1].

Ефективна комунікація в банківському секторі гарантує, що зацікавлені сторони будуть добре поінформовані про фінансові продукти, послуги, політику та ринкові тенденції. Чіткі та прозорі комунікації допомагають будувати довіру між банками та їхніми клієнтами, сприяючи розвитку довгострокових відносин та лояльності клієнтів.

Користувачі банківської інформації складають різноманітні групи, включаючи індивідуальних клієнтів, бізнес, інвесторів, регуляторні органи та внутрішній персонал банку. Кожна категорія користувачів має унікальні інформаційні потреби, і банки повинні адаптувати свої комунікаційні стратегії до цих потреб [2].

Фізичні особи:

- Потребують інформації про залишки на рахунках, транзакції, процентні ставки та комісії.
- Бажають отримувати інформацію про нові продукти, послуги та акційні пропозиції.

- Бажають отримати чітку інформацію про заходи безпеки та запобігання шахрайству.

Підприємства:

- Потребують інформації про бізнес-кредити, інвестиційні можливості та послуги з управління грошовими коштами.

- Потребують своєчасної інформації про ринкові тенденції, економічні умови та регуляторні зміни.

- Шукають персоналізовані фінансові поради для оптимізації своїх фінансових стратегій.

Інвестори:

- Вимагають точних і своєчасних фінансових звітів і декларацій.

- Потребують інформації про ринкові умови, інвестиційні можливості та фактори ризику.

- Цінують прозоре інформування про результати діяльності банку та його майбутні перспективи.

- Регуляторні органи:

- Вимагають вичерпної звітності про фінансову діяльність для забезпечення дотримання вимог законодавства.

- Прагнуть своєчасного оновлення інформації про практику управління ризиками та регуляторні зміни.

- Покладатися на чітку комунікацію для підтримки фінансової стабільності та захисту споживачів.

Внутрішній персонал банку:

- Потребують детальної інформації про політику, процедури та організаційні зміни банку.

- Потребують навчання та оновлень щодо найкращих галузевих практик і технологічних досягнень.

- Залежать від ефективної комунікації для співпраці та безперебійної роботи.

Основні поняття та визначення:

Фінансова грамотність:

- Це здатність користувачів банківської інформації розуміти та ефективно використовувати фінансову інформацію.
- Банки відіграють вирішальну роль у просуванні фінансової грамотності через освітні ініціативи та чітку комунікацію.

Прозорість:

- Передбачає відкритість і зрозумілість у спілкуванні для побудови довіри зі стейкхолдерами.
- Прозора комунікація допомагає користувачам приймати обґрунтовані рішення та підвищує довіру до банківського сектору.

Кібербезпека:

- Стосується захисту банківської інформації від кіберзагроз та несанкціонованого доступу.
- Ефективне інформування про заходи кібербезпеки має важливе значення для заспокоєння користувачів і збереження цілісності фінансових операцій.

Поява технологій значно трансформувала банківську галузь, вплинувши на способи передачі інформації та доступу до неї. Цифрові канали, такі як платформи онлайн-банкінгу та мобільні додатки, стали невід'ємною частиною задоволення інформаційних потреб користувачів. Однак цей перехід до діджиталізації також несе з собою виклики, пов'язані з кібербезпекою, конфіденційністю та потенційним інформаційним перевантаженням [3].

Цифрові комунікації:

- Цифрові канали уможливають спілкування в режимі реального часу, надаючи користувачам миттєвий доступ до їхньої фінансової інформації.
- Банки повинні гарантувати, що цифрова комунікація є безпечною, зручною для користувачів та супроводжується належною підтримкою для вирішення будь-яких питань.

Конфіденційність даних:

- Оскільки банки збирають та обробляють величезні обсяги даних про клієнтів, забезпечення конфіденційності має першорядне значення.
- Комунікація повинна підкреслювати заходи, що вживаються для захисту особистої інформації, сприяючи зміцненню довіри між користувачами.

Інформаційне перевантаження:

- Велика кількість інформації в цифрову епоху може перевантажити користувачів.
- Банки повинні дотримуватися балансу, надаючи релевантну та стислу інформацію, покращуючи загальний користувацький досвід.

Банківський сектор працює в рамках нормативно-правових актів та вимог до звітності, встановлених національними та міжнародними органами влади. Чітке і точне інформування про заходи з дотримання законодавства та зобов'язання щодо звітності є важливим для підтримання цілісності фінансової системи [4].

Регуляторна комунікація:

- Банки повинні ефективно інформувати про зміни в законодавстві, щоб користувачі знали про їхній вплив на їхню фінансову діяльність.
- Прозорість у дотриманні нормативних вимог зміцнює довіру до прихильності банківського сектору до етичних практик.

Фінансова звітність:

- Своєчасна та точна фінансова звітність має вирішальне значення для інвесторів, регуляторних органів та інших зацікавлених сторін.
- Комунікація повинна роз'яснювати складну фінансову інформацію, роблячи її доступною та зрозумілою для різноманітної аудиторії.

Банківська галузь продовжує розвиватися під впливом нових технологій, змін в очікуваннях клієнтів та глобальних економічних зрушень. Передбачення майбутніх тенденцій має вирішальне значення для банків, щоб

проактивно реагувати на мінливі комунікаційні та інформаційні потреби користувачів [5].

Штучний інтелект (ШІ) та чат-боти:

- Технології на основі штучного інтелекту та чат-боти можуть покращити взаємодію з клієнтами, надаючи миттєві відповіді на запити.

- Комунікаційні стратегії повинні включати ці технології, зберігаючи баланс із людською взаємодією.

Майбутнє банківської комунікації полягає в персоналізації, пристосуванні повідомлень до індивідуальних уподобань і потреб користувачів. Удосконалена аналітика та сегментація клієнтів відіграватимуть ключову роль у досягненні персоналізованої комунікації. Банки повинні бути в курсі регуляторних змін у всьому світі, адаптуючи комунікаційні стратегії до нових вимог. Проактивне інформування про регуляторні оновлення допоможе користувачам легко орієнтуватися у змінах [6].

Отже, комунікаційні та інформаційні потреби в банківському секторі є складними та багатограними, що вимагає нюансованого підходу для задоволення різноманітних очікувань користувачів. Фундаментальні принципи прозорості, фінансової грамотності та кібербезпеки є ключовими у встановленні довіри та зміцненні міцних відносин між банками та їхніми стейкхолдерами.

Оскільки технології продовжують змінювати банківський ландшафт, перехід на цифрові канали комунікації стає необхідним. Однак цей перехід має супроводжуватися зобов'язанням захищати конфіденційність користувачів, вирішувати проблеми кібербезпеки та запобігати інформаційному перевантаженню. Досягнення правильного балансу між зручністю цифрової взаємодії та забезпеченням безпеки даних має першорядне значення.

Дотримання нормативних вимог залишається наріжним каменем банківської діяльності, що вимагає чіткого інформування про зміни та

оновлення. Майбутнє банківських комунікацій полягає в безперешкодній інтеграції нових технологій, таких як штучний інтелект, і персоналізації послуг відповідно до індивідуальних уподобань користувачів.

Орієнтуючись у цьому динамічному середовищі, банки повинні залишатися пильними, адаптивними та проактивними у своїх комунікаційних стратегіях. Ефективна комунікація не лише задовольняє нагальні потреби користувачів, але й сприяє загальній стабільності та стійкості банківського сектору.

По суті, успіх комунікаційних стратегій банку та стратегій поширення інформації переплітається з його здатністю розуміти, адаптуватися та передбачати мінливі потреби та очікування своєї різноманітної користувацької бази. Надаючи пріоритет чіткій, прозорій та персоналізованій комунікації, банки можуть не лише задовольнити поточні потреби, але й закласти фундамент для стійких і довірливих відносин зі своїми користувачами в майбутньому.

1.2 Комунікаційно-інформаційні потреби користувачів

У сучасному фінансовому ландшафті банківський сектор відіграє ключову роль у сприянні економічній діяльності та формуванні загального фінансового здоров'я націй. Ефективна комунікація та своєчасне поширення інформації мають важливе значення для безперебійного функціонування банківської галузі.

Комунікація є джерелом життєдіяльності банківського сектору, об'єднуючи різні зацікавлені сторони, такі як клієнти, регулятори, акціонери та працівники. Прозора та ефективна комунікація має вирішальне значення для підтримки довіри до фінансової системи. Клієнти покладаються на те, що банки захистять їхні кошти та нададуть точну і своєчасну інформацію про їхні рахунки, операції та фінансові продукти. Регулятори вимагають

вичерпних даних для забезпечення дотримання правових та пруденційних стандартів, що сприяє фінансовій стабільності [7].

Інформаційні потреби користувачів банківських послуг:

1. Клієнти. Клієнти потребують доступу в режимі реального часу до залишків на своїх рахунках, історії транзакцій та інших важливих деталей. Платформи онлайн-банкінгу, мобільні додатки та SMS-сповіщення задовольняють цю потребу, підвищуючи зручність клієнтів. Чітке інформування про функції, ризики та умови фінансових продуктів є важливим для прийняття клієнтами поінформованих рішень. Брошури, онлайн-ресурси та канали обслуговування клієнтів відіграють вирішальну роль у поширенні цієї інформації.

2. Платформи онлайн-банкінгу. Сучасні платформи онлайн-банкінгу надають пріоритет користувацькому досвіду, пропонуючи інтуїтивно зрозумілі інтерфейси, які дозволяють клієнтам легко орієнтуватися в системі. Залишки на рахунках відображаються на видному місці при вході в систему, надаючи миттєвий знімок фінансового стану. Детальні історії транзакцій легко доступні, що дозволяє клієнтам переглядати та класифікувати витрати. Ця функція допомагає в плануванні бюджету, відстеженні витрат та виявленні потенційно несанкціонованих дій [8].

3. Мобільні додатки. Мобільні банківські додатки надають клієнтам можливість керувати фінансами на кінчиках пальців. Окрім перевірки балансу, ці додатки полегшують перекази коштів, оплату рахунків та депозити за допомогою мобільних чеків, пропонуючи неперевершену зручність. Своєчасні сповіщення інформують клієнтів про операції за рахунком. Від зарахування заробітної плати до великих транзакцій або низького балансу, push-сповіщення сприяють проактивному управлінню фінансами.

4. SMS-сповіщення. SMS-сповіщення слугують додатковим рівнем комунікації в режимі реального часу, забезпечуючи клієнтам можливість бути в курсі подій навіть без доступу до Інтернету. Сповіщення можуть

охоплювати широкий спектр операцій, включаючи зняття коштів, поповнення рахунку та невдалі спроби входу в систему.

5. Заходи безпеки. Для посилення безпеки багато банківських платформ і додатків інтегрують біометричну автентифікацію, таку як розпізнавання відбитків пальців або обличчя. Це не тільки забезпечує безпечний доступ, але й пропонує безперешкодний користувацький досвід. Розширення можливостей для прийняття обґрунтованих рішень

6. Брошури та документація. Банки випускають детальні брошури та документацію для кожного фінансового продукту. Ці матеріали містять вичерпний огляд функцій, переваг та потенційних ризиків, пов'язаних з продуктом. Докладаються зусилля, щоб представити складну фінансову інформацію доступною мовою, гарантуючи, що клієнти, незалежно від рівня фінансової грамотності, можуть приймати обґрунтовані рішення [9].

7. Онлайн-ресурси. Банки використовують свої веб-сайти для розміщення інтерактивних інструментів, освітнього контенту та поширених запитань (FAQ). Ці онлайн-ресурси мають на меті допомогти клієнтам глибше зрозуміти різні фінансові продукти. Інтерактивні симулятори та калькулятори дозволяють клієнтам моделювати різні фінансові сценарії, допомагаючи їм оцінити потенційні результати та наслідки вибору певного продукту.

8. Канали обслуговування клієнтів. Визнаючи важливість людської взаємодії, банки підтримують надійні канали обслуговування клієнтів. Кваліфікований персонал готовий відповісти на запитання, розвіяти сумніви та допомогти клієнтам у процесі вибору. З розвитком онлайн-комунікацій клієнти можуть взаємодіяти зі службою підтримки через чат, електронну пошту або навіть соціальні мережі, забезпечуючи доступність та оперативність.

9. Інформація про дотримання нормативних вимог. Банки все частіше впроваджують ініціативи з прозорості, надаючи клієнтам чітку інформацію про комісії, умови та відповідність нормативним вимогам. Таке прагнення до

прозорості зміцнює довіру і гарантує, що клієнти знають про правові та регуляторні аспекти продуктів, які вони розглядають.

Еволюційний ландшафт банківських послуг зосереджений на задоволенні різноманітних і динамічних інформаційних потреб клієнтів. За допомогою цифрових платформ, інформаційних матеріалів або людської взаємодії банки прагнуть надати клієнтам знання, необхідні для ефективного управління своїми рахунками та прийняття обґрунтованих рішень щодо фінансових продуктів. Таке прагнення не лише підвищує рівень задоволеності клієнтів, але й зміцнює загальну доброчесність та прозорість банківської галузі.

Регуляторні органи вимагають точну та своєчасну фінансову звітність для оцінки стану банків та забезпечення дотримання регуляторних стандартів. Автоматизовані системи звітності та стандартизовані формати полегшують цей процес, забезпечуючи прозорість регулювання. Регуляторам потрібні вичерпні дані про схильність банку до ризиків, достатність капіталу та результати стрес-тестування, щоб оцінити його стійкість до економічних потрясінь [10].

Фінансова звітність. Дотримання регуляторних стандартів [11]:

1. Точна та своєчасна фінансова звітність. Регуляторні органи вимагають від банків подавати повну фінансову звітність, включаючи звіти про прибутки і збитки, баланси та звіти про рух грошових коштів. Ці звіти дають цілісне уявлення про фінансовий стан та результати діяльності банку.

Періодична звітність: Регулярні цикли звітності, як правило, щоквартальні та щорічні, забезпечують своєчасне отримання регуляторами оновленої інформації про фінансовий стан банків. Така періодичність дозволяє аналізувати тенденції та виявляти потенційні проблеми на ранніх стадіях.

2. Автоматизовані системи звітності. Автоматизовані системи звітності спрощують збір та подання фінансових даних. Ці системи зменшують ймовірність помилок, забезпечуючи точність і достовірність інформації, що

надається регуляторним органам. Деякі сучасні системи дозволяють подавати звітність у режимі реального часу, надаючи регуляторам миттєвий доступ до важливих фінансових даних. Ця можливість у режимі реального часу покращує регуляторний нагляд та оперативність реагування.

3. Стандартизовані формати. Стандартизовані формати звітності сприяють порівнянності між різними банками та фінансовими установами. Єдині стандарти звітності гарантують, що регулятори можуть легко оцінювати та порівнювати фінансовий стан різних суб'єктів у секторі. Впровадження XBRL, мови фінансової звітності на основі XML, підвищує ефективність аналізу та інтерпретації даних. Вона також підтримує автоматизацію вилучення та обробки даних.

4. Регуляторна прозорість. Деякі фінансові звіти, особливо ті, що стосуються достатності капіталу та схильності банків до ризиків, можуть бути загальнодоступними. Таке прагнення до прозорості допомагає зміцнити довіру серед зацікавлених сторін, включаючи інвесторів та широку громадськість. Регуляторні органи часто підтримують канали комунікації, такі як прес-релізи або публічні заяви, щоб надати інформацію про свою оцінку загального стану здоров'я та стабільності банківського сектору.

Інформація з управління ризиками: оцінка стійкості до економічних потрясінь [12].:

1. Комплексні дані про схильність до ризиків. Регулятори вимагають детальну інформацію про кредитний ризик банку, в тому числі про різні типи кредитів та кредитоспроможність позичальників. Ці дані допомагають оцінити ймовірність дефолтів за кредитами та вплив на фінансовий стан банку. Розуміння вразливості банку до ринкових коливань, включаючи ризик зміни процентної ставки та волатильність фінансових ринків, має вирішальне значення для регуляторів. Ця інформація дозволяє оцінити, як зовнішні фактори можуть вплинути на стабільність банку.

2. Достатність капіталу. Регулятори зосереджують увагу на тому, щоб банки підтримували достатній рівень капіталу для поглинання потенційних

збитків. Дотримання стандартів Базеля III, які встановлюють мінімальні вимоги до капіталу та запровадження стрес-тестування, є важливим для оцінки достатності капіталу банку. Регулятори вивчають структуру капіталу банку, включаючи капітал 1-го та 2-го рівнів, щоб оцінити його здатність поглинати збитки та підтримувати платоспроможність.

3. Результати стрес-тестування. Банки проходять стрес-тести, які моделюють несприятливі економічні сценарії. Регулятори оцінюють вплив цих сценаріїв на капітал, ліквідність та загальну фінансову стійкість банку. Стрес-тестування надає регуляторам перспективну оцінку здатності банку протистояти економічному спаду, допомагаючи виявити потенційні вразливості та слабкі місця.

4. Регуляторний нагляд. Регуляторні органи використовують наглядові механізми для моніторингу та оцінки практики управління ризиками в банках. Регулярні перевірки та аудити гарантують, що банки дотримуються регуляторних вимог та оперативно усувають будь-які виявлені недоліки. Регулятори часто співпрацюють з міжнародними регуляторними органами для встановлення глобальних стандартів та обміну найкращими практиками в управлінні ризиками. Така співпраця підвищує ефективність регуляторного нагляду у взаємопов'язаній глобальній фінансовій системі.

Таким чином, регуляторний нагляд у банківському секторі ґрунтується на зборі точної та своєчасної фінансової інформації, дотриманні стандартизованих форматів звітності та всебічному розумінні практики управління ризиками в банку. Наголошуючи на прозорості, регуляторні органи сприяють стабільності та цілісності фінансової системи, зміцненню довіри між зацікавленими сторонами та забезпеченню стійкості банків перед обличчям економічних викликів [13].

3. Акціонери. Акціонери покладаються на фінансову звітність, річні звіти та повідомлення про прибутки для оцінки діяльності банку та прийняття інвестиційних рішень. Прозора та зрозуміла комунікація підвищує довіру акціонерів та приваблює потенційних інвесторів.

Оцінка фінансової діяльності: наріжний камінь для акціонерів [14]:

1. Фінансова звітність. Акціонери ретельно вивчають баланси, щоб зрозуміти активи, зобов'язання та власний капітал банку. Це дає уявлення про загальний фінансовий стан і здатність виконувати короткострокові та довгострокові зобов'язання. Детальні звіти про прибутки та збитки допомагають акціонерам оцінити потоки доходів, витрати та прибутковість банку. Такі ключові показники, як чистий прибуток і прибуток на акцію, є важливими індикаторами фінансової діяльності. Акціонери аналізують звіти про рух грошових коштів, щоб оцінити джерела та напрямки використання грошових коштів, забезпечуючи здатність банку виконувати свої фінансові зобов'язання та фінансувати майбутні інвестиції.

2. Річні звіти. Річні звіти пропонують всебічний огляд стратегічних цілей, ініціатив та етапів, досягнутих банком протягом фінансового року. Акціонери використовують цю інформацію, щоб оцінити напрямок розвитку банку та його відповідність своїм інвестиційним цілям. Поглиблене обговорення фінансових результатів, ринкових тенденцій та факторів ризику надає акціонерам цінну інформацію. Розділи MD&A покращують розуміння фінансових результатів, виходячи за рамки цифр.

3. Звіти про прибутки та збитки. Дзвінки про фінансові результати надають платформу для прямого спілкування між керівництвом банку та акціонерами. Під час таких дзвінків керівники обговорюють фінансові результати, стратегічні плани та відповідають на запитання аналітиків і акціонерів. Акціонери покладаються на дзвінки про прибутки як на перспективні вказівки та уявлення керівництва про перспективи на майбутнє. Прогнози щодо прибутків, перспектив зростання та потенційних проблем впливають на інвестиційні рішення [15].

4. Порівняльний аналіз. Акціонери часто порівнюють фінансові показники банку з аналогічними показниками інших банків. Порівняльний аналіз допомагає оцінити конкурентоспроможність, ефективність та відносну позицію банку на ринку. Ключові показники ефективності (Key Performance

Indicators KPI): Акціонери зосереджуються на конкретних КПЕ, таких як рентабельність капіталу (ROE), рентабельність активів (ROA) та коефіцієнт ефективності, щоб оцінити операційну ефективність та прибутковість банку порівняно з галузевими показниками.

Прозора та зрозуміла комунікація: зміцнення довіри акціонерів [16]:

1. Чітка фінансова звітність. Акціонери цінують чітку та лаконічну фінансову звітність. Прозора комунікація простою мовою гарантує, що навіть неспеціалісти можуть зрозуміти фінансові показники банку, що сприяє зміцненню довіри та впевненості. Детальні виноска та пояснювальні примітки супроводжують фінансову звітність, надаючи додатковий контекст та роз'яснення. Це підвищує прозорість бухгалтерської практики та зменшує ризик непорозумінь.

2. Проактивні відносини з інвесторами. Проактивна комунікація через інформаційні бюлетені, оновлення та збори акціонерів інформує інвесторів про діяльність банку, його стратегію та ринкові тенденції. Регулярне інформування формує у акціонерів почуття залученості та лояльності. Доступне керівництво, яке готове взаємодіяти з акціонерами, сприяє відкритій комунікації. Акціонери цінують можливість взаємодіяти з керівництвом, звертатися за роз'ясненнями та висловлювати занепокоєння [17].

3. Розкриття інформації про ризики та проблеми. Акціонери очікують, що банки надаватимуть у річних звітах вичерпний огляд потенційних ризиків та викликів. Чесне та ретельне розкриття інформації дозволяє інвесторам оцінити потенційний вплив ризиків на фінансові результати банку. Окрім розкриття інформації про ризики, акціонери цінують інформацію про стратегії банку щодо зменшення виявлених ризиків. Це демонструє проактивне управління ризиками та вселяє впевненість у здатності банку орієнтуватися в умовах невизначеності.

4. Дивідендна політика та розподіл капіталу. Акціонери уважно стежать за дивідендною історією та політикою банку. Послідовна виплата

дивідендів та прозоре інформування про дивідендну політику сприяють задоволенню акціонерів та приваблюють інвесторів, орієнтованих на дохід. Чітке інформування про те, як банк планує розподіляти капітал - на органічне зростання, поглинання чи викуп акцій, - допомагає акціонерам зрозуміти довгострокову стратегію банку та пріоритети в управлінні капіталом.

Акціонери покладаються на поєднання фінансових документів, прямого спілкування та прозорої звітності для прийняття обґрунтованих інвестиційних рішень. Завдяки чіткій та зрозумілій комунікації банки можуть будувати та підтримувати довіру акціонерів, залучаючи потенційних інвесторів та зміцнюючи позитивні відносини з тими, хто вже володіє акціями установи. Прозора комунікація не лише відповідає регуляторним вимогам, але й відповідає інтересам акціонерів, сприяючи загальному оздоровленню та стійкості банку [18].

4. Співробітники. Ефективна комунікація всередині організації має вирішальне значення для узгодження цілей, стратегій та політик банку з працівниками. Регулярні оновлення, інформаційні бюлетені та внутрішні навчальні програми сприяють формуванню добре поінформованої та вмотивованої робочої сили.

Внутрішня комунікація: основа організаційного узгодження:

1. Стратегічне узгодження. Внутрішня комунікація слугує каналом для формулювання місії, бачення та стратегічних цілей банку. Співробітники повинні чітко розуміти напрямок розвитку організації, щоб узгоджувати свої зусилля із загальними цілями. Послідовність у донесенні інформації, чи то через промови керівництва, внутрішні службові записки або загальні збори, допомагає посилити стратегічний наратив і гарантує, що співробітники отримають єдине розуміння напрямку розвитку банку [7].

2. Політичні комунікації. Банки мають складну політику та процедури, що регулюють різні аспекти їхньої діяльності. Ефективна комунікація гарантує, що працівники розуміють ці політики, сприяючи їх дотриманню та зменшуючи ризик помилок або недотримання вимог. Коли відбуваються

зміни в політиці, оперативне та всебічне інформування має вирішальне значення. Це дозволяє працівникам легко адаптуватися до нових процедур і мінімізує перебої в повсякденній роботі.

3. Організаційні оновлення. Регулярне інформування про ринкові тенденції та конкурентне середовище допомагає працівникам усвідомлювати свою роль в контексті галузі в цілому. Ця обізнаність дозволяє їм більш ефективно сприяти стратегічному позиціонуванню банку. Прозоре інформування про показники ефективності та контрольні показники банку дає працівникам відчуття того, як їхній особистий внесок сприяє успіху організації.

Канали внутрішньої комунікації: виховання добре поінформованої робочої сили:

1. Регулярні оновлення. Електронна пошта залишається основним інструментом для розповсюдження регулярних оновлень. Короткі, добре складені електронні листи від керівництва можуть передавати важливу інформацію, досягнення та оновлення організації. Інтранет-портали слугують централізованими вузлами для внутрішніх комунікацій. Тут працівники можуть отримати доступ до офіційних оголошень, політичних документів та інших ресурсів, забезпечуючи постійний потік інформації [7].

2. Інформаційні бюлетені та періодичні публікації. Щомісячні інформаційні бюлетені - це кураторська добірка ключових подій, головних співробітників та майбутніх ініціатив. Захоплюючий контент розширює коло читачів і сприяє формуванню почуття спільності серед співробітників. Детальні звіти, що виходять щоквартально або щорічно, надають всебічний огляд результатів діяльності банку, галузевих тенденцій та стратегічних ініціатив. Ці звіти сприяють глибшому розумінню траєкторії розвитку організації.

3. Інтерактивні платформи. Загальні збори - це платформа для безпосереднього спілкування керівництва з працівниками. Ці зустрічі надають можливості для запитань і відповідей, сприяючи підвищенню рівня

прозорості та відкритості в організації. Цифрові платформи дозволяють спілкуватися та співпрацювати в режимі реального часу. Онлайн-форуми, дискусійні дошки та інструменти співпраці сприяють постійному діалогу, особливо у великих організаціях з географічно розподіленими командами.

4. Внутрішні навчальні програми: Розвиток компетентності і мотивації. Внутрішні навчальні програми зосереджені на розвитку навичок і компетенцій працівників. Ці програми можуть охоплювати технічні навички, розвиток лідерських якостей та «м'які» навички, що гарантує, що працівники будуть добре підготовлені до виконання своїх обов'язків. Заохочення можливостей міжфункціонального навчання дозволяє працівникам отримати цілісне розуміння організації. Це не лише розширює їхні можливості, але й сприяє створенню спільної та взаємопов'язаної робочої сили. Періодичні семінари з мотивації та командоутворення сприяють створенню позитивної робочої атмосфери. Ці заняття сприяють розвитку почуття товарищескості, підвищують моральний дух і орієнтують співробітників на цінності та цілі банку [8].

Механізми зворотного зв'язку: заохочення двосторонньої комунікації:

1. Опитування працівників. Опитування працівників забезпечують канал для анонімного зворотного зв'язку, що дозволяє працівникам висловлювати занепокоєння, пропонувати покращення та ділитися ідеями без страху покарання. Це сприяє розвитку культури відкритості та постійного вдосконалення. Готовність керівництва діяти на основі інформації, отриманої в результаті опитувань, демонструє, що відгуки працівників цінують, що зміцнює віру в те, що організація реагує на потреби своєї робочої сили.

2. Політика відкритих дверей. Політика відкритих дверей заохочує працівників звертатися до керівництва з питаннями, проблемами чи ідеями. Така доступність сприяє формуванню культури довіри, де працівники відчують, що їх чують і цінують. Періодичні індивідуальні або командні зустрічі дають можливість працівникам обговорити свої цілі, виклики та

прагнення. Такі зустрічі сприяють персоналізованому спілкуванню та побудові відносин [10].

3. Програми визнання: відзначення досягнень. Визнання та відзначення досягнень працівників за допомогою програм визнання, нагород або закликів у внутрішніх комунікаціях посилює позитивну поведінку та підвищує моральний дух. Ініціативи взаємного визнання дають працівникам можливість оцінити зусилля своїх колег. Це не лише сприяє формуванню культури підтримки, але й зміцнює цінності банку.

Ефективна внутрішня комунікація є незамінною для узгодження цілей, стратегій та політик банку з його працівниками. За допомогою різноманітних каналів, від регулярного інформування до навчальних програм та інтерактивних платформ, банки можуть створити добре поінформовану та вмотивовану робочу силу. Чітка комунікація не лише підвищує ефективність організації, але й сприяє створенню позитивної культури на робочому місці, де працівники відчують себе залученими, цінованими та пов'язаними з ширшою місією банку [10].

Незважаючи на технологічний прогрес, такі проблеми, як безпека даних, інформаційне перевантаження та цифровий розрив, залишаються актуальними. Банки повинні інвестувати в надійні заходи кібербезпеки для захисту конфіденційної інформації клієнтів. Крім того, слід докласти зусиль для спрощення складної фінансової інформації та забезпечення доступності цифрових платформ для всіх верств населення.

Отже, комунікаційні та інформаційні потреби користувачів банківської інформації є фундаментальними стовпами, які лежать в основі функціональності, надійності та загального успіху банківського сектору. Багатогранний характер цих потреб охоплює різні зацікавлені сторони, кожна з яких має унікальні вимоги та очікування. Розуміння та задоволення цих потреб є критично важливими для підтримки стійкої та прозорої фінансової екосистеми.

Для клієнтів доступ до інформації про рахунки в режимі реального часу через онлайн-платформи, мобільні додатки та SMS-сповіщення не лише підвищує зручність, але й сприяє зміцненню почуття контролю та безпеки за своїми фінансовими справами. Крім того, прозоре інформування про особливості, ризики та умови фінансових продуктів дає клієнтам можливість приймати обґрунтовані рішення, сприяючи розвитку відносин, побудованих на довірі.

Регуляторні органи покладаються на точну та своєчасну фінансову звітність, а також на всебічну інформацію про управління ризиками, щоб виконувати свою роль у підтримці фінансової стабільності та забезпеченні дотримання регуляторних стандартів. Використання автоматизованих систем звітності та стандартизованих форматів спрощує цей процес, сприяючи підвищенню прозорості та ефективності регулювання.

Акціонери, як інвестори та зацікавлені сторони, залежать від чіткої та вичерпної інформації про фінансові результати діяльності банку. Фінансова звітність, річні звіти та повідомлення про прибутки слугують важливими інструментами для оцінки стабільності банку, його стратегічного напрямку та інвестиційного потенціалу. Прозора комунікація зміцнює довіру серед акціонерів та залучає нових інвесторів, сприяючи загальному фінансовому здоров'ю банку.

Усередині банку ефективна комунікація має вирішальне значення для узгодження цілей, стратегій та політики банку з його співробітниками. Регулярні оновлення, інформаційні бюлетені та внутрішні навчальні програми сприяють формуванню добре поінформованої та вмотивованої робочої сили. Така внутрішня згуртованість необхідна для підтримки операційної ефективності, впровадження інновацій та забезпечення активної участі працівників у досягненні цілей банку.

У динамічному банківському середовищі технології продовжують відігравати трансформаційну роль у задоволенні цих комунікаційних та інформаційних потреб. Такі інновації, як платформи онлайн-банкінгу,

мобільні додатки та автоматизовані системи звітності, не лише підвищують доступність, але й сприяють ефективності та точності поширення інформації.

По суті, цілісний підхід до задоволення комунікаційних та інформаційних потреб користувачів банківської інформації передбачає використання технологічних досягнень, сприяння прозорості та визнання унікальних потреб кожної групи стейкхолдерів. Таким чином, банки можуть зміцнити свої позиції як надійних фінансових посередників, що реагують на мінливі очікування взаємопов'язаної та інформаційно керованої фінансової екосистеми.

1.3 Банківська інформація та її особливості

Банківська справа відіграє вирішальну роль у світовій економіці, слугуючи основою фінансової системи. У сучасну епоху банківська інформація стає все більш життєво важливою для приватних осіб, підприємств та урядів [19]. Банківська інформація охоплює широкий спектр даних і записів, пов'язаних з фінансовими операціями, реквізитами рахунків і різними фінансовими продуктами та послугами. Вона включає інформацію про індивідуальних та корпоративних клієнтів, їхні рахунки, транзакції, кредити та іншу фінансову діяльність. Цифрова трансформація в банківському секторі призвела до створення великих баз даних і систем для управління та захисту цієї інформації [20].

Особливості банківської інформації:

1. Управління рахунком. Банківська інформація охоплює широкий спектр деталей, пов'язаних з індивідуальними та бізнес-рахунками, які відіграють ключову роль у здійсненні фінансових операцій. Сюди входить [21]:

- Номери рахунків: кожному рахунку присвоюється унікальний ідентифікатор, що дозволяє точно відстежувати та управляти ним.

- Типи рахунків: банківська інформація класифікує рахунки на різні типи, такі як ощадні, поточні та строкові депозити, кожен з яких слугує різним фінансовим потребам.

- Особиста інформація: особисті дані власників рахунків, включаючи ім'я, адресу та контактну інформацію, надійно зберігаються для забезпечення ідентифікації клієнтів.

Поява інтернет-банкінгу зробила революцію в управлінні рахунками, надавши клієнтам безпрецедентну доступність і контроль над своїми фінансовими справами. За допомогою зручних інтерфейсів фізичні особи можуть:

- Контролювати залишки на рахунках: миттєвий доступ до залишків на рахунках у режимі реального часу дозволяє клієнтам завжди бути в курсі свого фінансового стану.

- Переглядати історію транзакцій: детальні історії транзакцій дозволяють клієнтам відстежувати доходи, витрати та інші фінансові операції.

- Переказуйте кошти: онлайн-платформи сприяють безперешкодному переказу коштів між рахунками і навіть між різними фінансовими установами.

2. Транзакції. В основі банківської інформації лежить ретельний облік фінансових транзакцій, що охоплює різні види діяльності, такі як [22]:

- Депозити: надходження коштів на рахунок у вигляді готівки, чеків або електронних переказів.

- Зняття коштів: випадки, коли кошти знімаються з рахунку через банкомат або безготівково.

- Перекази: переміщення коштів між різними рахунками, яке може відбуватися через банкомати, онлайн-платформи або мобільні банківські додатки.

- Платежі: включаючи оплату рахунків та інші фінансові операції, що здійснюються різними каналами.

Банки ведуть облік транзакцій у режимі реального часу, забезпечуючи точність і оперативність інформування клієнтів про їхню фінансову діяльність. Таке ретельне відстеження транзакцій має вирішальне значення для цілей фінансового планування та аудиту [23].

3. Кредити та кредитна інформація. Банківська інформація охоплює деталі позик, іпотеки та кредитних ліній, надаючи всебічний огляд діяльності клієнта щодо запозичень та їх погашення. Вона включає в себе [24]:

- Сума кредиту: основна сума, надана позичальнику, яка варіюється залежно від типу кредиту.
- Процентні ставки: вартість запозичення, виражена у відсотках, що вказує на додаткову суму, яку сплачує позичальник.
- Графіки погашення: детальна інформація про частоту та суму виплат, що допомагає клієнтам ефективно планувати свої фінанси.
- Застава: активи, надані позичальником у заставу для забезпечення кредиту, що є джерелом регресу для банку в разі дефолту.

Кредитна інформація, отримана з банківських записів, допомагає оцінити кредитоспроможність фізичних та юридичних осіб. Вона впливає на рішення щодо схвалення кредитів, процентних ставок та кредитних лімітів, формуючи загальну стратегію управління ризиками фінансових установ [25].

4. Заходи безпеки. Чутливість банківської інформації вимагає надійних заходів безпеки, що захищають дані клієнтів від несанкціонованого доступу та кіберзагроз. Заходи безпеки включають в себе [26]:

- Передові методи шифрування: використання складних алгоритмів шифрування для захисту конфіденційності даних під час передачі та зберігання.
- Захищені сервери: розміщення банківської інформації на захищених серверах, захищених від зовнішніх порушень і вразливостей.
- Багатофакторна автентифікація: вимога до користувачів підтвердити свою особу за допомогою декількох засобів, таких як паролі, PIN-коди та біометричні дані.

- Біометрична автентифікація: використання унікальних фізіологічних або поведінкових характеристик, таких як відбитки пальців або розпізнавання обличчя, для посилення безпеки.

Ці заходи безпеки в сукупності забезпечують цілісність і конфіденційність банківської інформації, сприяючи зміцненню довіри між клієнтами та фінансовими установами [27].

5. Інвестиційні портфелі. Для клієнтів, які займаються інвестиційною діяльністю, банківська інформація охоплює деталі про їхні портфелі та авуари [28]:

- Інвестиційні інструменти: інформація про акції, облігації, взаємні фонди та інші фінансові інструменти, в які клієнт інвестував.

- Ефективність портфеля: відстеження історичної та поточної ефективності інвестицій, включаючи прибутки та збитки.

- Історії транзакцій: реєстрація операцій купівлі-продажу, отриманих дивідендів та інших важливих подій в інвестиційному портфелі.

Доступ до вичерпної інвестиційної інформації дозволяє клієнтам приймати обґрунтовані рішення, коригувати свої портфелі відповідно до ринкових умов та узгоджувати свої інвестиційні стратегії зі своїми фінансовими цілями [29].

6. Дотримання регуляторних вимог. Фінансові установи повинні дотримуватися безлічі регуляторних вимог, і банківська інформація відіграє вирішальну роль у демонстрації дотримання цих стандартів. Ключові аспекти дотримання регуляторних вимог включають [30]:

- Боротьба з відмиванням грошей (Anti-Money Laundering (AML)): впровадження заходів для виявлення та запобігання діяльності з відмивання грошей, забезпечення законності походження коштів.

- Знай свого клієнта (Know Your Customer (KYC)): перевірка особи клієнтів для зменшення ризику шахрайства та несанкціонованих транзакцій.

- Ведення обліку: ведення детальних записів і звітів на вимогу регуляторних органів для полегшення проведення аудитів і регуляторних перевірок [31].

Отже, сфера банківської інформації та її особливості відіграють невід'ємну роль у формуванні динаміки сучасних фінансів. Багатогранна природа банківської інформації, що проявляється в її різноманітних характеристиках, підкреслює її важливість у повсякденному житті людей, діяльності підприємств та регуляторному середовищі, що регулює діяльність фінансових установ. Від ретельного ведення рахунків до безпечного виконання транзакцій, оцінки кредитоспроможності, захисту конфіденційних даних і дотримання регуляторних стандартів - банківська інформація є життєдайною силою, яка підтримує фінансову екосистему.

Розвиток технологій, зокрема поява онлайн-банкінгу та цифрових фінансових послуг, не лише підвищив доступність банківської інформації, але й створив нові виклики та можливості. Перехід до записів транзакцій у режимі реального часу, вдосконалених заходів безпеки та зручних інтерфейсів трансформували спосіб взаємодії фізичних та юридичних осіб зі своїми фінансовими даними. Більше того, інтеграція інвестиційних портфельів і заходів з дотримання нормативних вимог ще більше посилює комплексний характер банківської інформації.

Важливо, що безпека банківської інформації стає першочерговим завданням з огляду на зростаючу кількість загроз у цифровій сфері. Надійні заходи безпеки, включаючи шифрування, багатофакторну автентифікацію та біометричну верифікацію, є незамінними для збереження конфіденційності та цілісності конфіденційних фінансових даних. Оскільки фінансові установи продовжують впроваджувати технологічні інновації, ефективний баланс між зручністю та безпекою стає обов'язковим для зміцнення довіри серед клієнтів і підтримки цілісності фінансової системи.

У більш широкому контексті банківська інформація слугує основою економічної діяльності, полегшуючи транзакції, уможливаючи інвестиції та

підтримуючи зростання бізнесу. Ефективне управління нею та відповідальне використання є важливими не лише для безперебійного функціонування фінансових установ, але й для забезпечення стабільності та стійкості глобальної економіки.

1.4 Моделі комунікаційно-інформаційних відносин у банківській сфері

Комунікації та управління інформацією відіграють ключову роль у банківському секторі - динамічній та високо регульованій галузі, яка значною мірою залежить від точного, своєчасного та безпечного обміну інформацією. Ефективність комунікації всередині та за межами банку, а також управління інформацією мають вирішальне значення для забезпечення операційної ефективності, задоволення потреб клієнтів та дотримання регуляторних стандартів [32].

Моделі комунікації в банківській сфері [33]:

1. Лінійна модель комунікації передбачає односторонній потік інформації від відправника до одержувача. У банківському секторі це можна спостерігати при поширенні фінансових звітів, оновлень нормативно-правової бази та змін у політиці. Наприклад, коли центральний банк видає нові інструкції, він використовує лінійну модель комунікації для інформування комерційних банків про зміни та очікування [34].

2. Інтерактивна комунікація має важливе значення у взаємодії з клієнтами, коли банки беруть участь у двосторонньому спілкуванні, щоб зрозуміти потреби клієнтів, вирішити їхні проблеми та надати інформацію про різні фінансові продукти та послуги. Платформи онлайн-банкінгу, гарячі лінії обслуговування клієнтів та взаємодія у відділеннях є прикладами інтерактивної моделі комунікації у банківському секторі [35].

3. Транзакційна модель підкреслює безперервний, взаємний характер комунікації. У банківській справі ця модель проявляється в транзакціях у режимі реального часу, таких як перекази коштів, електронні платежі та торгові операції. Транзакційна модель гарантує, що обидві сторони, які беруть участь у фінансовій транзакції, отримують негайний зворотний зв'язок і підтвердження.

Моделі інформаційних відносин у банківській справі [36]:

1. Централізована інформаційна модель. Деякі банки використовують централізовану інформаційну модель, коли всі важливі дані та інформація зберігаються в центральній базі даних. Така модель підвищує безпеку даних, сприяє ефективному управлінню та забезпечує одноманітність у поширенні інформації. Однак занепокоєння щодо окремих точок збою та потенційної можливості витоку даних вимагає надійних заходів безпеки.

2. Децентралізована інформаційна модель. На противагу цьому, децентралізована інформаційна модель передбачає розподіл інформації між різними відділами або філіями банку. Ця модель забезпечує більшу автономію та гнучкість в управлінні даними. Кожна філія може мати власну базу даних, що забезпечує локальний доступ та оперативність. Однак підтримка узгодженості інформації в децентралізованих системах може бути складним завданням [37].

3. Мережева інформаційна модель. Мережева інформаційна модель поєднує в собі аспекти як централізованої, так і децентралізованої моделей. Банки створюють взаємопов'язані системи, що забезпечують безперебійну комунікацію та обмін даними між різними відділами та філіями. Ця модель сприяє співпраці, підвищує операційну ефективність і дає змогу швидко реагувати на мінливі ринкові умови [38].

Незважаючи на переваги, які пропонують ці комунікаційні та інформаційні моделі, банківський сектор стикається з різними викликами. Серед них - потреба в надійних заходах кібербезпеки для захисту конфіденційних фінансових даних, дотримання регуляторних стандартів, що

постійно змінюються, та адаптація до технологічних досягнень, таких як блокчейн і штучний інтелект [39].

З розвитком технологій їхній вплив на комунікаційні та інформаційні моделі в банківському секторі стає дедалі виразнішим. Поява фінтех-рішень, штучного інтелекту та блокчейн-технологій змінила спосіб взаємодії банків з клієнтами, управління інформацією та проведення транзакцій [40].

Розвиток цифрового банкінгу революціонував залучення клієнтів. Мобільні банківські додатки, онлайн-портали та чат-боти є прикладом інтеграції технологій для забезпечення безперешкодної комунікації між банками та клієнтами. Через ці канали клієнти можуть отримати доступ до інформації про свої рахунки, здійснювати транзакції та звертатися за допомогою, що знаменує собою перехід до більш орієнтованих на користувача та інтерактивних моделей спілкування [41].

Блокчейн, з його децентралізованим і незмінним реєстром, має потенціал для зміни інформаційних відносин у банківській сфері. Він пропонує підвищену безпеку, прозорість і відстежуваність фінансових транзакцій. Використання блокчейну може спростити транскордонні платежі, зменшити шахрайство та підвищити загальну цілісність фінансових даних, узгоджуючись з транзакційною моделлю комунікації [42].

Банки все частіше використовують аналітику даних для отримання інформації про поведінку клієнтів, ринкові тенденції та операційні показники. Це сприяє прийняттю обґрунтованих рішень і дозволяє застосовувати більш персоналізований підхід до комунікації. Аналіз великих обсягів даних дозволяє банкам адаптувати свої послуги, орієнтуватися на конкретні клієнтські сегменти та проактивно реагувати на динаміку ринку [43].

Зростаюча залежність від цифрових платформ вимагає надійних заходів кібербезпеки для захисту конфіденційної інформації. Банки інвестують у передові технології та протоколи кібербезпеки для захисту від кіберзагроз, забезпечуючи цілісність та конфіденційність комунікацій та

інформації. Безперервний моніторинг, шифрування та протоколи автентифікації є невід'ємними компонентами комунікаційної моделі, орієнтованої на безпеку [44].

Регуляторні вимоги в банківському секторі вимагають безпечного та відповідного вимогам обміну інформацією. Банки використовують технології, які сприяють дотриманню регуляторних стандартів, такі як системи безпечної передачі та зберігання даних. Системи управління комплаєнсом та автоматизовані інструменти звітності забезпечують відповідність комунікаційних та інформаційних практик регуляторним очікуванням [45].

Можна сказати, банківська галузь повинна залишатися адаптивною до нових технологій і мінливих очікувань клієнтів. Гібридні комунікаційні моделі, що поєднують традиційні канали з цифровими платформами, ймовірно, стануть більш поширеними. Крім того, зростаючий акцент на сталому розвитку та етичній банківській практиці може вплинути на розвиток комунікаційних моделей, які надаватимуть пріоритет прозорому та відповідальному обміну інформацією.

Отже, моделі комунікації та інформаційних відносин у банківській сфері є критично важливими компонентами, які формують ефективність галузі, відносини з клієнтами та загальний успіх. Різноманітні комунікаційні моделі, від лінійних до транзакційних та інтерактивних, підкреслюють багатогранний характер взаємодії як всередині банку, так і з зовнішніми зацікавленими сторонами. Аналогічно, різні інформаційні моделі, такі як централізовані, децентралізовані та мережеві, відображають стратегічний вибір, який банки роблять в управлінні та поширенні важливих даних.

Поява технологій суттєво вплинула на ці моделі, пропонуючи нові можливості для підвищення ефективності, безпеки та залучення клієнтів. Цифрова трансформація, блокчейн, аналітика даних та заходи кібербезпеки змінюють ландшафт банківської комунікації та управління інформацією. Ці досягнення не лише покращують операційні процеси, але й сприяють

створенню більш клієнтоорієнтованого та безпечного банківського середовища.

Однак ці інновації супроводжуються викликами, зокрема, загрозами кібербезпеки, дотриманням нормативних вимог і необхідністю постійної адаптації до нових технологій. Досягнення балансу між прийняттям технологічного прогресу та забезпеченням цілісності, безпеки та етичного поводження з інформацією є постійним викликом для банківської галузі.

Оскільки банківський сектор продовжує розвиватися, фінансовим установам важливо залишатися гнучкими, далекоглядними та реагувати на зміни в очікуваннях клієнтів і регуляторному середовищі. Цілісний підхід, що поєднує сильні сторони як традиційних, так і цифрових каналів комунікації, у поєднанні з надійними системами управління інформацією, матиме вирішальне значення для процвітання банків у динамічному та конкурентному фінансовому середовищі.

Таким чином, майбутнє банківських комунікацій та інформаційних відносин лежить на перетині технологічних інновацій, дотримання нормативних вимог та клієнтоорієнтованої практики. Успішними стануть ті банки, які ефективно орієнтуватимуться в цьому складному ландшафті, приймаючи зміни та зберігаючи при цьому довіру своїх клієнтів і зацікавлених сторін.

1.5 Вплив інформаційних технологій на комунікацію в банківському секторі

Стрімкий розвиток інформаційних технологій спричинив глибокі зміни в різних галузях, і банківський сектор не є винятком. Комунікація лежить в основі банківських операцій, а розвиток інформаційних технологій докорінно змінив спосіб взаємодії фінансових установ з клієнтами, партнерами та внутрішніми стейкхолдерами.

Одним із помітних впливів інформаційних технологій на комунікацію в банківському секторі є покращення взаємодії з клієнтами. Платформи онлайн-банкінгу, мобільні додатки та чат-боти стали невід'ємними інструментами для забезпечення безперешкодної комунікації між клієнтами та їхніми банками. Тепер клієнти можуть отримувати доступ до інформації про рахунки, переказувати кошти і навіть звертатися по допомогу через різні цифрові канали, що зменшує потребу у фізичних візитах до відділень [34].

Інформаційні технології спростили внутрішню комунікацію в банківських установах. Впровадження інтранет-систем, платформ для спільної роботи та засобів обміну миттєвими повідомленнями сприяло швидкому та ефективному спілкуванню між працівниками, незалежно від їхнього фізичного місцезнаходження. Це не лише підвищує загальну операційну ефективність, але й уможливорює своєчасне прийняття рішень та координацію всередині установи [34].

Хоча інформаційні технології принесли численні переваги для комунікації в банківському секторі, вони також створили нові виклики, особливо у сфері безпеки та конфіденційності. Зі збільшенням кількості онлайн-транзакцій та цифрових каналів зв'язку банки стикаються з постійною загрозою кібератак та витоку даних. Забезпечення безпеки конфіденційної інформації клієнтів стало першочерговим завданням, що вимагає значних інвестицій у заходи та протоколи кібербезпеки [35].

Інтеграція різних інформаційних технологій призвела до появи концепції багатоканального обслуговування в банківській сфері. Клієнти тепер очікують безперешкодного переходу між різними каналами комунікації, будь то послуги у відділенні, онлайн-платформи або мобільні додатки. Технологічна інтеграція дозволяє банкам надавати послідовний та персоналізований досвід на всіх цих каналах, сприяючи підвищенню лояльності та задоволеності клієнтів [36].

Технології автоматизації та штучного інтелекту (ШІ) ще більше трансформували комунікацію в банківському секторі. Чат-боти, оснащені

можливостями обробки природної мови, можуть обробляти рутинні запити клієнтів, дозволяючи людським агентам зосередитися на більш складних питаннях. Крім того, аналітика на основі штучного інтелекту надає банкам цінну інформацію про поведінку клієнтів, що дозволяє розробляти цільові комунікаційні стратегії та надавати персоналізовані послуги [36].

Інформаційні технології відіграли ключову роль у просуванні фінансової інклюзії та підвищенні доступності банківського сектору. Мобільні банківські додатки та онлайн-платформи зробили банківські послуги більш доступними для людей у віддалених або недостатньо охоплених послугами регіонах. Це не лише розширило клієнтську базу банків, але й сприяло економічному розвитку завдяки наданню фінансових послуг раніше виключеним групам населення.

Поява комунікаційних технологій у режимі реального часу суттєво вплинула на швидкість та ефективність фінансових операцій. Завдяки впровадженню платіжних систем у режимі реального часу та миттєвих грошових переказів клієнти тепер можуть користуватися швидкими та безперебійними транзакціями, зменшуючи залежність від традиційних банківських методів, які часто пов'язані із затримками. Ця можливість роботи в режимі реального часу покращує загальний клієнтський досвід і задовольняє зростаючий попит на миттєве задоволення від фінансових взаємодій [39].

Інформаційні технології також вплинули на комунікацію в банківському секторі, спростивши процеси дотримання нормативних вимог і звітності. Передові програмні рішення дозволяють банкам автоматизувати перевірки на відповідність, відстежувати операції на предмет підозрілої діяльності та формувати точні і своєчасні звіти для регуляторних органів. Це не лише забезпечує дотримання законодавчих вимог, але й зменшує навантаження на банківський персонал, дозволяючи йому зосередитися на більш стратегічних аспектах своєї діяльності [41].

У майбутньому банківський сектор, ймовірно, стане свідком подальшої інтеграції нових технологій, які надалі формуватимуть комунікаційну динаміку. Наприклад, технологія блокчейн має потенціал революціонізувати безпеку, прозорість та ефективність фінансових операцій. Крім того, використання доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR) може переосмислити взаємодію з клієнтами, пропонуючи захоплюючий і цікавий банківський досвід.

Отже, вплив інформаційних технологій на комунікацію в банківському секторі - це динамічний і безперервний процес з далекосяжними наслідками. Позитивні трансформації, такі як покращення взаємодії з клієнтами, посилення внутрішньої комунікації та сприяння фінансовій інклюзії, підкреслюють значні переваги, які технології приносять галузі. Однак для забезпечення постійної довіри та впевненості як клієнтів, так і зацікавлених сторін, вкрай важливо визнати та вирішити проблеми, пов'язані з ризиками кібербезпеки та проблемами конфіденційності.

У процесі цифрової трансформації банківського сектору важливо, щоб установи залишалися пильними та проактивними у впровадженні надійних заходів кібербезпеки, були в курсі регуляторних змін та інвестували в інноваційні рішення, які покращують клієнтський досвід. Безперешкодна інтеграція технологій у поєднанні з прихильністю до безпеки та конфіденційності матиме вирішальне значення для підтримки та зміцнення репутації надійності та довіри до індустрії.

Зазначимо, що подальший розвиток інформаційних технологій у поєднанні з новими тенденціями, такими як блокчейн, доповнена реальність і штучний інтелект, створює як можливості, так і виклики для банківського сектору. Установи, які стратегічно використовують ці технології та узгоджують їх з очікуваннями клієнтів, що змінюються, не лише залишатимуться конкурентоспроможними, але й сприятимуть формуванню майбутнього банківського ландшафту.

По суті, вплив інформаційних технологій на комунікацію в банківському секторі - це постійний наратив, і те, як фінансові установи адаптуються до цих змін, визначатиме їхній успіх у все більш цифровому та взаємопов'язаному світі. Розвиваючи культуру інновацій, надаючи пріоритет кібербезпеці та використовуючи технології для покращення клієнтського досвіду, банки можуть позиціонувати себе як лідери в галузі, що швидко розвивається.

РОЗДІЛ 2. КОМУНІКАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ АТ КБ «ПРИВАТБАНК»

2.1 Веб-сайт банку

У сучасному банківському середовищі, що швидко розвивається, ефективні комунікаційні та інформаційні інструменти відіграють ключову роль у підвищенні якості обслуговування клієнтів, забезпеченні прозорості та зміцненні довіри. АТ КБ «Приватбанк» є одним із найбільших банків України. Він має широку мережу відділень та банкоматів по всій країні, а також пропонує широкий спектр банківських послуг. Одним із важливих комунікаційно-інформаційних інструментів банку є його веб-сайт.

Веб-сайт банку є багатофункціональним ресурсом, який надає клієнтам широкий спектр інформації та послуг. На сайті можна знайти інформацію про банк, його послуги, тарифи, а також новини та статті. Крім того, на сайті можна здійснювати онлайн-банкінг, тобто виконувати різні операції з банківським рахунком, не відвідуючи банк. АТ КБ «ПриватБанк», як провідна фінансова установа, визнає важливість надійних каналів комунікації та поширення інформації [46, 47].

АТ КБ «ПриватБанк» визнає ключову роль, яку відіграє його веб-сайт як центральний вузол для поширення інформації. Веб-сайт слугує для клієнтів, зацікавлених сторін та громадськості порталом для доступу до важливої інформації про послуги, продукти та політику банку. Користувачі можуть переглядати різні розділи, щоб отримати уявлення про історію, місію та цінності банку, створюючи комплексне уявлення про устанovu [48].

Однією з ключових особливостей веб-сайту АТ КБ «ПриватБанк» є його зручний інтерфейс. Дизайн та верстка розроблені з урахуванням потреб користувачів, забезпечуючи легку навігацію та доступність. Такий підхід, орієнтований на користувача, є життєво важливим для залучення

різноманітної аудиторії та забезпечення доступності інформації для клієнтів з різним рівнем технологічної підготовки.

Веб-сайт слугує основним порталом для доступу клієнтів до банківських послуг онлайн, що пропонуються АТ КБ «ПриватБанк». Користувачі можуть безпечно входити до своїх рахунків, перевіряти баланс, переказувати кошти, оплачувати рахунки та здійснювати інші фінансові операції. Інтеграція передових заходів безпеки гарантує клієнтам безпечно та надійне користування послугами онлайн-банкінгу [49].

Ефективна комунікація має першорядне значення в банківському секторі, і веб-сайт слугує платформою для взаємодії АТ КБ «ПриватБанк» зі своїми клієнтами. Включення спеціального розділу підтримки клієнтів надає користувачам доступ до поширених запитань (FAQ), контактної інформації та підтримки в онлайн-чаті. Такий проактивний підхід до спілкування з клієнтами сприяє зміцненню довіри та оперативному вирішенню запитів.

Веб-сайт також слугує освітнім ресурсом, пропонуючи інформативний контент про фінансову грамотність, банківські тенденції та економічну аналітику. АТ КБ «ПриватБанк» визнає важливість надання своїм клієнтам знань, і веб-сайт відіграє вирішальну роль у наданні актуальної та своєчасної інформації [49].

Щоб тримати зацікавлених осіб в курсі останніх подій, веб-сайт слугує платформою для публікації оновлень, оголошень та прес-релізів. Незалежно від того, чи йдеться про зміни в банківській політиці, запуск нових продуктів або корпоративні події, веб-сайт гарантує, що зацікавлені сторони будуть в курсі актуальної інформації. Веб-сайт банку виконує функцію ефективного інструменту маркетингу. Інтерактивність та привабливий дизайн сприяють підвищенню обізнаності клієнтів щодо нових продуктів та акцій, які запроваджуються банком. Відомості про спеціальні умови кредитування, вигідні тарифи чи інші акції стають легко доступними через інформаційні блоки на головній сторінці веб-сайту [49].

Важливо відзначити роль соціальних мереж як складової комунікаційної стратегії банку. Інтеграція платформи з різноманітними соціальними мережами дозволяє клієнтам отримувати оновлення та інформацію про події банку в реальному часі. Завдяки цьому взаємодія між клієнтами та банком стає більш динамічною та доповненою [49].

Однією з переваг використання комунікаційно-інформаційних інструментів є збільшення рівня довіри клієнтів. Забезпечення конфіденційності, швидкого відгуку на запитання та надання чіткої інформації зростає важливість веб-сайту як електронного каналу комунікації.

Функціонал веб-сайту АТ КБ «ПриватБанк» можна розділити на кілька основних категорій:

- Банківські послуги та продукти. Ця категорія включає в себе інформацію про банківські картки, кредити, депозити, вклади, а також інші фінансові продукти та послуги, які пропонує ПриватБанк. Клієнти можуть порівняти умови різних продуктів, оформити заявку на отримання або поповнити рахунок.

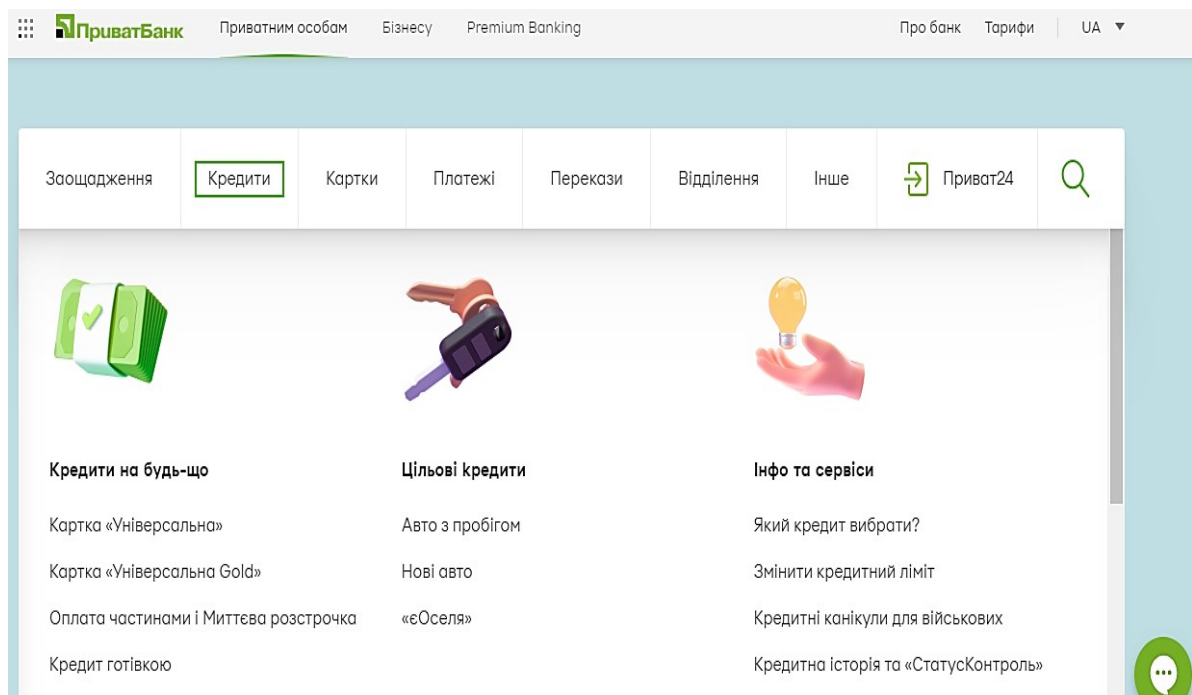


Рис. 2.1 Веб-сайт ПриватБанку: банківські послуги та продукти [49].

- Електронне банкінг. Ця категорія включає в себе інформацію про Приват24, онлайн-банкінг ПриватБанку. Клієнти можуть зареєструватися в Приват24, авторизуватися в системі, ознайомитися з інформацією про свої рахунки та картки, здійснювати перекази, оплатити рахунки, замовити банківські послуги та продукти.

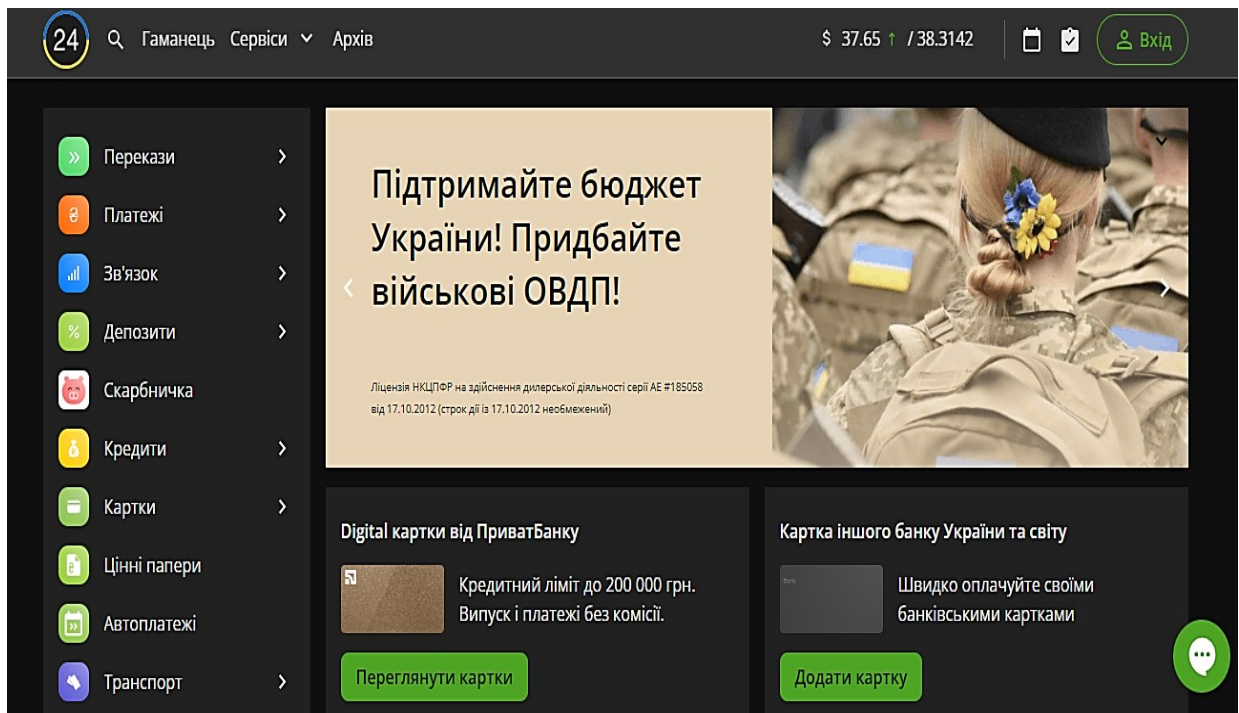


Рис. 2.2 Веб-сайт ПриватБанку [49].

- Інформація про банк. Ця категорія включає в себе інформацію про історію банку, його філії та відділення, а також контактну інформацію.

- Новини та події. Ця категорія включає в себе інформацію про новини та події, пов'язані з ПриватБанком, а також фінансовими ринками та економікою України.

- Освіта та підтримка клієнтів. Ця категорія включає в себе інформацію про освітні програми ПриватБанку, а також статті та поради для клієнтів.

Веб-сайт ПриватБанку доступний українською та англійською мовами. Він розроблений з урахуванням принципів інклюзивності та доступності.

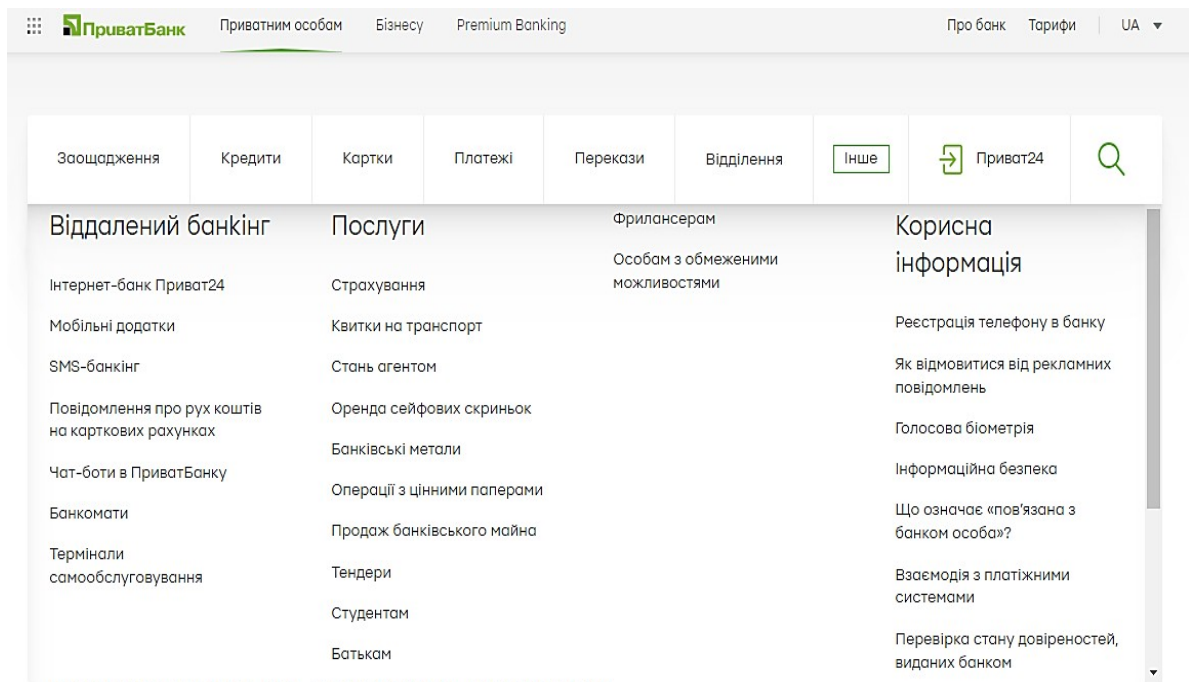


Рис. 2.3 Веб-сайт ПриватБанку: додаткова інформація для клієнтів [49].

Отже, комунікаційно-інформаційні інструменти АТ КБ «ПриватБанк», особливо через їх інтеграцію у веб-сайт, відіграють важливу роль у сприянні зручності та доступності фінансових послуг для клієнтів. Вони не лише забезпечують швидкий доступ до інформації про продукти та послуги банку, але й спрощують процес здійснення операцій та взаємодії із службою підтримки.

Застосування інтерактивних елементів, чат-ботів та зручного мобільного додатку дозволяє клієнтам отримати відповіді на свої питання в реальному часі, ефективно керувати своїми фінансами та користуватися послугами банку без зайвих зусиль. Такий підхід допомагає у підтриманні високого рівня задоволення клієнтів та сприяє їхній лояльності.

У цілому, комунікаційно-інформаційні інструменти стають необхідним елементом конкурентоспроможності сучасних фінансових установ, де взаємодія з клієнтами та надання зручних електронних сервісів визначають успіх та довіру споживачів.

2.2 Мобільний додаток

У сучасному світі, де ритм життя стрімко набирає обертів, мобільні додатки стають невід'ємною частиною нашого повсякдення. Один із найбільш зручних та функціональних додатків для управління фінансами в Україні - «Приват24», надійно вписався в наше темпове життя, роблячи фінансові операції простішими та ефективнішими [50].

Однією з ключових переваг додатку «Приват24» є його інтуїтивний та зручний інтерфейс. Він легко розуміється користувачами будь-якого рівня навичок у використанні сучасних технологій. Після завантаження додатку ви знаходите себе в дружлюбному та зрозумілому середовищі, готовому допомагати вам у вирішенні різноманітних фінансових завдань [51, 52].

Функціонал додатку вражає своєю різноманітністю. Перш за все, він дозволяє вам переглядати баланс на всіх ваших рахунках, будь то банківський рахунок, кредитна картка чи електронний гаманець. Це особливо зручно для тих, хто уважно стежить за своїми фінансами та бажає мати повний контроль над своїми ресурсами [49].

«Приват24» дозволяє проводити грошові перекази безпосередньо з додатку, надаючи можливість легко і швидко обмінювати кошти з друзями, родиною чи партнерами. Крім того, ви можете оплачувати комунальні послуги, мобільний зв'язок, інтернет, страхування та інші рахунки прямо зі свого смартфона, уникаючи непотрібних черг та втрат часу.

Функція моніторингу витрат дозволяє аналізувати свої фінанси, визначати основні напрямки витрат та вчасно реагувати на можливі перепади у фінансовому стані. Графіки та звіти, доступні в додатку, надають детальну інформацію про розходи та допомагають розуміти, де можна зекономити або оптимізувати витрати [49].

Безпека також високою мірою удосконалена в «Приват24». Додаток використовує найсучасніші технології шифрування та автентифікації, щоб забезпечити конфіденційність та безпеку ваших фінансів.

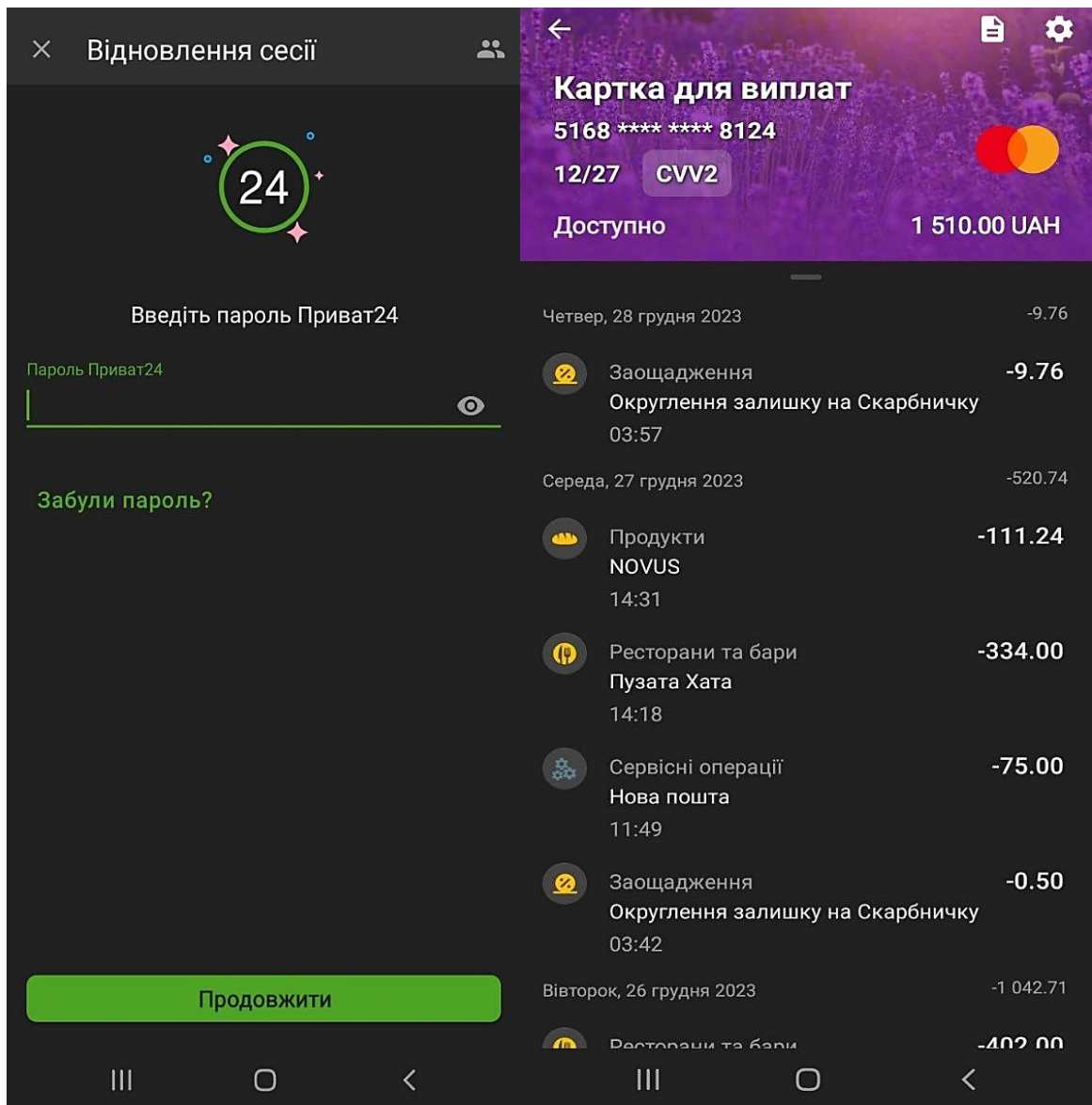


Рис. 2.4 Інтерфейс додатку мобільного додатку «Приват24»

У «Приват24» всі послуги показані списком, а найпопулярніші з них виведені в ТОП-категорії. Туди потрапили ті послуги, які вже й так відбиваються на головному екрані — поповнення, переведення з картки на картку, комуналка. Крім того, праворуч екрана з'явилися іконки ще трьох сервісів — сервіс замовлення квитків, депозити та страхування. У цьому варіанті програми вони випадають із загальної логіки оформлення розділу і частково обрізаються по краю екрана. Крім того, до них немає описів —

користувачеві потрібно здогадатися, що означають значки на іконках. За топовими категоріями слідує інші розділи [49].

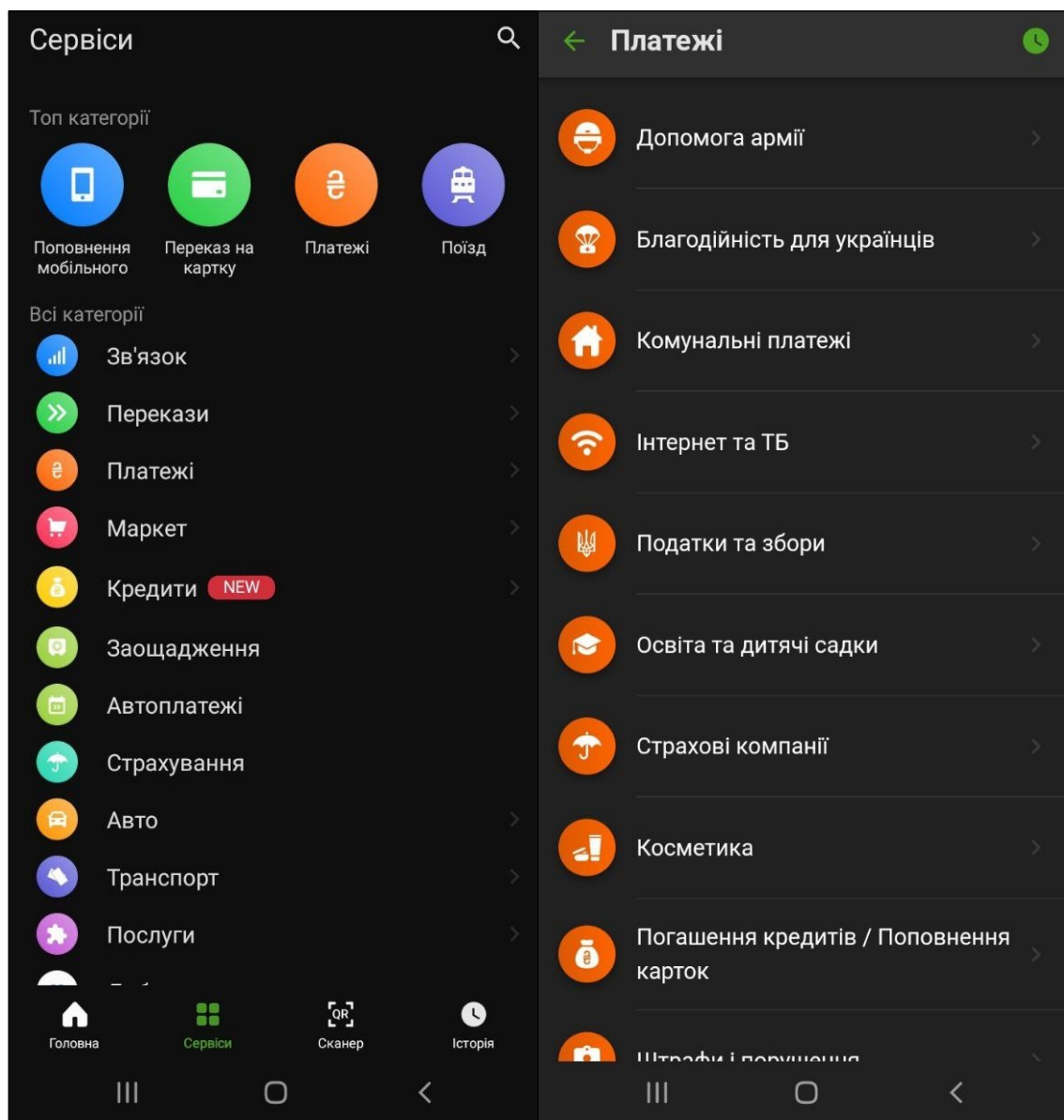


Рис. 2.5 Інтерфейс додатку мобільного додатку «Приват24»

Інтерфейс додатку «Приват24» простий і інтуїтивно зрозумілий. Основні функції додатку розташовані на головній сторінці. До них належать: «Баланс» - показує баланс поточних рахунків клієнта.

«Перекази» - дозволяє здійснювати переказ коштів на картки ПриватБанку та інших банків України, а також на рахунки в інших банках світу.

«Оплата послуг» - дозволяє оплачувати послуги ЖКГ, мобільний зв'язок, інтернет, кабельне телебачення, а також послуги інших компаній.

«Кредити та заощадження» - дозволяє оформляти кредити та депозити, а також отримувати інформацію про стан своїх кредитів та депозитів.

Додаток «Приват24» пропонує широкий спектр функцій, які дозволяють клієнтам здійснювати наступні операції [49]:

- Переказ коштів. Додаток дозволяє здійснювати переказ коштів на картки ПриватБанку та інших банків України, а також на рахунки в інших банках світу. Перекази можна здійснювати в гривнях, доларах США та євро. Для здійснення переказу клієнту необхідно ввести номер картки або реквізити рахунку отримувача, суму переказу та мету переказу. Переказ можна здійснити в режимі реального часу або заздалегідь.

- Оплата послуг. Додаток дозволяє оплачувати послуги ЖКГ, мобільний зв'язок, інтернет, кабельне телебачення, а також послуги інших компаній. Оплати можна здійснювати в гривнях, доларах США та євро. Для оплати послуги клієнту необхідно ввести номер договору або реквізити компанії, суму оплати та дату оплати. Оплату можна здійснити в режимі реального часу.

- Кредити та заощадження. Додаток дозволяє оформляти кредити та депозити, а також отримувати інформацію про стан своїх кредитів та депозитів. Для оформлення кредиту клієнту необхідно вибрати тип кредиту, суму кредиту, термін кредитування та схему погашення кредиту. Для оформлення депозиту клієнту необхідно вибрати тип депозиту, суму депозиту, термін депозиту та процентну ставку.

- Гаманець. Додаток дозволяє створювати гаманець для зберігання коштів, а також здійснювати операції з цим гаманцем. Для створення гаманця клієнту необхідно вибрати тип гаманця, валюту гаманця та суму початкового

поповнення. Операції з гаманцем можна здійснювати в режимі реального часу.

- Додаток також пропонує інші послуги, такі як:
 - ✓ Оплата проїзду в громадському транспорті.
 - ✓ Купівля квитків на поїзди та авіарейси.
 - ✓ Оформлення страховок.
 - ✓ Замовлення товарів та послуг.
 - ✓ Перегляд новин та інформації про банк.

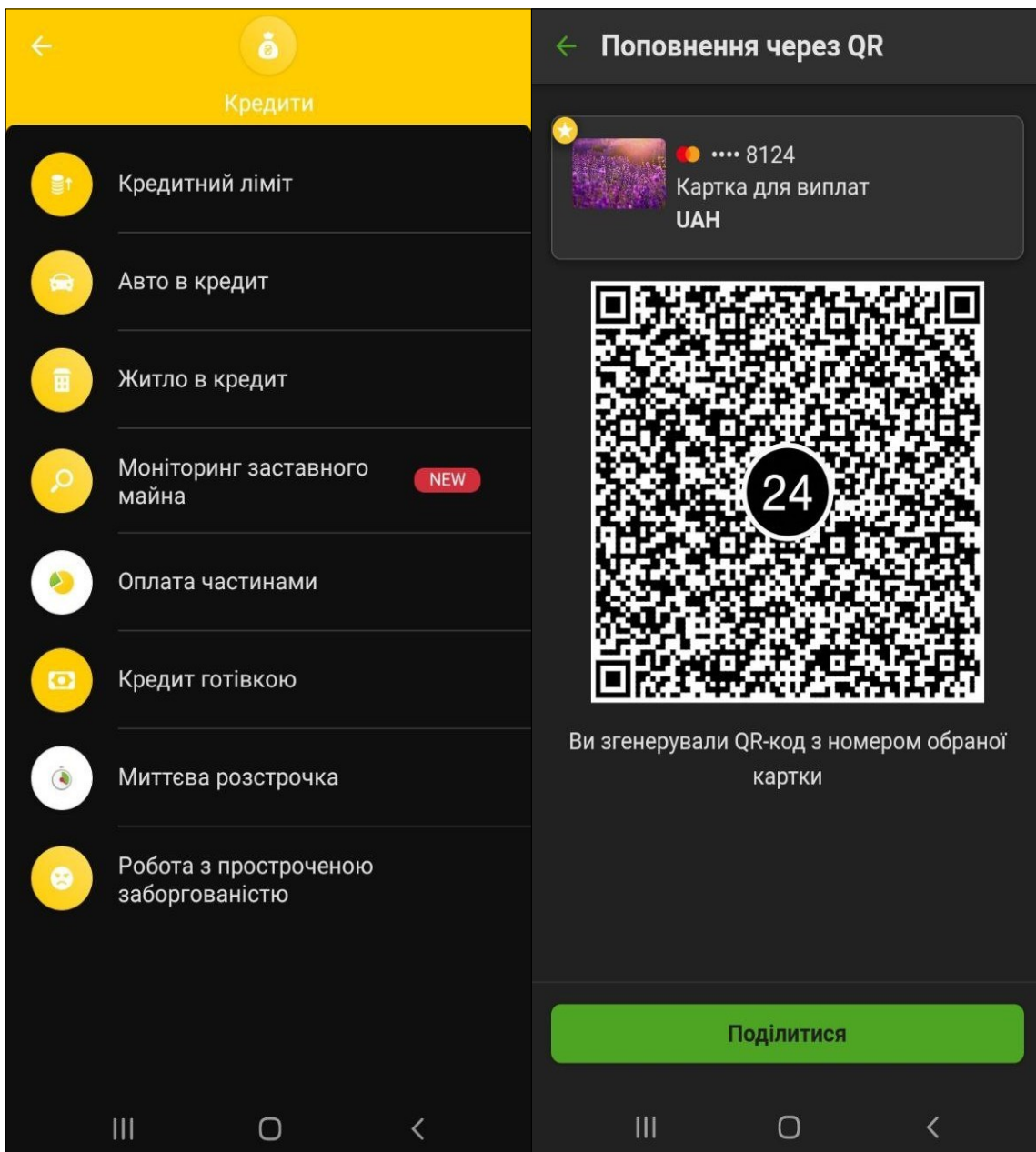


Рис. 2.6 Інтерфейс додатку мобільного додатку «Приват24»

Додаток Приват24 використовує сучасні технології безпеки, що забезпечує захист коштів та персональних даних клієнтів. До таких технологій належать:

- Двофакторна аутентифікація.
- Секретне слово.
- Захист від злому.

Функціонал додатку Приват24 постійно розширюється. Мобільний ідентифікатор - це нова функція додатку Приват24, яка дозволяє клієнтам банку використовувати свій смартфон для ідентифікації в банківських відділеннях та інших установах. Для використання мобільного ідентифікатора клієнту необхідно встановити додаток Приват24 на свій смартфон та пройти реєстрацію. Після реєстрації клієнт отримує унікальний код, який можна використовувати для ідентифікації [49].

Мобільний ідентифікатор є зручним і швидким способом ідентифікації. Для того, щоб ідентифікуватися за допомогою мобільного ідентифікатора, клієнту необхідно надати свій смартфон співробітнику банку. Співробітник банку сканує QR-код на смартфоні клієнта, після чого клієнту необхідно ввести свій код PIN.

Мобільний ідентифікатор можна використовувати для наступних операцій:

- ✓ Відкриття рахунку;
- ✓ Отримання кредиту;
- ✓ Оформлення депозиту;
- ✓ Отримання картки;
- ✓ Підтвердження операцій;
- ✓ SmartID.

SmartID - це ще одна нова функція додатку Приват24, яка дозволяє клієнтам банку використовувати свій смартфон для підписання електронних документів. Для використання SmartID клієнту необхідно встановити додаток Приват24 на свій смартфон та пройти реєстрацію. Після реєстрації клієнт отримує унікальний код, який можна використовувати для підписання електронних документів [49].

SmartID є зручним і швидким способом підписання електронних документів. Для того, щоб підписати електронний документ за допомогою SmartID, клієнту необхідно відкрити документ у додатку Приват24 та натиснути кнопку "Підписати". Після цього клієнту необхідно ввести свій код PIN.

SmartID можна використовувати для підписання наступних документів:

- ✓ Договори;
- ✓ Заяви;
- ✓ Інші документи, які вимагають електронного підпису.

Приват24 для бізнесу - це спеціальний додаток для підприємців та компаній, який дозволяє здійснювати фінансові операції, пов'язані з їхньою діяльністю. Додаток дозволяє вести облік коштів, здійснювати переказ коштів, оплачувати послуги, а також отримувати інформацію про стан банківських рахунків.

Приват24 для бізнесу має ряд функцій, які не доступні в звичайному додатку Приват24. До таких функцій належать:

- ✓ Ведення обліку коштів;
- ✓ Генерація звітів;
- ✓ Оплата податків;
- ✓ Кредитування;
- ✓ Розміщення депозитів.

Додаток «Приват24» для бізнесу доступний для смартфонів на платформах Android та iOS. Загалом, нові функції, які були додані до додатку «Приват24» у 2023 році, роблять його ще більш зручним та функціональним.

Ці функції дозволяють клієнтам банку здійснювати різноманітні фінансові операції, не виходячи з дому чи офісу.

Мобільний ідентифікатор можна використовувати в усіх відділеннях ПриватБанку та в інших установах, які підтримують цю функцію. Для використання мобільного ідентифікатора клієнту необхідно мати смартфон з підтримкою NFC. SmartID можна використовувати для підписання електронних документів, які створені в форматі PDF. Для використання SmartID клієнту необхідно мати смартфон з підтримкою камери. Приват24 для бізнесу доступний для смартфонів з операційною системою Android від версії 6.0 і вище. Для використання Приват24 для бізнесу клієнту необхідно мати картку ПриватБанку, яка зареєстрована як бізнес-картка [49].

Мобільний додаток «Приват24» - це потужний інструмент, який дозволяє клієнтам ПриватБанку здійснювати різноманітні фінансові операції, не виходячи з дому чи офісу. Додаток має широкий функціонал, зручний у використанні та забезпечує високий рівень безпеки.

Отже, мобільний додаток «Приват24» став справжнім помічником у справах фінансового планування та управління ресурсами. Його інтуїтивний і зручний інтерфейс, широкий функціонал і високий рівень безпеки роблять його важливим інструментом для сучасних користувачів. Завдяки «Приват24», кожен може ефективно керувати своїми фінансами, зекономити час та відчувати впевненість у безпеці своїх операцій. Такий додаток стає невід'ємною частиною активного та раціонального способу життя, допомагаючи кожному з нас досягати фінансової стабільності та контролю над коштами.

2.3 Інтернет-банкінг

У динамічному цифровому ландшафті України АТ КБ «ПриватБанк» панує не лише як фінансовий гігант, а й як піонер інтернет-банкінгу. Його

онлайн-платформа, відома як «Приват24», - це більше, ніж просто банківський веб-сайт; це комплексна екосистема, яка переосмислює те, як українці взаємодіють зі своїми фінансами [53].

«Приват24» - це універсальне рішення для всіх ваших фінансових потреб. Переглядайте залишки на рахунках та історію транзакцій у режимі реального часу, переказуйте кошти без зайвих зусиль за лічені секунди та безперешкодно керуйте своїми фінансами, інвестиціями та навіть кредитами - і все це не виходячи з дому. Але «Приват24» виходить за рамки базових можливостей. Оновлення в режимі реального часу та детальні фінансові звіти надають клієнту більше знань. Клієнт не просто керує своїми грошима, а розуміє, як вони рухаються. Новини, регуляторні зміни та акційні пропозиції завжди під рукою, що сприяє зміцненню довіри та прийняттю проактивних фінансових рішень [54].

«Приват24» - це «розмова, а не монолог». Безпечний обмін повідомленнями дозволяє безпосередньо зв'язуватися з представниками банку для отримання персоналізованої допомоги. Чат-боти на основі штучного інтелекту надають миттєву підтримку, а соціальні мережі стають яскравими хабами для освітнього контенту, дискусій та негайного обслуговування клієнтів. Спеціальний мобільний додаток «Приват24» тримає фінанси клієнта в постійному русі. Від здійснення платежів до депонування чеків - клієнт завжди і всюди контролює свої фінанси. Біометрична автентифікація додає додатковий рівень безпеки, дозволяючи клієнтам здійснювати банківські операції з упевненістю [55].

АТ КБ «ПриватБанк» дивиться в майбутнє, постійно розвиваючи свою платформу. Нещодавні доповнення включають інтеграцію з популярними платформами електронної комерції, інструменти бюджетування на основі штучного інтелекту та навіть функції пожертвувань на підтримку України. Таке прагнення до прогресу гарантує, що «Приват24» залишається золотим стандартом онлайн-банкінгу [49].

«Приват24» - це не просто технологія, це спосіб життя. Він надає українцям фінансову незалежність, дає їм можливість приймати поінформовані рішення та сприяє формуванню почуття спільноти завдяки залученню до соціальних мереж. Завдяки такому комплексному підходу ПриватБанк здобув довіру та лояльність мільйонів людей.

Завдяки своїй орієнтації на інновації, АТ КБ «ПриватБанк» готовий формувати майбутнє українського банкінгу. Очікуйте на ще більш бездоганну інтеграцію, персоналізовану фінансову аналітику та інструменти на основі штучного інтелекту, які зроблять управління грошима легким та невимушеним [49].

Однак, як і з будь-яким потужним інструментом, рекомендується бути обережним. Загрози кібербезпеки підстерігають, вимагаючи надійних паролів і пильності. Але, якщо ви будете поводитися свідомо, ви зможете використати весь потенціал Приват24 і відчутти зручність, безпеку та розширення можливостей, які він пропонує [49].

«Приват24» є свідченням прихильності АТ КБ «ПриватБанк» до клієнтоорієнтованого банкінгу. Це не просто платформа, це революція в тому, як українці працюють зі своїми фінансами. Завдяки своїм широким можливостям, інноваційному духу та зосередженості на користувачькому досвіді, Приват24 прокладає шлях до майбутнього, в якому банківські послуги будуть простими, доступними та розширюватимуть можливості для всіх [49].

Отже, інтернет-банкінг в АТ КБ «ПриватБанк» постає як багатогранний комунікаційний та інформаційний інструмент, який не тільки полегшує здійснення транзакцій, але й покращує клієнтський досвід. Доступність платформи, інформація в режимі реального часу, можливості здійснення транзакцій, заходи безпеки, канали зв'язку та інструменти фінансового планування в сукупності сприяють створенню надійного та клієнтоорієнтованого банківського обслуговування. З розвитком технологій АТ КБ «ПриватБанк» в авангарді, використовуючи інтернет-банкінг для

зміцнення своїх зобов'язань щодо надання ефективних, безпечних і зручних для клієнтів фінансових послуг.

2.4 Спеціалізовані інформаційні сервіси

У фінансовому ландшафті, що постійно змінюється, інформація - це сила. Доступ до точних, адаптованих та своєчасних даних може допомогти у прийнятті важливих рішень, розкрити потенціал бізнесу та дати можливість громадянам впевнено управляти своїми фінансами. Усвідомлюючи це, АТ КБ «ПриватБанк» виходить за рамки традиційного банкінгу, пропонуючи безліч спеціалізованих інформаційних послуг, які задовольняють різноманітні потреби та сприяють фінансовому успіху.

Для бізнесу [49]:

1. Аналіз та розвідка ринку: ПриватБанк надає широкі дослідження ринку, галузеві звіти та економічні прогнози, забезпечуючи бізнес життєво важливою інформацією, необхідною для прийняття обґрунтованих стратегічних рішень.

2. Рішення з торгового фінансування: для оптимізації імпортно-експортних операцій ПриватБанк пропонує рішення з торгового фінансування, такі як гарантії, акредитиви та документарні інкасо, що зменшують ризики та сприяють здійсненню транскордонних транзакцій.

3. Корпоративне казначейське обслуговування: підприємства можуть оптимізувати управління грошовими потоками, управляти валютними ризиками та отримати доступ до інструментів хеджування за допомогою комплексного казначейського обслуговування від ПриватБанку.

4. Інвестиційний банкінг: від злиттів і поглинань до залучення капіталу - команда інвестиційного банкінгу ПриватБанку надає експертну підтримку та індивідуальні рішення, що допомагають бізнесу досягти цілей зростання.

Для приватних осіб [49]:

1. Інвестиційні дослідження та консультації: доступ до інвестиційних рекомендацій, ринкових коментарів та порад експертів, щоб зорієнтуватися в складнощах фінансових ринків та сформувати диверсифікований портфель.

2. Інструменти управління особистими фінансами: планувальники бюджету, відстеження витрат та інструменти фінансового прогнозування дають можливість людям контролювати свої фінанси, ставити цілі та приймати обґрунтовані рішення щодо витрат.

3. Послуги з пенсійного планування: персоналізовані поради щодо пенсійного планування, індивідуальних інвестиційних стратегій та доступу до різноманітних пенсійних заощаджень.

4. Інформація про ринок нерухомості: АТ КБ «ПриватБанк» пропонує детальні ринкові звіти, оцінки нерухомості та експертні висновки, які допоможуть клієнту зорієнтуватися в динамічному ландшафті ринку нерухомості.

АТ КБ «ПриватБанк» виходить за рамки простого розповсюдження даних. Їх цінність полягає в наступному [49]:

- Кастомізація: послуги пристосовані до конкретних потреб і профілів ризиків, що гарантує, що фізичні та юридичні особи отримують актуальну та дієву інформацію.

- Доступності: завдяки онлайн-платформам, мобільним додаткам і спеціальним представникам інформація є легкодоступною, що дає змогу користувачам залишатися в курсі подій і приймати своєчасні рішення.

- Своєчасність: оновлення ринкової інформації в режимі реального часу, миттєвий доступ до аналітики та проактивні послуги сповіщення дозволяють користувачам випереджати події та використовувати можливості, що з'являються.

Вплив спеціалізованих інформаційних послуг АТ КБ «ПриватБанк» є трансформаційним [49]:

- Підвищення фінансової ефективності: бізнес оптимізує операції, мінімізує ризики та максимізує прибутки завдяки рішенням на основі даних.
- Поінформовані інвестори: приватні особи роблять розумніший інвестиційний вибір, створюють багатство та забезпечують своє фінансове майбутнє, маючи доступ до спеціальної інформації.
- Фінансова впевненість: озброєні знаннями, приватні особи та компанії орієнтуються у фінансовому лабіринті з більшою впевненістю та контролем.

Отже, АТ КБ «ПриватБанк» виявляє велику увагу до розвитку та надання спеціалізованих інформаційних послуг як для бізнес-сектору, так і для приватних осіб. Інтеграція сучасних технологій, таких як штучний інтелект і алгоритми машинного навчання, сприяє трансформації фінансового ландшафту та демократизації доступу до інформації.

Для підприємств, банк пропонує широкий спектр послуг, включаючи аналіз ринку, торгове фінансування, корпоративне казначейство та інвестиційний банкінг. Це дозволяє бізнесу оптимізувати свої операції, зменшувати ризики та досягати стратегічних цілей. Для приватних осіб банк надає послуги з інвестиційного консультування, управління особистими фінансами та пенсійного планування. Це допомагає клієнтам керувати своїми фінансами, приймати обґрунтовані рішення та забезпечувати своє фінансове майбутнє. Цінність спеціалізованих інформаційних послуг визначається їхньою кастомізацією, доступністю та своєчасністю. Банк надає актуальну та дієву інформацію, сприяючи підвищенню фінансової ефективності бізнесу та фінансовій впевненості приватних осіб.

Завдяки використанню технологій, таких як штучний інтелект, банк прагне забезпечити гіперреальну інформацію в режимі реального часу, що вказує на його стратегічний підхід до інновацій та покращення обслуговування клієнтів.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ КОРИСТУВАЧІВ

3.1 Проблеми, з якими стикаються користувачі комунікаційно-інформаційних сервісів банку

АТ КБ «ПриватБанк» є домінуючою силою в українському банківському ландшафті, відомою своїм інноваційним підходом та широким спектром комунікаційних та інформаційних послуг. Однак навіть найдосконаліші системи стикаються з проблемами, і ПриватБанк не є винятком.

Технічні збої та перебої в роботі:

- Збої в роботі додатку: додаток «ПриватБанку», хоча загалом зручний, може бути схильний до періодичних збоїв, зависань та затримок у роботі. Ці збої можуть бути особливо неприємними при спробі отримати доступ до важливої фінансової інформації або здійснити термінові транзакції [56].

- Проблеми з веб-сайтом: як і додаток, веб-сайт «ПриватБанку» іноді може зазнавати простоїв або технічних труднощів, що перешкоджає користувачам керувати своїми рахунками в Інтернеті [57].

Проблеми зі зв'язком:

- Довгий час очікування: звернення до служби підтримки клієнтів за телефоном або в онлайн-чаті іноді може бути пов'язане з тривалим часом очікування, особливо в години пік або при вирішенні складних питань. Це може бути основним джерелом розчарування для користувачів, які шукають своєчасної допомоги.

- Суперечлива інформація: були випадки, коли інформація, надана різними представниками служби підтримки, відрізнялася, що призводило до плутанини та розчарування користувачів. Забезпечення послідовної і точної інформації по всіх каналах зв'язку має вирішальне значення.

Занепокоєння щодо безпеки:

- Фішинг та шахрайство: поширеність фішингових шахрайств, спрямованих на користувачів «ПриватБанку», продовжує викликати занепокоєння. Ці шахраї можуть обманом змусити користувачів розкрити конфіденційну інформацію, що ставить під загрозу їхню фінансову безпеку. Для боротьби з цим явищем необхідні більш надійні заходи безпеки та навчання користувачів [58, 59].

- Конфіденційність даних: деякі користувачі мають занепокоєння щодо того, як «ПриватБанк» збирає, зберігає та використовує їхні персональні дані. Прозорість і чітке інформування про практику захисту даних є важливими для побудови довіри користувачів [60-62].

Доступність та зручність використання:

- Мовні бар'єри: хоча «ПриватБанк» пропонує послуги українською та англійською мовами, можуть бути випадки, коли певна інформація або підтримка доступна лише однією мовою. Це може створювати проблеми для користувачів, які не володіють обома мовами.

- Доступність для людей з обмеженими можливостями: доступність комунікаційних та інформаційних послуг ПриватБанку для користувачів з обмеженими можливостями є сферою, яка потребує подальшої уваги. Забезпечення того, щоб усі канали були доступними та зручними для всіх, має вирішальне значення.

Користувачі в сільській місцевості можуть мати проблеми з доступом до онлайн-сервісів ПриватБанку через обмежений інтернет-зв'язок. Розширення можливостей офлайн-обслуговування та покращення інтернет-інфраструктури в сільській місцевості могло б вирішити цю проблему. Брак фінансової грамотності серед деяких користувачів може призвести до труднощів у розумінні складних фінансових продуктів та послуг, які пропонує ПриватБанк. Надання освітніх ресурсів та спрощення комунікації може бути корисним.

Важливо визнати, що «ПриватБанк» доклав значних зусиль для вирішення багатьох з цих проблем. Вони впровадили різні заходи безпеки, покращили функціональність додатків і розширили канали зв'язку. Однак постійний зворотний зв'язок з користувачами та прагнення до постійного вдосконалення є важливими для того, щоб комунікаційні та інформаційні послуги ПриватБанку відповідали зростаючим потребам його користувачів.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз комунікаційно-інформаційних потреб користувачів банківської інформації на прикладі АТ КБ «Приватбанк»

| | |
|-----------------------|---|
| Сильні сторони | <ul style="list-style-type: none"> • Широкий спектр банківських послуг і продуктів. Приватбанк пропонує широкий спектр банківських послуг і продуктів, що відповідає потребам різних категорій клієнтів. • Відкритість до інновацій. Приватбанк є одним із лідерів інновацій у банківській галузі України. • Сильна бренд-репутація. Приватбанк має сильну бренд-репутацію, що забезпечує йому довіру і лояльність клієнтів. |
| Слабкі сторони | <ul style="list-style-type: none"> • Недостатня якість комунікації. Приватбанк іноді має проблеми з комунікацією з клієнтами. Інформація може бути неповною або заплутаною, що може призвести до непорозумінь і конфліктів. • Недостатня доступність інформації. Не всі банківські послуги і продукти мають однаковий рівень доступності інформації. Деякі продукти можуть бути складними для розуміння, що може ускладнити їх використання для клієнтів. • Недостатня персоналізація комунікації. Приватбанк іноді не враховує індивідуальні потреби і запити клієнтів у своїй комунікації. |
| Можливості | <ul style="list-style-type: none"> • Розвиток цифрових технологій. Розвиток цифрових технологій відкриває нові можливості для покращення комунікації між банками і клієнтами. Приватбанк може скористатися цими можливостями для створення більш ефективних і персоналізованих каналів комунікації. • Зростання конкуренції. Зростання конкуренції в банківській галузі змушує банки шукати нові способи залучення і утримання клієнтів. Приватбанк може використовувати це як можливість для покращення комунікаційної стратегії. • Зміна потреб клієнтів. Потреби клієнтів у банківських послугах і продуктах постійно змінюються. Приватбанк може використовувати це як можливість для створення більш актуальних і корисних каналів комунікації. |
| Загрози | <ul style="list-style-type: none"> • Нестабільність економічної ситуації. Нестабільна економічна ситуація може призвести до зниження довіри клієнтів до банків. Приватбанк може використовувати це як можливість для посилення комунікаційної стратегії, щоб зміцнити довіру клієнтів. • Зловживання кіберзлочинцями. Зловживання кіберзлочинцями є серйозною загрозою для банків. Приватбанк може використовувати це як |

можливість для покращення безпеки своїх каналів комунікації.

- Зміни у законодавстві. Зміни у законодавстві можуть створити нові вимоги до комунікації банків з клієнтами. Приватбанк може використовувати це як можливість для покращення ефективності своєї комунікаційної стратегії.

АТ КБ «Приватбанк» має значні переваги, такі як широкий спектр послуг та використання сучасних технологій, що створює основу для ефективного конкурентного позиціонування на ринку банківських послуг. Проте, існують слабкі сторони, які потребують уваги та вирішення, зокрема, проблеми з конфіденційністю та вплив нестабільного економічного та політичного клімату. Також існують загрози, такі як сильна конкуренція та можливі зміни в законодавстві, які можуть ускладнити діяльність банку. Для забезпечення стійкості та успішної діяльності, АТ КБ «Приватбанк» повинен активно реагувати на зазначені чинники, підтримуючи і підсилюючи свої сильні сторони та ефективно управляючи слабкими.

SWOT-аналіз підкреслює потребу в постійному моніторингу змін в оточуючому середовищі та гнучкому реагуванні на них для досягнення стратегічних цілей та підтримки стабільного розвитку АТ КБ «Приватбанк».

Отже, АТ КБ «Приватбанк» має сильні сторони, які дозволяють йому успішно конкурувати на ринку. Однак, банк також має деякі слабкі сторони, які можуть бути покращені. Розвиток цифрових технологій, зростання конкуренції і зміна потреб клієнтів створюють нові можливості для покращення комунікаційної стратегії Приватбанку. Однак, банк також повинен бути готовий до можливих загроз, таких як нестабільність економічної ситуації, зловживання кіберзлочинцями і зміни у законодавстві.

3.2 Пропозиції щодо вдосконалення

АТ КБ «Приватбанк» є одним із найбільших банків України. Він пропонує широкий спектр фінансових послуг, у тому числі депозити, кредити, платіжні послуги та інші. Для забезпечення ефективного

обслуговування клієнтів важливу роль відіграють комунікаційно-інформаційні сервіси банку. Загалом, комунікаційно-інформаційні сервіси АТ КБ «Приватбанк» є на досить високому рівні. Банк пропонує клієнтам широкий спектр каналів комунікації, у тому числі:

- ✓ веб-сайт;
- ✓ мобільний додаток;
- ✓ контакт-центр;
- ✓ відділення банку.

Веб-сайт банку є інформативним і зручним у використанні. Він містить актуальну інформацію про банк, його послуги та продукти. Мобільний додаток також є зручним у використанні та надає клієнтам доступ до основних банківських послуг. Контакт-центр працює цілодобово і надає клієнтам консультації та допомогу з будь-яких питань. Відділення банку розташовані в усіх регіонах України, що робить їх доступними для більшості клієнтів.

Однак, незважаючи на високу якість комунікаційно-інформаційних сервісів банку, є певні напрямки, в яких їх можна вдосконалити. Одним із напрямів вдосконалення є підвищення якості обслуговування клієнтів у контакт-центрі. Наразі, час очікування на відповідь оператора іноді може бути досить тривалим. Крім того, не всі оператори мають достатньо знань і досвіду для надання якісних консультацій. АТ КБ «Приватбанк» може вдосконалити цей аспект обслуговування клієнтів за допомогою таких заходів:

- Розширення штату операторів контакт-центру. Це дозволить збільшити пропускну здатність контакт-центру та зменшити час очікування.
- Запровадження автоматизованої системи управління дзвінками (IVR). Така система може допомогти операторам швидше ідентифікувати проблему клієнта та надати йому відповідну допомогу.

- Розробка ефективної системи маршрутизації дзвінків. Така система повинна забезпечувати, щоб дзвінки направлялися до операторів, які мають відповідні знання та досвід для вирішення проблеми клієнта.

Крім того, банк може розвивати соціальні мережі та інші онлайн-платформи для спілкування з клієнтами. Це дозволить банку налагодити більш тісний контакт з клієнтами та оперативно отримувати від них відгуки.

АТ КБ «Приватбанк» може використовувати соціальні мережі для таких цілей:

- Розміщення інформації про банківські продукти та послуги.
- Відповіді на запитання клієнтів.
- Отримання відгуків від клієнтів.

Розвиток нових каналів комунікації з клієнтами дозволить АТ КБ «Приватбанк» підвищити рівень задоволеності клієнтів і зміцнити свою конкурентоспроможність.

Додаткові пропозиції щодо вдосконалення комунікаційно-інформаційних сервісів АТ КБ «Приватбанк»:

1. Запровадити систему рейтингу операторів контакт-центру. Клієнти могли б оцінювати роботу операторів, що дозволило б банку відстежувати якість обслуговування та вчасно усувати недоліки.

2. Розробити навчальні програми для операторів контакт-центру. Ці програми повинні включати в себе не лише теоретичні знання, а й практичні навички надання консультацій.

3. Розвивати соціальні мережі та інші онлайн-платформи для спілкування з клієнтами. Це дозволить банку налагодити більш тісний контакт з клієнтами та оперативно отримувати від них відгуки.

Впровадження цих пропозицій дозволить АТ КБ «Приватбанк» підвищити якість обслуговування клієнтів і зробити їхні взаємодії з банком ще більш зручними та ефективними.

Отже, можна зазначити, що АТ КБ «Приватбанк» є одним з провідних банків України, що пропонує різноманітний спектр фінансових послуг.

Комунікаційно-інформаційні сервіси банку, такі як веб-сайт, мобільний додаток, контакт-центр та відділення, в цілому, на високому рівні, забезпечуючи клієнтам зручний доступ до банківських послуг.

Однак існують аспекти, які можна покращити для подальшого зростання ефективності та зручності обслуговування клієнтів. Зокрема, час очікування в контакт-центрі і якість консультацій можуть бути покращені за допомогою впровадження системи рейтингу операторів та навчальних програм. Вдосконалення комунікаційно-інформаційних сервісів АТ КБ «Приватбанк» сприятиме підвищенню задоволення клієнтів, покращенню їхнього досвіду та зміцненню позицій банку на фінансовому ринку.

3.3 Перспективи розвитку комунікаційно-інформаційних сервісів банку

АТ КБ «Приватбанк» пропонує своїм клієнтам широкий спектр дистанційних сервісів, які дозволяють їм здійснювати фінансові операції без відвідування відділення банку. У майбутньому АТ КБ АТ КБ «Приватбанк» планує розширити можливості своїх дистанційних каналів обслуговування. Банк планує:

1. Розробити нові функції та можливості для онлайн-банкінгу та мобільного банкінгу, щоб зробити їх ще більш зручними та інтуїтивно зрозумілими. Наприклад, банк може розробити нові інструменти для управління фінансами, такі як особистий фінансовий менеджер, який допоможе клієнтам планувати свій бюджет та контролювати свої витрати.

2. Впровадити нові технології, такі як штучний інтелект та блокчейн, для підвищення безпеки та ефективності дистанційного банківського обслуговування. Наприклад, банк може використовувати технологію штучного інтелекту для виявлення шахрайських операцій або для надання клієнтам персоналізованих рекомендацій.

АТ КБ «Приватбанк» планує інтегрувати комунікаційні та інформаційні технології, щоб забезпечити клієнтам більш комплексне обслуговування. Наприклад, банк може використовувати технологію штучного інтелекту для аналізу даних про клієнтів та надання їм персоналізованих рекомендацій та послуг.

АТ КБ «Приватбанк» може інтегрувати комунікаційні та інформаційні технології:

1. Банк може використовувати технологію штучного інтелекту для аналізу даних про витрати клієнтів. На основі цього аналізу банк може надавати клієнтам рекомендації щодо того, як заощадити гроші або як краще розпорядитися своїми фінансами.

2. Банк може використовувати технологію штучного інтелекту для аналізу кредитної історії клієнтів. На основі цього аналізу банк може надавати клієнтам більш вигідні умови кредитування.

3. Банк може використовувати технологію штучного інтелекту для аналізу даних про інвестиційні портфелі клієнтів. На основі цього аналізу банк може надавати клієнтам рекомендації щодо того, як оптимізувати свої інвестиції.

АТ КБ «Приватбанк» постійно вивчає нові технології, які можуть бути використані для підвищення якості обслуговування клієнтів. Наприклад, банк розглядає можливість впровадження технології блокчейн для забезпечення більшої безпеки та прозорості фінансових операцій:

1. Банк може використовувати технологію блокчейн для створення децентралізованої системи розрахунків. Така система буде більш безпечною та прозорою, ніж традиційна система розрахунків, яка базується на централізованих серверах.

2. Банк може використовувати технологію блокчейн для зберігання інформації про клієнтів. Така система буде більш надійною та захищеною, ніж традиційна система зберігання інформації, яка базується на централізованих серверах.

3. Банк може використовувати технологію блокчейн для створення платформи для торгівлі криптовалютами. Така платформа буде більш безпечною та прозорою, ніж традиційні платформи для торгівлі криптовалютами.

Отже, АТ КБ «Приватбанк» активно розвиває свої комунікаційно-інформаційні сервіси, спрямовуючи зусилля на поліпшення дистанційного обслуговування клієнтів. Плани банку на майбутнє включають розширення функціоналу онлайн-банкінгу та мобільного банкінгу для забезпечення ще більшої зручності та інтуїтивності використання.

Інтеграція новітніх технологій, таких як штучний інтелект та блокчейн, свідчить про стратегічне бажання банку забезпечити високий рівень безпеки та ефективності у віртуальному середовищі. Використання штучного інтелекту для аналізу даних клієнтів дозволяє банку надавати персоналізовані рекомендації та послуги, що покращує якість обслуговування. Також слід відзначити, що АТ КБ «Приватбанк» досліджує можливості використання технології блокчейн для підвищення безпеки та прозорості фінансових операцій, а також для створення інноваційних рішень у сфері розрахунків та зберігання інформації про клієнтів. Загалом, стратегія банку на спрощення взаємодії з клієнтами та вдосконалення технологічного ландшафту вказує на його готовність до викликів цифрової епохи та забезпечення клієнтам передових фінансових сервісів.

ВИСНОВКИ

Таким чином, дослідження мало на меті заглибитися у складну сферу комунікаційних та інформаційних потреб користувачів у банківському секторі, з особливим акцентом на АТ КБ «ПриватБанк». Завдяки широкому вивченню теоретичних основ та практичних інструментів, що використовуються банком, дослідження мало на меті висвітлити проблеми, з якими стикаються користувачі, та запропонувати життєздатні рішення для покращення комунікаційних та інформаційних послуг.

Аналіз розпочався з теоретичного підґрунтя, окреслення основних понять та визначень, необхідних для розуміння динаміки комунікацій у банківському секторі. Вивчення комунікаційних та інформаційних потреб користувачів у контексті банківської інформації виявило багатогранний ландшафт, сформований еволюцією технологічних ландшафтів та очікуваннями користувачів.

Вивчення банківської інформації та її особливостей дозволило зрозуміти тонкощі поширення даних у фінансових установах. Були розглянуті моделі комунікаційних та інформаційних відносин у банківській сфері, що проливають світло на складну взаємодію між банками та їхньою різноманітною користувацькою базою.

Трансформаційний вплив інформаційних технологій на комунікацію в банківському секторі був у фокусі дослідження. Поява технологічного прогресу змінила традиційні моделі комунікації, відкривши еру, в якій цифрові платформи відіграють ключову роль у задоволенні потреб користувачів. Цей вплив було ретельно досліджено шляхом дослідження комунікаційних та інформаційних інструментів АТ КБ «ПриватБанк», зокрема веб-сайту банку, мобільного додатку, інтернет-банкінгу та спеціалізованих інформаційних послуг.

Водночас дослідження не оминуло увагою і проблеми, з якими стикаються користувачі комунікаційних та інформаційних послуг АТ КБ «ПриватБанк». Ці проблеми варіювалися від питань зручності використання до занепокоєння щодо безпеки даних, що підкреслює важливість постійного вдосконалення в швидкозмінному ландшафті цифрового банкінгу. У відповідь на ці виклики в дисертації запропоновано низку рекомендацій щодо вдосконалення комунікаційних та інформаційних послуг, які пропонує АТ КБ «ПриватБанк». Ці пропозиції охоплюють вдосконалення користувацького інтерфейсу, заходи безпеки та впровадження нових технологій, щоб банк залишався на передовій у задоволенні очікувань користувачів.

Можна сказати, що перспективи розвитку комунікаційних та інформаційних послуг АТ КБ «ПриватБанк» виглядають багатообіцяючими. Впровадження новітніх технологій, заохочення підходів, орієнтованих на користувача, та збереження проактивної позиції щодо задоволення потреб користувачів, які постійно змінюються, матимуть вирішальне значення для забезпечення сталого зростання та затребуваності банку в динамічному фінансовому ландшафті. Крім того, дослідження підкреслює ширші наслідки його висновків, які виходять за рамки конкретного випадку АТ КБ «ПриватБанк». Виявлені виклики та можливості є символічними для ширших тенденцій та динаміки, що формують банківську галузь у всьому світі. Оскільки технології продовжують розвиватися, а очікування споживачів змінюються, фінансові установи в усьому світі повинні постійно переоцінювати та адаптувати свої комунікаційні та інформаційні послуги, щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти постійно мінливі потреби своїх користувачів.

Теоретичні засади, розглянуті в роботі, створюють основу для розуміння тонкої взаємодії між комунікацією, інформацією та технологіями в банківській сфері. Оскільки фінансовий ландшафт продовжує розвиватися, концепції, висвітлені в цій роботі, пропонують концептуальну основу для

майбутніх досліджень, які намагатимуться орієнтуватися в складному ландшафті цифрових комунікацій у банківському секторі.

Отже, успіх АТ КБ «ПриватБанк» та інших фінансових установ у задоволенні комунікаційних та інформаційних потреб своїх користувачів залежить від тонкого балансу між технологічними інноваціями, орієтованим на користувача дизайном і готовністю до вирішення нових викликів. Рекомендації, викладені в цій роботі, не тільки адаптовані до конкретного контексту АТ КБ «ПриватБанк», але й можуть слугувати дорожньою картою для інших банків, які прагнуть вдосконалити свої комунікаційні стратегії та інформаційні послуги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Комунікаційна політика Національного банку України щодо збирання та поширення статистичної інформації та публікацій. Розпорядження Національного банку України; Витяг, Рекомендації, План від 21.01.2013 № 26-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0026500-13#Text> (дата звернення: 28.12.2023).
2. Ховрак І. В., Бородай А. О. Банківський маркетинг: комунікація з клієнтами та формування цінностей. *Електронне наукове фахове видання*. 2017. С. 317.
3. Пасєка А. С., Овчарук М. П. Зовнішні комунікації як інструмент відновлення банківської системи в умовах кризи та посткризового періоду. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2014. № 46. С. 267-271.
4. Ланда А. М. Роль прогресу комунікацій у банківській діяльності. *Наука–виробництво*. 2014. С. 705.
5. Никитюк В. Комунікаційна політика банківського сектору, як важлива складова маркетингової діяльності у світлі фінансової кризи. *Матеріали II Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання»*. 2009. № 2. С. 170-179.
6. Васильєв С. Г., Обнявко О. В., Онищенко О. А. Віртуальна економіка: сутність, переваги, недоліки та напрями розвитку. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2016. № 15, Вип. 1. С. 172-201.
7. Комунікаційна політика Національного банку України щодо збирання та поширення статистичної інформації та публікацій. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/PB13001> (дата звернення: 28.12.2023).
8. Пилипів М.І. Формування інформаційних облікових потоків у системі ділового партнерства банків. URL:

<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2266> (дата звернення: 28.12.2023).

9. Про затвердження Положення про інформаційне забезпечення банками клієнтів щодо банківських та інших фінансових послуг. Постанова Національного банку України; Положення, Інформація, Форма типового документа від 28.11.2019 № 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0141500-19#Text> (дата звернення: 28.12.2023).

10. Інформаційно-комунікаційні технологій в бізнесі [Електронний ресурс]: навч. посіб.: конспект лекцій для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент». Уклад. Чуприна М.О. Електронні текстові дані (1 файл: 663 Кбайт). Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 116 с.

11. Бегун А.В. Інформаційна безпека [Текст] : навч. Посібник. Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана». К. : КНЕУ, 2008. 280 с.:

12. Остроухой Б. В., Петрик Б. М., Прнсяжнюк М. М. та ін. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): Підручник. К : КНТ, 2010. 776 с.

13. Сідак В С. Організаційно-правові основи захисту інформації з обмеженим доступом: Навч. посіб. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2006. 232 с.

14. Богуш В.М. Інформаційна безпека держави. К.: МК-Прес, 2005. 432 с.

15. Богуш В.М. Основи інформаційної культури [Текст] : навч. посіб. К. : ДУІКТ, 2011. 287 с.

16. Бондар Ю.В. Національний інформаційний простір новітньої України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства: Монографія. К.: МАУП, 2007.184 с.

17. Мануїлов Я. С. Забезпечення кібербезпеки об'єктів критичної інфраструктури в умовах кібервійни. *Інформація і право*. 2023. № 1 (44). С. 154-167.
18. Курченко О. Б. Інформаційні системи і технології банківських та фінансових установах: Навч. посіб. К.: МАУП, 2006. 224 с.
19. Закон України «Про банки і банківську діяльність». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T002121> (дата звернення: 28.12.2023).
20. Ващенко Ю.В. Банківське право: Навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 344 с.
21. Старинський М. В. Щодо визначення поняття «банківська інформація» та виділення її видів. URL: https://biem.sumdu.edu.ua/images/stories/docs/K_CPD/Starinskii_s_015.pdf (дата звернення: 28.12.2023).
22. Чернадчук О.В. Конфіденційність інформації клієнта банку: актуальні питання. URL: <https://ippi.org.ua/sites/default/files/7.pdf> (дата звернення: 28.12.2023).
23. Селіванова А. О. Банківське право України: Навч. пос. К.: Ін Юре, 2000. 384 с.
24. Берлач А.І. Банківське право України: Навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Університет «Україна», 2006. 308 с.
25. Барановський О. Безпека банківської сфери. *Вісник Національного банку України*. 2014. № 6. С. 20-27.
26. Дзюблюк О. Інноваційні вектори розвитку банківської системи. *Світ фінансів*. 2019. № 3 (60). С. 8-25.
27. Хижинська О. А. Банківська система України: сучасний стан, проблемні аспекти та перспективи розвитку. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. № 2(13). С. 284-289.
28. Гетманцев Д.О., Шукліна Н.Г. Банківське право України: К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

29. Ковалів М. В., Єсімов С. С., Назар Т. Я. та ін. Банківське право України : навч. посібн. Львів : СПОЛОМ, 2023. 256 с.
30. Січевлюк В. А. Банківське право України (курс лекцій): Навчальний посібник. К.: УІРФР, 2015. 524 с.
31. Обрусна С. Ю. Місце банківського права у системі права України. *Фінансовий простір*. 2013. № 3. С. 55-58.
32. Єсіна О. Г. Сучасні інформаційні технології в банківській сфері.
URL:
<http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8638/1/%D0%A1%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D1%96%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97%20%D0%B2%20%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D1%96.pdf>
(дата звернення: 28.12.2023).
33. Гайна Г. А., Попович Н. Л. Організація баз даних і знань. Організація реляційних баз даних. К. : КНУБА, 2001. 76с.
34. Інформаційно-комунікаційне забезпечення фінансової діяльності : навч. посіб. для студентів напряму підготовки 6.030508 «Фінанси і кредит» / І. В. Журавльова, І. Л. Латишева, О. В. Лебідь та ін. Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 424 с.
35. Домрачев В. М., Єрмак В. В., Гребінець К. М., Домрачев Є. В. Інформаційні банківські системи: Навч. посібник. К.: Видавництво Європейського університету, 2007. 333с.
36. Олійник А. В. Інформаційні системи і технології у фінансових установах : навч. посіб. Львів : Новий Світ, 2006. 436 с.

37. Черняк О. Системи обробки економічної інформації : підручник. Київ : Знання, 2006. 448 с.
38. Чмутова І. М. Фінансовий облік у банках : навч. посіб. Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 368 с.
39. Пістунов І. М. Інформаційні системи у фінансово-кредитних установах : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2012. 234 с.
40. Береза А.М., Козак І.А., Шевченко Ф.А. та ін. Електронна комерція: Навч. Посібник. К.: КНЕУ, 2002. 326 с.
41. Аніловська Г.Я. , Бучкович М.Л. Інформаційні системи і технології в банківській сфері. Л.: Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. 39с.
42. Кравчук Г.Т., Шевчук Т.В., Коновал У.М. Інформаційні системи і технології в банківській сфері: Навчальний посібник. Львів: Львівський банківський інститут НБУ, 2002. 135 с.
43. Рогач І.Ф., Сендзюк М.А., Антонюк В.А. Інформаційні системи у фінансово-кредитних установах: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 1999. 216 с.
44. Страхарчук А.Я., Страхарчук В.П. Інформаційні системи і технології в банках: Навч. посіб. для студ. ВНЗ. К.: УБС НБУ, 2007. 515с.
45. Татарчук М. І. Корпоративні інформаційні системи: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2005. 291 с.
46. Тарасевич Н. В., Назлуханян С. С. Сучасні тенденції розвитку маркетингу в банківській сфері. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. № 10. С. 665–669.
47. Гірняк В. В. Сучасні інструменти маркетингу в продажу банківських продуктів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 23 (2). С. 55–58.
48. Примостка Л.О., Охрименко І.Б., Нікітін А. В. Розвиток банківських послуг та інновацій в цифровій економіці : *матеріали наук.-практ. інтерн. конф. студ. аспір. і молод. вчених*. Київ: КНЕУ, 2019. 321 с.

49. Офіційний сайт «ПриватБанк». URL: <https://privatbank.ua/> (дата звернення: 28.12.2023).
50. Пастушок Л., Гаряча А. Розвиток мобільного банкінгу в Україні: переваги та недоліки. *Драйвери інновацій в економіці та фінансах: глобальні виклики*. 2021. С. 130.
51. Дубина М. В., Шеремет О. М. Розвиток e-banking: світовий та вітчизняний досвід. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 2 (18). С. 154-162.
52. Теліга В. Розвиток цифрового банкінгу в Україні. *Редакційна колегія*. 2023. С. 255.
53. Чуб О. О. Розвиток Інтернет-банкінгу в глобальному середовищі. *Вісник Української академії банківської справи*. 2009. № 1 (26). С. 62–67.
54. Новицький А. М. Електронний банкінг (організаційно-правове забезпечення): монографія. Ірпінь : Національний університет ДПС України, 2008. 294 с.
55. Одегова Л. Ю. Цивільно-правове регулювання розрахунків з використанням Інтернет-банкінгу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.03. К., 2013. 20 с.
56. Управління інформаційною безпекою: конспект лекцій: навч. посіб. для студ. спец. 125 «Кібербезпека». КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: С. О. Носок, О. М. Фаль, В. М. Ткач. 2021. 258 с.
57. Зубок М.І. Безпека банківської діяльності. Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2002. 190 с.
58. Зубок М.І. Організаційно-правові основи безпеки банківської діяльності в Україні: навч. посіб. 2-ге вид., доп. К.: Істина, 2000. 88 с.
59. Cybersecurity in Banking: Importance, Threats, Challenges. URL: <https://www.knowledgehut.com/blog/security/cyber-security-in-banking> (дата звернення: 28.12.2023).

60. Banking security: how to improve it and prevent attacks and threats.
URL: <https://news.beta80group.it/en/banking-security-how-to-improve-it-and-prevent-attacks-and-threats> (дата звернення: 28.12.2023).
61. Information Technology (IT) And Cybersecurity. URL:
<https://www.fdic.gov/resources/bankers/information-technology/> (дата звернення:
28.12.2023).
62. Bawaneh S.S. Securing Information Technology for Banks and
Accounting Information Systems. URL:
https://www.ripublication.com/ijaer18/ijaerv13n6_21.pdf (дата
звернення:
28.12.2023).