

РОЗДІЛ 3. ДИСТАНЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

3.1. Теоретичні основи дистанційних банківських послуг комерційних банків

Сьогодні ринок банківських продуктів і послуг достатньо насичений та різноманітний. Фінансово-кредитні інститути пропонують клієнтам широкий спектр банківських продуктів і послуг. Проте на порядку денному банку завжди гостро стоїть питання про налагодження зручних та ефективних каналів дистрибуції (надання) своїх послуг споживачам.

До того ж, в сучасному динамічному діловому світі, де час цінується дуже високо, достатньо часто складаються ситуації, коли у клієнтів банків виникає термінова необхідність отримати доступ до своїх банківських рахунків незалежно від часу доби і місця перебування.

Саме потреба клієнтів банків в цілодобовому обслуговуванні без фізичного відвідування банків, помножена на можливості сучасних засобів ІКТ, так само як і вимоги конкурентного зниження собівартості послуг, захоплення ринків, створення позитивного іміджу, підштовхнули банки на впровадження нових прогресивних технологій надання банківських продуктів і послуг [87].

В умовах жорсткої конкуренції банки просто вимушені не тільки розширювати перелік своїх фінансових та інформаційних продуктів і послуг, але й активно освоювати нові перспективні сервіси, що дозволяють швидко і якісно їх надавати, зробити максимально простими і доступними для клієнтів. До того ж, якщо банк зацікавлений у залученні більшої кількості клієнтів та отриманні максимального прибутку, він повинен надати обслуговування в будь-який час та у будь-якому місці. Саме

стратегії всебічної присутності та доступності відповідає дистанційне банківське обслуговування.

За визначенням А.В. Нікітіна, «дистанційне банківське обслуговування – це проведення операцій по рахунках клієнта на підставі його дистанційних розпоряджень, а дистанційне розпорядження – це розпорядження банку виконати певну операцію, передане клієнтом погодженим каналом доступу із певною процедурою передачі розпоряджень.» [62].

Отже, сутність дистанційного банківського обслуговування полягає у самообслуговуванні клієнтів. Технологія самообслуговування є технологічним видом взаємодії банку з клієнтами, яка дозволяє їм обслуговуватися незалежно від працівника банківського сервісу.

У теорії та практиці банківської справи поняття дистанційного (віддаленого) банківського обслуговування іноді розуміється як лише обслуговування клієнтів банків у мережі Інтернет, але, все ж таки, частіше – ототожнюється з каналами доставки, що не потребують втручання банківського працівника, тобто між операційною системою та клієнтом немає посередників.

Головною метою використання засобів та прийомів дистанційного обслуговування в банківській діяльності є надання рівних можливостей оперування фінансовими інструментами в будь-яких регіонах країни та за її межами. Це забезпечує принципово новий рівень доступності банківського бізнесу при збереженні чи підвищенні його якості за рахунок створення мобільного інформаційного середовища та скорочення питомих витрат на одного клієнта, порівняно з традиційними системами обслуговування.

Дистанційна форма обслуговування клієнтів не залежить від відстані та часу, оскільки електронні канали працюють цілодобово та у будь-якій точці земної кулі, там, де є система телекомунікації. Для клієнта зникають поняття «операційний день», «технічна перерва», а головне – змінюється характер його

взаємодії з банком. Клієнт отримує можливість вільного вибору каналів доставки для себе залежно від свого стилю життя, розміру доходів, місця перебування, терміновості операції. Відповідно змінюється економічна поведінка клієнта: він може переходити від самообслуговування до користування послугами консультанта залежно від свого рівня освіти, довіри та лояльності до банку [62].

Для ефективнішого ведення діалогу з клієнтами сучасні банки почали розвивати сервіси дистанційного обслуговування, такі як «клієнт-банк», інтернет-банкінг, відеобанкінг, телефонний банкінг (телебанкінг), мобільний банкінг, SMS-банкінг, мережі банкоматів (АТМ) та ін.

За допомогою таких видів дистанційного обслуговування клієнт має можливість здійснювати ті ж самі стандартні операції, що і у «фізичному» офісі банку (за винятком операцій з готівкою), а саме:

- здійснювати всі види комунальних платежів (за електроенергією, газ, тепло- та водопостачання, квартплату, телефон та ін.);
- оплачувати рахунки за зв'язок (стільниковий та пейджинговий зв'язок, Інтернет) та інші послуги (супутникове телебачення, навчання тощо);
- здійснювати грошові перекази у національній та іноземній валютах на будь-який рахунок у будь-якому банку;
- переказувати грошові кошти в оплату за товари, у тому числі куплені через Інтернет-магазини;
- купувати та продавати валюту;
- поповнювати та/або знімати грошові кошти з рахунку за допомогою платіжної картки;
- відкривати різні види рахунків та переказувати на них грошові кошти;
- одержувати інформацію про здійснені платежі в режимі реального часу;
- одержувати інші види послуг: брокерське обслуговування (купівля/продаж цінних паперів, створення інвестиційного

портфеля), підписку на журнали, газети та ін.

До суттєвих характеристик дистанційного банківського обслуговування слід віднести такі параметри:

- можливість побудови гнучкого графіку роботи як банком так і клієнтами, які, в основному, самостійно обирають час, місце та інтенсивність звернення до банку;
- гнучкість в доведенні конкретної послуги до клієнта;
- відсутність регламентації форм традиційного банківського обслуговування;
- можливість використання в процесі надання послуг нових комбінацій та комплексів фінансових інструментів;
- здійснення регулярного контролю за якістю надання послуг тощо.

Крім того, здійснення дистанційного банківського обслуговування мінімізує використання людської праці, сприяє скороченню організаційних витрат, зменшує деякі види банківських ризиків, таких як втрата платіжних документів, їх фальсифікація, неправильна адресація, знижує ймовірність помилок у реквізитах платежу, прискорює обмін інформацією між банками та клієнтами, обробка платежів здійснюється переважно у реальному часі, зростає швидкість проходження платежів тощо [53].

Спосіб дистанційного надання послуг клієнтам у сфері банківського обслуговування перетворився на цілком самостійну форму ведення бізнесу. Технологія дистанційного банківського обслуговування «*домашній банкінг*» (home banking), або «*віддалений банкінг*» (remote banking), що дає змогу клієнту отримувати банківські послуги, не відвідуючи офіс банку, існує вже більше двадцяти років.

Як видно із самої назви, «віддалений банкінг» – це у загальному випадку надання банківських послуг не в банківському офісі при безпосередньому контакті клієнта і банківського службовця, а в офісі клієнта, в його будинку і скрізь, де це допускається системою і зручно клієнту.

Технологія «home banking» була розроблена на початку 80-х років, коли банки Західної Європи розпочали активну конкуренцію за залучення нових клієнтів. Датою народження «домашнього банкінгу» вважається 1983 рік, коли будівельне товариство Nottingham Building Society разом з Банком Шотландії та телефонною компанією British Telekom впровадило систему Homelink [62].

Також перші експерименти щодо впровадження «домашніх банків» як суто інформаційної служби були проведені у Німеччині та США, але найбільшого поширення вони набули у Франції. У Великобританії існує декілька мереж «домашніх банків», які використовують одночасно телефонний зв'язок та відеозв'язок [31].

За оцінкою «Bank of America», потенційні можливості персонального обслуговування «вдома» дуже великі. Підраховано, що середній американець робить 30 безготівкових перерахувань на місяць, 20 з яких оплачуються чеком, а 10 – кредитними картками.

Система «home banking» сьогодні – це зручна, оперативна, мобільна та технологічно надійна форма дистанційного банківського обслуговування, яка надає клієнту майже увесь спектр банківських послуг на дому. Такі системи успішно функціонують як у зарубіжних банках, так і в банках України. В нашій країні система «home banking» відома під назвою «клієнт-банк».

Впровадження системи «клієнт-банк», або *комп'ютерного банкінгу* (PC-banking) в Україні, стало однією з перших вдалих спроб українських банків з поліпшення обслуговування клієнтів та удосконалення власної роботи за допомогою автоматизованих систем. Спеціалісти стверджують, що таку систему вперше було використано в Україні у 1992 році. Беручи до уваги складні економічні умови того часу, а головне,

практично відсутність розвинутого ринку комп'ютерної техніки, система «клієнт-банк» стала своєрідним «проривом» у банківській справі. До речі, відсутність нормативно-правової бази для використання електронного цифрового підпису не стало тоді перешкодою на шляху широкого розповсюдження цієї послуги в нашій країні.

Система «клієнт-банк» являє собою програмно-технічний комплекс, який реалізує доступ клієнта до автоматизованої системи банку за допомогою персонального комп'ютера, здійснюваний за допомогою прямого з'єднання з банківською мережею з використанням модему. Наявність такої системи дає змогу клієнту, не виходячи з офісу, відправити до банку платіжне доручення, оперативно отримати інформацію щодо проходження платежу, стану поточного рахунку, а також документів, проведених за рахунком у будь-який момент часу.

Отже, основною функцією системи «клієнт-банк» є надання можливості клієнту – юридичній особі, наприклад підприємству, здійснювати платежі зі свого поточного рахунку в банку з власного офісу, не відвідуючи банківської установи.

Крім того, система «клієнт-банк» дозволяє користувачам керувати своїми рахунками в банку та одержувати поточну інформацію про рух коштів, а саме:

- проводити платежі зі свого рахунку в банку, не відвідуючи банк, з робочого місця в офісі, обладнаного персональним комп'ютером із встановленим необхідним програмним забезпеченням.
- відстежувати наявні грошові кошти на поточному рахунку та контролювати їх рух;
- отримувати виписки з поточного рахунку, а також дані щоденних офіційних курсів НБУ;
- вести довідник своїх контрагентів за платежами та довідник призначення платежу, що дозволяє швидше формувати

платіжні документи. Зникає необхідність заносити інформацію до кожного документу – готовий шаблон переноситься до платіжного документу з довідників;

- робити архівні копії оброблених документів та переглядати документи з архіву;

- обмінюватися з банком нерегламентованими повідомленнями та завантажувати файли, передані банком, а також передавати власні файли;

- отримувати від обслуговуючого банку повідомлення про нові банківські послуги, поточні відсоткові ставки за кредитами та депозитами, а також іншу інформацію.

Клієнт також може звернутись до банку у будь-який момент часу, що забезпечує динамічність обміну інформацією між клієнтом та банком.

Загалом можна виділити такі переваги системи «клієнт-банк»:

1. Зручність. Забезпечує автоматизовану підготовку таких документів, як платіжне доручення, меморіальний ордер, заявка на переказ валюти та інших документів. Шаблони для введення електронних документів використовуються згідно з типовими стандартами, які діють в Україні і максимально наближені до паперових. Як і паперові, електронні платіжні документи, що відправлені до банку, підписують посадові особи підприємства, але замість звичайного, використовують електронний цифровий підпис.

2. Оперативність. При використанні системи «клієнт-банк» збільшується швидкість проходження платежів. Висока оперативність зумовлена тим, що платіжне доручення в електронному вигляді готується один раз, і це робить не операціоніст банку, а працівник підприємства. Крім того, не потрібно готувати первинні платіжні документи на паперових носіях. Замість них раз на тиждень готується реєстр електронних документів, внаслідок чого відпадає необхідність

щоденно відвідувати банк для проведення безготівкових платежів, що, в свою чергу, економить час та гроші.

3. Мобільність. Система «клієнт-банк» дозволяє контактувати з банком без обмежень у часі, оскільки технічні можливості більшості програмних комплексів дозволяють цілодобово відправляти документи до банку та переглядати отримані звіди.

4. Безпека. Засоби захисту інформації в системі «клієнт-банк» при коректному їх використанні гарантують надійний захист від несанкціонованого доступу та модифікації інформації.

Отже необхідно зазначити, що система «клієнт-банк» не лише доволі зручна для клієнта при роботі з банком (для підприємств з великою кількістю філій та відділень у різних регіонах система дає можливість контролювати рух коштів в усій мережі), але й слугує відмінною платформою для прийняття оперативних рішень. Також система просто життєво необхідна тим підприємствам, що здійснюють велику кількість платежів протягом операційного дня.

Але поряд з очевидними перевагами, система «клієнт-банк» має і певні недоліки. Основним недоліком є те, що переказ коштів з використанням даної системи потребує постійної присутності керівних осіб – директора та головного бухгалтера, які наділені правом першого та другого підпису. Інакше керівники підприємства мусять відкрити електронний підпис іншим особам, що збільшує небезпеку несанкціонованого використання коштів на поточному рахунку.

Крім цього, можуть виникнути помилки при перенесенні інформації з системи «клієнт-банк» до автоматизованої банківської системи банку (АБС), якщо ці системи створювалися різними розробниками. Тож доречним було б визначити, наскільки сумісними є програмний комплекс «клієнт-банк» і АБС, що використовується в банку.

Також висока ціна розробки і впровадження системи «клієнт-банк» робить її неефективною для невеликих банків, а необхідність завантаження й оплати спеціального програмного забезпечення обмежує коло потенційних клієнтів.

Відповідь на питання, чи варто впроваджувати систему «клієнт-банк», банк може отримати, розглянувши переваги та недоліки такого впровадження для себе та своїх клієнтів (табл. 1.1 і 1.2).

Таблиця 1.1

Переваги та недоліки впровадження системи «клієнт-банк» для банку

Переваги	Недоліки
Економить час операціоністів на приймання та обробку документів клієнтів	Потребує витрат на придбання або створення системи, її впровадження та навчання співробітників банку
Дозволяє уніфікувати роботу з документами клієнтів та забезпечує їх різною довідковою інформацією	Потребує витрат на обслуговування (у тому числі й каналів зв'язку з високою пропускнуою спроможністю при обслуговуванні великої кількості клієнтів)
Виступає потужним фактором у конкурентній боротьбі за клієнтів	
Дозволяє отримувати додаткові кошти у вигляді плати за використання системи клієнтами	

Таблиця 1.2

Переваги та недоліки впровадження системи «клієнт-банк» для клієнта

Переваги	Недоліки
Дозволяє працювати зі своїми рахунками, не виходячи з офісу	Іноді потребує додаткового обладнання та більш високої кваліфікації користувачів комп'ютера
Забезпечує більш повний захист інформації про рахунки, порівняно з факсом або телефоном	Часто потребує деякого часу для перекваліфікації співробітників для роботи з електронними документами
Дозволяє отримувати різноманітну довідкову інформацію з банку в єдиному зв'язаному вигляді	Як правило, банки стягують плату за користування такою системою
Дозволяє клієнту обирати банк, не звертаючи особливої уваги на територіальне розміщення	

Звичайно, залежно від конкретної реалізації системи перелічені вище «плюси» і «мінуси» можуть бути як доповнені, так і скорочені, і очевидно, що саме від неї у величезній мірі залежить, чи виправдає система первинні витрати.

На зміну навіть такій прогресивній системі, як «клієнт банк», приходять нові технології. На практиці при використанні даної системи оперативності в отриманні свіжої інформації вдається досягти не завжди. Це обмеження визначається необхідністю додзвонитися до модему, встановленого в банку, який за один сеанс зв'язку не може обслужити більш ніж одного клієнта. Тому навіть за умови постійного нарощування потужностей модемного пулу банком із зростанням числа клієнтів забезпечити миттєвий зв'язок стає все важче. Крім того, нарощування потужностей системи «клієнт-банк» за рахунок купівлі телефонних ліній і комп'ютерного устаткування є досить дорогим та малоефективним виходом для невеликих банків. До того ж за час, проведений на лінії, треба платити – причому досить багато, якщо банк знаходиться в іншому місті. Та й дістати доступ до рахунку з будинку або готельного номера не можна. Краще рішення було знайдене у вигляді з'єднання банківських технологій із сучасними можливостями Інтернету.

3.2. Організаційні форми дистанційних банківських послуг та їх просування

Більшість сучасних банків у числі своїх стратегічних завдань називає універсалізацію послуг і розширення клієнтської бази. Динамічність ринку й посилення конкуренції ставлять банки перед необхідністю диверсифікації бізнесу, пошуку нових ніш і постійної роботи в напрямку розширення спектру надаваних послуг. У зв'язку з цим для багатьох банків розвиток дистанційного обслуговування стало не просто новим додатковим заняттям, а стратегічним напрямком їх діяльності, який дає можливість зробити взаємодію банку й клієнта більш зручною, прискорити, спростити та зробити дешевшим проведення традиційних банківських операцій, а також розвивати принципово нові послуги.

В останні роки одним з найбільш перспективних напрямків розвитку систем доставки дистанційних банківських послуг є *автоматичні касові машини* (англ. АТМ – automatic teller machine), або *банкомати*, кількість яких у світі зростає надзвичайно швидкими темпами. До речі, у російському сучасному економічному словнику термін «банкомат» ототожнюють з терміном «контومات» [79].

За досить короткий час банкомат пройшов еволюцію від автомату для зняття готівки до «автоматичного банкіра». Зарубіжні великі роздрібні банки мають широкую мережу банкоматів для зручності клієнтам. Так, лише одна американська фінансова корпорація Wells Fargo має парк у більше, ніж 6200 банкоматів та 5400 Інтернет-кіосків з голосовими інструкціями англійською та іспанською для сліпих, а також дисплеї з меню на чотирьох мовах [62].

Прототип першого банкомату був винайдений Лютером Джорджем Сімджаном ще в 1939 році. Устрій видавав готівку, але при цьому не міг списати її з рахунку, так як апарат не був

пов'язаний з банком. Сімджан запропонував випробувати винахід City Bank of New York, але через півроку банкіри повернули машину, повідомивши, що не бачать у ній необхідності. Тому, винахід Сімджана було майже на 30 років забутий і дороблений тільки наприкінці 1960-х років.

27 червня 1967 року англійська компанія De La Rue, яка й донині спеціалізується на виготовленні паперу для друкування грошей, установила перший у світі банкомат у банку Barclays Bank у північній частині Лондона (він міг видавати тільки десятифунтові купюри). Винахід устрою приписується керуючому директорів De La Rue Джонові Шепарду-Беррону. По легенді, його страшно дратував той факт, що він не міг одержати з банку гроші вночі або вихідного дня. Виходячи з цієї передумови, він прийшов до створення машини, здатної видавати наявні гроші цілодобово та в будь-який день тижня. Машина одержала назву De La Rue Automatic Cash System (автоматична касова система De La Rue), або DACS. Щоб працювати з нею, клієнт повинен був заздалегідь купити спеціальну картку з нанесеним на неї кодом. Вставивши картку в приймач, він уводив чотиризначний PIN-код і одержував суму, позначену на картці. Майже через 40 років, у 2005 році, за свій винахід Джон Шепард-Беррон був визнаний гідним ордена Британської імперії.

У 1968 році перший банкомат з'явився в Німеччині. Ще через рік американський інженер Дон Ветцель, у той час віцепрезидент компанії Docutel, винайшов вуличний банкомат. У вересні 1969 року був укладений перший контракт на продаж і установку цього банкомату на Лонг-Айленді, у філії банку Chanical Bank. Устрій, винайдений Доном Ветцелем, вважається прообразом сучасного банкомату, тому що він приймав карти вже з магнітною смугою, що тоді наклеювалася на пластик вручну.

Однак широке поширення банкомати одержали тільки наприкінці 1980-х років, до цього вони особливим попитом не

користувалися. І справа тут не тільки в консерватизмі банкірів, які вважали, що особисте спілкування із працівником банку ефективніше, тому що одночасно зі зняттям грошей з рахунку клієнт міг скористатися додатковими послугами. Проблема в першу чергу існувала в самих банкоматах. На відміну від сучасних машин, перші банкомати працювали в режимі off-line, тобто не мали постійного зв'язку з банком, а виходить, по суті, мало відрізнялися від винаходу Лютера Джорджа Сімджана. Лише в середині 80-х років з'явився банкомат, що працював в режимі on-line, і банки змогли співвідносити запити клієнта з його балансом по карті. А до цього гроші клієнтам видавалися без перевірки наявності коштів на рахунку. У цьому зв'язку виробники не знайшли іншого способу захисту, як обмежити кількість грошей, видаваних за один обіг. При кожному обігу банкомат видавав однакову суму, запечатану в окремий конверт. Не було в перших банкоматів і екрану, тому перевірити стан свого рахунку клієнти також не могли.

Логічно, що одного разу виробники банкоматів задумалися над питанням, чому банкомат тільки видає гроші. Зняти гроші з кредитної карти легко, а от щоб погасити кредит, доводиться йти у відділення банку. Саме тому наприкінці 1990-х років з'явився перший банкомат з функцією прийому грошей *cash-in*. Спочатку операція внесення грошей на рахунок через банкомат займала кілька днів. Клієнт повинен був покласти гроші в конверт, набрати на екрані банкомату розмір внесеної суми й покласти конверт у приймач. Гроші зараховувалися на рахунок після того, як інкасатори вручну перевіряли вміст конверту. До речі, в Росії перший «конвертований» банкомат з функцією прийому грошей був запропонований банком Сітібанк у 2002 році.

З удосконаленням технології визначення дійсності купюр все більшу популярність завойовують банкомати, що приймають гроші в режимі on-line. Сучасні банкомати *cash-in* приймають гроші поштучно або відразу пачкою. При цьому

останні моделі банкоматів здатні одночасно прийняти до п'яти валют у купюрах різного номіналу.

На базі функції *cash-in* виробники банкоматів змогли придумати ряд додаткових опцій. Зокрема, в результаті популярності за кордоном чекових книжок банкомати стали приймати до оплати й чеки. Чек опускається в банкомат, і буквально через кілька секунд на екрані відображається його відскановане зображення. Клієнт заповнює чек через клавіатуру банкомату, і необхідна сума відправляється по призначенню на рахунок пластикової карти, магазину і т.д.

Уже сьогодні через банкомати можна виконати ряд операцій, здавалося б споконвічно невластивих апарату по видачі грошей: погасити кредит, обміняти валюту, покласти готівку на депозит, переказати гроші з рахунку на рахунок, поповнити свій мобільний рахунок, заплатити за послуги кабельного телебачення, комунальні послуги і т.ін. Зокрема, за кордоном уже популярні банкомати, через які можливо зробити покупку в мережі Інтернет.

Також необхідно відмітити ще одну функцію банкоматів – *cash-recycling*, яку вже більше 10 років використовують зарубіжні банки, а донедавна почали використовувати й банки України. Функція *cash-recycling* (рециркуляція готівки) дозволяє видавати клієнтові гроші за рахунок внесених іншим клієнтом коштів, тобто повторно здійснювати видачу прийнятої готівки.

Крім того, еволюція банкоматів прямо залежить від розвитку нових карткових технологій. Зокрема, сьогодні платіжні системи Visa і MasterCard активно просувають по всьому світі карти з функцією безконтактних платежів. Для оплати послуг такою картою досить лише торкнутися терміналу, а не чекати, поки касир прокатає карту в устрої, що зчитує. Не виключено, що незабаром можуть з'явитися банкомати, що видають готівку й по безконтактних картах. Безконтактна

технологія дуже зручна в тому плані, що може бути впроваджена не тільки в пластикову карту, а й, наприклад, в годинник, мобільний телефон тощо [42]. Хоча поки провідні виробники до теми безконтактних платежів відносяться стримано. Зокрема, один з відомих виробників банкоматів заявив, що безконтактні платежі досить уразливі для шахраїв, тому компанія в майбутньому навряд чи буде випускати банкомати з такою функцією.

У той же час у компанії Wincog Nixdorf запевняють, що їхні банкомати можуть бути оснащені устроями для роботи з безконтактними картами. І досвід виробництва таких машин у компанії вже є, вони були продані в країні Латинської Америки й Азії.

Інший напрямок еволюції банкоматів – біометричні технології. У Малайзії та Японії банки активно використовують карти, на чіп яких записані біометричні дані людини: відбиток пальця або райдужна оболонка ока. Банкомати, що підтримують біометричну функцію визначення клієнта, установлені навіть у торгових центрах.

Біометричні розробки є й в американських виробників банкоматів. Зокрема, компанія Diebold тестувала банкомати з функцією iris scan (сканування райдужної оболонки) у США та з ідентифікацією по відбитках пальців – у ПАР. Однак поки компанія пропонує використовувати біометричні технології як додаткову можливість ідентифікації клієнта поряд з PIN-кодом.

Щодо розміщення банкоматів, то хотілося б зазначити, що вони можуть розміщуватися безпосередньо в банківських установах (through-the-wall – через стіну, lobby – у вестибюлі, hall – в операційній залі), а також за їх межами (off-site) [87].

Наступною і, мабуть, технологічно найскладнішою системою віддаленого банкінгу є *відеобанкінг* (video banking).

По суті це своєрідна система інтерактивного спілкування клієнта з персоналом банку в режимі відеоконференції. Для відеобанкінгу, як правило, використовуються спеціальні пристрої, устатковані телемоніторами, що іноді називаються «відеокіосками». Ці апарати з сенсорним екраном дають змогу клієнту отримати доступ до потрібної йому інформації в банку, одержувати дистанційні консультації, спілкуючись «вживу» зі службовцем у банку, а також безпосередньо з його допомогою провести практично будь-які операції за власними рахунками. Ці пристрої встановлюються, зрозуміло, не вдома, а в багатолюдних місцях (вокзалах, поштамтах, супермаркетах тощо) і часто сполучаються з банкоматами (АТМ – automatic teller machine) [56].

Також сучасні зарубіжні банки починають використовувати технологію VR (Virtual Reality) – віртуальної реальності і, насамперед, такий її різновид, як панорамну відеотехнологію, тобто створення на екрані звичайного персонального комп'ютера картини фотографічного трьохвимірною реалістичного, високоякісного зображення.

Панорамні відеотехнології будують віртуальні середовища, у яких можна «обернутися» на 360 градусів і побачити будь-яку частину кругової панорами приміщення банку. Масштабування приміщення дозволяє краще роздивитися окремі деталі. Крім того, об'єкти панорами можна роздивлятися з різних кутів зору, ніби переміщуючи спостерігача-клієнта у просторі. Користувач такої системи може інтерактивно перемішуватися у просторі, активно взаємодіючи з віртуальним середовищем. Уже сьогодні провідні розробники програмного забезпечення пропонують такі сучасні технології, як Quick Time VR (компанія Apple) та Surround Video (компанія MicroSoft).

Іноді у віртуальних банках використовують двобічні інтерактивні відеосистеми для цілодобового обслуговування приватних вкладників (американські Huntington National Bank та

Chase Manhattan Bank). Вони дозволяють клієнтам спілкуватися з представниками банку, бачити їх на екрані, чути їх голос у режимі реального часу. При цьому і співробітник банку бачить клієнта у цьому режимі. При використанні двобічної інтерактивної відеосистеми можна проводити практично будь-які банківські операції (наприклад, відкриття рахунків, перерахування вкладів та ін.). Одним із відомих постачальників таких систем вважається AT&T Global Information Solutions.

Що стосується систем розпізнавання голосу (voice biometrics), то існують сучасні системи, які дозволяють обробляти не тільки окремі слова, а і цілі фрази, що суттєво спрощує побудову спеціальних розмовників для банківських систем інформаційних послуг. Наприклад, продукт AT&T Conversant Voice Information System (v. 4.0.) може використовувати словник на 2 тис. слів і фраз для створення базових сегментів англійської мови. Подібна система VocalPoint (компанія Syntellect) може розпізнавати мовлення на 14 різних мовах, що дуже зручно для транснаціональних банків. Так, наприклад, ощадний банк Швеції вже з 1994 р. використовує її для моніторингу і керування банкоматами.

Дистанційне обслуговування клієнтів банків може здійснюватися також за допомогою телефону та спеціальних програм, за наявності яких комп'ютер здатний самостійно «відповідати» на питання клієнта. Такий вид банківського обслуговування клієнтів називається телефонним банкінгом.

Телефонний банкінг, або телебанкінг (telephone banking) є найбільш популярним різновидом віддаленого банкінгу в західних країнах. Він з'явився на початку 80-х років і досить швидко набув широкого поширення, по-перше, завдяки високому попиту банківських послуг зі сторони як корпоративних, так і приватних клієнтів і, по-друге, внаслідок поширеності телефонних терміналів та їх доступності масовому клієнту.

Телебанкінг являє собою вид дистанційного банківського обслуговування за допомогою телефону, який працює в тоновому режимі. При цьому для доступу в мережу не потрібен ані мобільний телефон, ані комп'ютер.

Згідно з дослідженнями, вже у 1997 р. у США по телефону було здійснено майже 24 % банківських трансакцій, у той час, як за допомогою інших способів віддаленого банкінгу – лише 2%. Тому не дивно, що найпопулярнішим різновидом віддаленого банкінгу і сьогодні залишається саме обслуговування по телефону.

Оскільки розповсюдженість телефонного зв'язку серед населення значно перевищує його оснащеність комп'ютерами, телебанкінг має досить широкі перспективи розвитку. Однак існує проблема в тому, що телефон є, в першу чергу, засобом усного спілкування і для здійснення складних банківських операцій він не дуже добре пристосований. Тому для покращення обслуговування клієнтів банки України використовують також факсимільний зв'язок.

Система управління банківським рахунком телебанкінг дає можливість клієнтам банку одержувати різну довідкову інформацію як у мовному, так і факсимільному вигляді, а також проводити деякі операції по своїх рахунках, а саме:

- прослуховувати інформацію про курси основних валют, ставки розміщення коштів на депозит та інші послуги банку;
- прослуховувати та одержувати на факс оперативну інформацію про поточний стан рахунку карти;
- одержати виписку за рахунком платіжної карти на факс;
- самостійно поставити платіжну карту в стоп-лист у разі її втрати або крадіжки;
- здійснювати платежі з карткового рахунку за комунальні послуги, послуги зв'язку та інші платежі [10].

Отже перебуваючи, наприклад, у відпустці чи в командировці, клієнт має змогу за допомогою лише телефону

досить швидко дізнатися про стан свого рахунку, переказати гроші з рахунку, здійснити платежі і т.ін.

Сьогодні телефонний банкінг – це банківський сервіс, що використовує телефонні інформаційно-платіжні системи, які гнучко настроюються (персоніфікуються) та мають широкі функціональні можливості – від автоматизованої довідкової служби до управління рахунками клієнтів. У сучасних системах телефонного банкінгу, як правило, функціонує «розмовний» комп'ютер, який сприймає кожну сказану команду і може відповісти клієнту добре зрозумілою мовою. Він приймає дзвінки клієнтів та обробляє їх самостійно або, за бажанням клієнта, з'єднує його з диспетчером-операціоністом. При цьому комп'ютер може керуватися голосом (усне управління), введенням спеціальних команд на клавіатурі телефону (з імпульсним тоновим набором) або введенням цифрової команди через спеціальний невеликий прилад, який використовується для дистанційного опиту автовідповідача [56].

Початківцем у наданні такої послуги в Україні став Укрінбанк (АТ «Український інноваційний банк»), який у 2000 році запровадив систему платежів по телефону «Телебанк-24». Тоді ж керівник проекту Геннадій Нестеренко стверджував: «Система платежів по телефону «Телебанк-24» – це новітній банківський продукт, який не має аналогів в Україні...» [61].

Ознайомимося докладніше з тим, як працює дана система. Уклавши угоду на обслуговування, клієнт отримує особистий номер у системі та ПІН-код. Зателефонувавши до «Телебанку», він переключає телефон у режим тонового набору, вводить свій номер та декілька цифр із ПІН-коду. Від шахрайства з боку будь-яких третіх осіб клієнта убезпечує багаторівневий захист, а саме:

1-ий рівень – лише клієнт та працівники банку знають номер договору в системі «Телебанк-24»;

2-ий рівень – лише клієнт знає свій особистий ПІН-код;

3-ій рівень – клієнт сплачує лише обумовлені у договорі платежі (навіть знаючи пароль клієнта або його особистий

номер у системі, ніхто не зможе переказати кошти на свій рахунок);

4-ий рівень – сума платежу не перевищує встановленого клієнтом ліміту;

5-ий рівень – завдяки роботі в автоматичному режимі конфіденційну інформацію клієнта не може отримати жоден співробітник банку чи інша особа;

6-ий рівень – під час роботи з оператором клієнт повідомляє тільки частину пароля, а отже, його реквізитами не скористається жоден співробітник банку чи інша особа.

Для прикладу в таблиці 2.1 наведено спосіб оплати за супутникове телебачення за допомогою системи «Телебанк-24» [61]. До речі, така операція та подібні до неї тривають 2-3 хвилини, що є позитивним моментом з точки зору економії часу.

Таблиця 2.1

Приклад розрахунку клієнта за супутникове телебачення за допомогою системи платежів по телефону «Телебанк-24»

Дії клієнта	Повідомлення системи
Набирає телефонний номер 247-20-20	«Для отримання довідки натисніть 0, для здійснення платежу – 1»
Вводить 1	«Введіть Ваш номер у системі «Телебанк»
Вводить свій особистий номер у системі, наприклад 34753	«Введіть ... цифру Вашого ПІН-коду»
Вводить ті цифри зі свого ПІН-коду, які запитує система	«Залишок коштів на Вашому поточному рахунку на 20 квітня 2010 року становить 350 гривень 45 копійок»
Вводить код для здійснення платежу за супутникове телебачення, наприклад 42	«Ви замовили сплату за супутникове телебачення, введіть місяць та рік, за які проводиться сплата»
Вводить 03 2010, тобто сплачує за березень 2010 року	«Введіть суму платежу в копійках, а після останньої цифри натисніть «решітку»
Якщо, наприклад, необхідно	«Ви замовили сплату за супутникове

сплатити 33 грн 00 коп, вводить 3300#	телебачення за березень 2010 року в розмірі 33 гривні 00 копійок. Для підтвердження натисніть 1, для відміни – 3»
Якщо все зроблено правильно, натискає 1	«Ви провели платіж за... Платіжне доручення №12»

Зі слів Геннадія Нестеренка, впровадивши нову систему, Укрінбанк отримав змогу на якісно новому рівні обслуговувати клієнтів, чого не вдалося б досягти навіть маючи мережу філій. А головною перевагою для банку є залучення через систему «Телебанк-24» нових клієнтів, збільшення обсягів продажу банківських продуктів і послуг [61].

З погляду мобільності до цього часу найбільш довершеною системою є мобільний банкінг.

Мобільний банкінг (mobile banking), або *GSM-банкінг* являє собою систему управління банківським рахунком за допомогою SMS-повідомлень (англ. Small Message Service) на мобільний телефон з використанням технології безпроводного доступу. Системи мобільного банкінгу з'явилися ще у середині 90-х років разом з розробкою першого WAP-порталу, та практичну реалізацію отримали, перш за все, в технологічно розвинутих країнах – Кореї та Японії.

Типовими послугами мобільного банкінгу для клієнта є можливість контролювати стан свого банківського рахунку, здійснювати грошові перекази зі свого рахунку в будь-який момент часу та з будь-якої точки світу, отримувати на мобільний телефон оперативну інформацію про платежі та надходження на рахунок, появу простроченої заборгованості, баланс рахунку та останні здійснені платежі, закінчення терміну дії карти, а також дозволяє блокувати карту.

Так само можна одержувати інформацію про нові послуги банку. Деталі операцій ті інформація про стан рахунку приходять клієнту у вигляді SMS-повідомлення. Замовити

подібну послугу може клієнт практично кожного українського банку. Для цього потрібно написати заяву й вказати дані про свій рахунок і номер мобільного телефону. Клієнти деяких банків підключені до послуги з умовчанням. Для одержання необхідної інформації, клієнт, як правило, повинен відправити SMS-повідомлення з кодом інформації, яка його цікавить, на сервісний номер банку. Вартість такої послуги становить 10-15 грн.

Переваги використання мобільного банкінгу для споживачів фінансових послуг очевидні. По-перше, сервіси в рамках такої системи економлять клієнтам банків як зусилля, так і час для вирішення своїх фінансових питань. Можливість здійснювати платежі та отримувати необхідну інформацію 24 години на добу та 7 днів на тиждень є головним достоїнством банківської «мобільності». По-друге, всі операції в системі мобільного банкінгу здійснюються в режимі on-line, тому отримувана інформація має більш актуалізований характер. Доступ до своєчасних даних у реальному часі часто виявляється корисним та необхідним. Наприклад, у випадку великої спонтанної покупки, коли необхідно уточнити залишок коштів на рахунку, або для блокування загубленої карти. По-третє, у більшості випадків системи мобільного банкінгу достатньо прості у використанні. Практично всі операції здійснюються «одним кліком» та без особливих зусиль з боку клієнта. І, нарешті, по-четверте, в рамках мобільного банкінгу банківські установи часто пропонують своїм клієнтам достатньо широкий асортимент продуктів і послуг, а також додаткові сервіси [44].

Використання мобільного телефону при роботі з банківським рахунком є досить популярним у світі. За допомогою SIM-карти, яка встановлюється в мобільний телефон, його можна перетворити практично в комп'ютерний термінал. На SIM-карту завантажується банківська програма, якою можна управляти за допомогою меню, що відображається на екрані телефону. SIM-карта дає змогу також здійснювати

персоніфікацію користувача та захист цієї програми шляхом набору PIN-коду, а при неправильному наборі кілька разів поспіль програму буде заблоковано. Крім того, мобільні телефони стандарту GSM дають змогу захищати канал зв'язку завдяки криптографічним засобам [53].

Одним із головних завдань при використанні системи мобільного банкінгу є гарантування безпеки інформації. За даними досліджень каліфорнійської аналітичної компанії Javelin Strategy & Research, клієнти банків занепокоєні проблемою безпеки відомостей. Серед усіх вікових груп 33% опитаних вважають мобільний банкінг занадто ризикованим, а 34% взагалі не хочуть мати справу з даною технологією, хоча у віковій групі від 18 до 24 років ситуація зовсім інша: молодь більш відкрита для нововведень та менше обтяжує себе проблемами безпеки [48].

На Заході з метою гарантування безпеки мобільних трансакцій все частіше використовують таку систему ідентифікації, як біометрія, коли особа додатково ідентифікується автоматичним пристроєм (голос, відбитки пальців, руки, сканування очей та обличчя).

Отже, впровадження дистанційних банківських послуг беззаперечно є запорукою підвищення конкурентоспроможності комерційного банку, так як завдяки ним покращується ефективність роботи банку; знижуються витрати на залучення нових клієнтів; кількість обслуговуваних клієнтів обмежується не кількістю філіалів і відділень банку, а чинниками, якими легше управляти: потужністю комп'ютерної системи і кількістю підключених до неї телефонних ліній; з'являється можливість надання спектру нових послуг для клієнтів банку; підвищується якість роботи з клієнтами банку; створюється позитивний імідж банку – глибоке задоволення потреб клієнтів і лідерство в технологічних нововведеннях забезпечують йому образ сильної, стабільної і передової структури, яка прагне зробити все для

свого клієнта. Таким чином банк одержує усі переваги в конкурентній боротьбі за рахунок надання нових послуг і зручнішого обслуговування клієнтів.

3.3. Інтернет-банкінг як сучасна та перспективна банківська послуга

За останні роки все більш широкого розповсюдження одержує така прогресивна форма дистанційного банківського обслуговування клієнтів, як *інтернет-банкінг*, або *on-line banking*. У західній спеціальній банківській літературі та на практиці широко застосовуються такі його синоніми, як «home banking», «netbanking», «web banking», «distant banking», «direct banking» [62].

Поняття “інтернет-банкінг” (Internet banking) увійшло в сучасний бізнес на початку 80-х років, коли перші західні банки почали надавати своїм клієнтам деякі послуги без відвідування банку фізично (для отримання послуги клієнту достатньо було завітати на сайт банку в мережі Інтернет і, використовуючи надані банком паролі, виконати необхідну кількість операцій), і з того часу набуло великої популярності у світовій практиці банківської діяльності.

Інтернет-банкінг являє собою технологію віддаленого банківського обслуговування, що дозволяє клієнту, не відвідуючи банківський офіс, здійснювати різного роду операції та одержувати такі банківські послуги:

- надання банківської інформації загального користування, зокрема, щодо умов вкладів і видання позик, курсів валют тощо;
- купівля та продаж валюти;

- відкриття депозитів;
- надання авторизованої інформації про стан рахунків клієнта (залишки, обороти, виконання виписок за певний період);
- оплата товарів, страхових полісів, комунальних послуг;
- поповнення карткових рахунків тощо.

Отже, інтернет-банкінг – це форма дистанційних послуг, які надають банки своїм клієнтам і які полягають у можливості здійснювати через мережу Інтернет усі стандартні банківські операції, що можуть бути виконані клієнтом в офісі банку, за винятком операцій з готівкою.

На сучасному етапі вчені виділяють такі моделі інтернет-банкінгу:

- інтернет-підрозділ традиційного банку;
- інтернет-банк, заснований як самостійна юридична особа (як правило, як звичайний банк) із власною торговою маркою;
- віртуальний банк (заснований небанківською установою);
- агрегатор електронного фінансового супермаркету – банк, який здійснює веб-продажі як своїх, так і запропонованих іншими фінансовими інститутами послуг [9].

Найбільш поширеними у світі вважаються перші дві моделі. Але, окрім звичайних традиційних банків, які надають послуги інтернет-банкінгу, на Заході працюють і віртуальні банки та он-лайніві позичкові компанії – організації, які не мають «фізичного» відділення для роботи з клієнтами, і всі банківські операції здійснюють через мережу Інтернет.

Першим віртуальним банком (їх ще називають «чистими» інтернет-банками), який почав обслуговувати своїх клієнтів виключно в мережі Інтернет, став Security First Network Bank,

який з'явився у 1995 році у США. За перші півтора року існування банку середньомісячний приріст капіталу склав 20%, активи зросли до 40 млн доларів США, а кількість клієнтських рахунків перевищила 10 тис. В Європі першим віртуальним банком був Advance Bank – дочірня структура Дрезденської банківської групи (Німеччина), який розпочав свою діяльність у 1996 році.

Не дивлячись на те, що інтернет-банкінг виник відносно недавно, у країнах Західної Європи він став традиційною масовою послугою – кожен п'ятий європеець користується послугами інтернет-банкінгу [94]. Банківський інтернет-сервіс на Заході є одним із найбільш динамічних сегментів ринку електронних банківських послуг – близько 80 із 100 найбільших банків надають послуги інтернет-банкінгу.

За даними аналітичної компанії Fitch IBCA, ще десять років тому частка клієнтів найбільших європейських банків, які користуються послугою інтернет-банкінгу, вже перевищувала 10%: SE Banken (Швеція) – 380 тис клієнтів (25% від загальної кількості клієнтів), MeritaNorbanken (Фінляндія/Швеція) – 1030 тис клієнтів (15%), Deutsche Bank (Німеччина) – 650 тис клієнтів (8%), Barclays Bank (Великобританія) – 540 тис клієнтів (4%), BSCH (Іспанія) – 500 тис клієнтів (2%) [58].

У США послуги інтернет-банкінгу надають більше 90% провідних банків, серед яких: Citicorp, Chase, Bank of America, Wachovia/First Union, Wells Fargo Bank, Bank One, Sun Trust Bank та інші, які поступово стають своєрідними «супермаркетами» фінансових інтернет-послуг.

На нашу думку, такий різновид віддаленого банкінгу, як інтернет-банкінг, є найбільш прогресивним, зручним і перспективним. Клієнту немає необхідності придбавати чи встановлювати спеціальне програмне забезпечення. Достатньо лише отримати в банку ім'я та пароль для входу в систему та

дискету з ключем для електронного підпису своїх розпоряджень банку. Саме тут і з'являються великі можливості: банку зручно надавати послуги, клієнту – отримувати їх.

Першою причиною, що стимулює банки займатися інтернет-банкінгом, є виникнення попиту на дані послуги. Безумовно, віддалене обслуговування клієнтів через Інтернет вигідне банкам, насамперед, тому що до мінімуму знижуються витрати банку, пов'язані зі здійсненням операцій. Витрати на створення (купівлю) і запуск банківської інтернет-системи можна співставити з витратами на відкриття одного звичайного відділення чи філії банку. Якщо до цього додати мізерні витрати на здійснення операцій, то швидкість окупності інтернет-відділення банку і його загальна ефективність будуть у кілька разів вище, ніж у звичайного відділення. Але все це можливо при дотриманні, як мінімум, однієї умови, що одночасно є другою основною причиною інтересу банків до інтернет-банкінгу, – це можливість залучити велику кількість клієнтів, що не прив'язані до географічного розташування банку.

Наступною об'єктивною причиною, що змушує банки займатися розвитком інтернет-послуг, є конкуренція. Уже сьогодні наявність системи інтернет-банкінгу в західному банку, що обслуговує фізичних осіб, є істотною конкурентною перевагою технологічно розвинутих банків над конкурентами.

Інтернет-банкінг приваблює і фахівців програмного забезпечення, які, вбачаючи в банках потенційних клієнтів, відкрили для себе новий, дуже перспективний ринок. Удосконалюючи системи віддаленого банківського обслуговування та намагаючись задовольнити все більше споживачів, програмісти вже захопили і намагаються зберегти й надалі прибуткову нішу на ринку банківських електронних послуг.

Інтернет-банкінг також приносить прибуток і фірмам, що продають свої товари і послуги кінцевим споживачам – фізичним особам. Користувачу Інтернету набагато простіше робити покупки чи користуватися послугами, застосовуючи при цьому якомога менше зусиль. Відповідно, будь-яка фірма, яка рекламує через Інтернет свою продукцію чи послуги і надає можливість придбати їх, має змогу залучити більше потенційних покупців.

Про успіхи інтернет-банкінгу свідчить такий факт. Російські космонавти В. Дежуров і М. Тюрін, які, перебуваючи на борту міжнародної космічної станції 10 січня 2001 року, здійснили перші в історії платежі з космосу за допомогою мережі Інтернет. Гроші були перераховані в інтернет-магазини, де космонавти придбали квіти й різдвяні подарунки своїм рідним і близьким. Процедура платежу зайняла всього кілька секунд. Платежі з космосу стали реальністю завдяки системі CyberPlatl, що в тому числі надає послуги процессинга платіжних карток в Інтернеті. Для оплати покупок космонавти скористалися віртуальними платіжними картками VISA Virtuon банку «Платина». На відміну від звичайних платіжних карток віртуальні картки випускаються без реального пластику й тому не можуть бути украдені або використані у «фізичному» світі, що робить їх зручним і безпечним інструментом для розрахунків у мережі Інтернет [29].

Необхідно зазначити, що окрім вказаних вище переваг інтернет-банкінгу притаманні й певні недоліки. По-перше, розробка такої багатофункціональної системи коштує недешево, що робить її неефективною для невеликих банків з неможливою клієнтурою; по-друге, ця система придатна для доступу лише з офісів, якщо тільки користувач не має при собі ноутбуку чи мобільного телефону.

Однак, ми схилиємося до думки, що інтернет-банкінг є надзвичайно зручною послугою для клієнтів, що активно

займаються бізнесом. Так, клієнт може замовити будь-яку послугу: відкрити рахунок, замовити виписку, підготувати попередні документи для оформлення кредиту, а також отримати довідкову інформацію про послуги банку. Крім того, клієнт має змогу листуватися зі спеціалістами банку, якщо цього вимагає ситуація, і в банку відпрацьована схема реагування на такі запити. Банки можуть організовувати форуми чи діалогові конференції за участю клієнтів банку і пересічних громадян, яких цікавлять проблеми функціонування банківської системи. Таким чином, використовуючи можливості мережі Інтернет, можна згенерувати багато різних операцій і послуг.

Сьогодні, коли операції з обслуговування рахунків клієнтів, платіжних карток, перерахування платежів та грошових переказів давно відпрацьовані банками і стали традиційними, застосування інтернет-технологій дає змогу удосконалити й підвищити рівень звичних послуг. По суті, можливість інтернет-банкінгу є якісно новим етапом розвитку системи «клієнт-банк», завдяки якій через мережу Інтернет клієнт дістає можливість віддаленого доступу до послуг банку. Принциповою перевагою інтернет-банкінгу є відсутність прив'язки клієнта до конкретного робочого місця чи програмного забезпечення. Для власників кількох рахунків у різних банках при використанні інтернет-банкінгу немає необхідності користуватися спеціальним програмним забезпеченням на робочому місці. Практично з будь-якої частини світу, маючи комп'ютер та підключення до мережі Інтернет, клієнт отримує захищений доступ до інформації про стан своїх рахунків у різних банках.

На нашу думку, факторами, що стримують розвиток інтернет-банкінгу в Україні, є, по-перше, невелика, порівняно з західними країнами, кількість користувачів Інтернету. Причому більшість з них використовує Інтернет як інформаційну мережу або зручний канал для ділового листування. По-друге, це відсутність належної законодавчо-нормативної бази, що

дозволяла б здійснювати всі банківські операції віддалено; потребе, недовіра клієнтів до банківських установ загалом і до інтернет-банків зокрема.

Більш серйозною причиною, безумовно, є той факт, що в Україні поки що не склалася масова культура споживання навіть традиційних і найбільш розповсюджених банківських послуг. До того ж, переважна частина розрахунків проводиться готівкою. Більшість просто остерігається працювати із звичайними банками, не говорячи вже про інтернет-банки.

В Україні ринок банківських інтернет-послуг знаходиться на етапі становлення, оскільки лише приблизно 560 тис осіб користуються послугами банку через мережу Інтернет, з яких близько 300 тис – це фізичні особи [94].

До вітчизняних банків, які більш-менш активно просуваються на шляху освоєння інтернет-банкінгу можна віднести Приватбанк, Райффайзен Банк Аваль, Укрсоцбанк, Правекс-банк, ПУМБ, ВАВ Банк, Укрексімбанк, Родовід Банк, СЕБ Банк, ОТП Банк, Universal Bank, Імексбанк, банк «Фінанси і кредит».

Банки пропонують своїм клієнтам переважно такі послуги, як обмін валют, продаж страховок та паїв інвестиційних фондів, відкриття депозитних рахунків, замовлення, блокування/розблокування платіжних карток, встановлення та зміна лімітів на операції з готівкою, грошові перекази у національній валюті, у тому числі оплата комунальних та інших видів послуг, перегляд залишків на рахунках, отримання виписок та повідомлення про рух коштів на рахунку, консультування [94].

Отже, ринок банківських інтернет-послуг в Україні перебуває в стадії активного формування і, за оцінками експертів, потреба в цих послугах швидко зростатиме.

Аналітики вважають, що головна мета освоєння Інтернету як ще одного каналу надання дистанційних послуг банками – створення універсального середовища управління своїми грошовими коштами, яким клієнти зможуть користуватися будь-коли та в будь-якому місці. При цьому важливо зазначити, що клієнти не втрачатимуть зв'язок із «своїм» банком і завжди матимуть можливість отримати весь пакет послуг. Іншими словами, нова стратегія боротьби за клієнтів полягає в тому, що банківська інфраструктура цього тисячоліття поєднуватиме в собі прагнення надати максимальний обсяг персонально орієнтованих на конкретного клієнта послуг та зберегти у клієнтів відчуття постійної готовності банку надати підтримку бізнесу своїх клієнтів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про господарські товариства; Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-ХІІ.
2. Про споживчу кооперацію; Закон України від 10.04.1992 р. № 2266-ХІІ.
3. Про Національний банк України; Закон України від 20.05.1999 р. №679-14.
4. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. №2121-111.
5. Про кредитні спілки. Закон України від 20.12.2001 р. № 2908-ІІІ.
6. Про кооперацію; Закон України від 11.11.2004 р. № 16-рп/2004.
7. Інструкція про порядок регулювання діяльності банків України: Затв. постановою Правління НБУ від 28.08.2001 р. № 368.
8. Постанова НБУ від 17.05.2007 № 184 «Про регулювання грошово-кредитного ринку» // <http://www.bank.gov.ua>
9. Адамик Б.П., Литвин І.С., Ткачук В.О. Інформаційні технології у банківській сфері: Навч. посіб. – К.: Знання, 2008. – 351 с.
10. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І.М. Парасій-Вергуненко та ін.; За ред.. А.М. Герасимовича. – К.: КНЕУ, 2003. – 599с.
11. Банківський менеджмент: Підручник /За ред.. О.А. Кириченка, В.І.Міщенко. – К.: Знання, 2005. – 831 с.
12. Банкротство: стратегия и тактика выживания. Ч. 1. Как избежать банкротства / Под ред. Г.П. Иванова, В.А. Кашина. – М.: Б.И., 1993. – 293 с.
13. Брітченко І.Г., Момот О.М. Подальше удосконалення банківського механізму на сучасному етапі // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Господарський механізм: сутність, структура, подальше удосконалення на сучасному етапі», 17–19 квітня 2008 р. – Полтава: ПУСКУ, 2008. С. 79–81.

14. Бритченко И.Г. Региональные аспекты банковского рынковедения. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 291 с.
15. Бритченко И. Г. Системность банковского дела и реальный капитал. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, 1998. – 134 с.
16. Брітченко І.Г., Товстик В.А. Реальний капітал в сучасних умовах // Схід. – № 3 (27). – 1999. – С. 17–24.
17. Бубнов Л.И. Кредитные кооперативы способны устоять перед финансовыми цунами. / Игорь Леонидович Бубнов [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.orema.ru/766>.
18. Васюренко О.В. Банківські операції: Навч. посіб. – 5-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2006. – 311 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
19. В каких странах существуют кооперативные банки // Комерсант. – 2007. – № 16. – 5 февраля. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.kommersant.ua/doc.html?DocID=739923&IssueId=41234>.
20. Восемь европейских банков подписали соглашение о взаимном кредитовании. / [Электронный ресурс] /Режим доступа: www.rian.ru/crisis_news/20081016/153317672.html
21. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – К.: Лібра, 2002. – 712 с.
22. Геец В.М. Корпоративный капитализм, утвердившийся сегодня в Украине, неконкурентоспособен. Киевский телеграф. – №18 // www.k-telegraph.kiev.ua/ekonomik.htm.
23. Герчикова И.Н. Маркетинг: Учебник. – 2-ое изд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. – с.
24. Гончаренко В.В. Аналітичний звіт щодо побудови системи кредитної кооперації різних країн. Додаток № 2. / Владислав Васильович Гончаренко. – К.: Проект «Розширення доступу до ринків фінансових послуг», 2005. – С.1-10.
25. Гончаренко В.В. Кредитна кооперація. Форми економічної самопомоги сільського і міського населення у світі та в

- Україні (теорія, методологія, практика) / Владислав Васильович Гончаренко. – К.: Глобус, 1998. – 330 с.
26. Гончаренко В.В. Основи теорії та зарубіжна практика розвитку кредитної кооперації. / Владислав Васильович Гончаренко. – К.: Проект ТАСІС “Надання підтримки малим і середнім підприємствам на селі”, 2005. – 50 с.
 27. Гриценко А.А. Институциональная архитектура: предмет, основные законы, методология. /Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. Выпуск 103-1. – Донецк: ДонНТУ, 2007. – С.31-37.
 28. Домрачев В.М., Єрмак В.В., Гребінець К.М., Домрачев Є.В. Інформаційні банківські системи: Навчальний посіб., – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. – 333 с.
 29. Електронні банківські послуги клієнтам: Банківські послуги через Інтернет [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://www.bank-ua.info>.
 30. Електронні банківські послуги клієнтам: Послуги дистанційного банківського обслуговування [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://www.bank-ua.info>.
 31. Енциклопедія банківської справи України / Редкол.: В.С. Стельмах (голова) та ін. – К.: Молодь, Ін Юре, 2001. – 680 с.: іл. + вкл. 88 с.
 32. Єршоміна Н.В. Банківські інформаційні системи: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 220 с.
 33. Кант І. Критика чистого розуму. – М.: Мысль, 1994. – 780 с.
 34. Капітал. – К.: АО «Издательство «Блиц-Информ», 1998. – 118 с.
 35. Капран В.І., Кривченко В.С., Коваленко О.К., Омельченко С.І. Банківські операції. Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
 36. Кибальников С.В. Синергетическая модель цепи кредитных кооперативов [Електронний ресурс] /Режим доступу: www.mkta.ru/resume/kibalnikov.htm
 37. Ковзанадзе И. Системне банковские кризисы в условиях финансовой глобализации // Вопросы экономики. – 2002. –

№ 8. – С. 89 – 96.

38. Козьменко С.М., Шпиг Ф.І., Волошко І.В. Стратегічний менеджмент банку: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. – 734 с.
39. Корнєєв В. Конкуренентоспроможність банків України в умовах лібералізації ринків фінансових послуг // Вісник НБУ. – 2007. – № 11. – С. 14 –17.
40. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. вступ. ст. Б.А. Соловьев. – М.: Изд-во АСТ, 2000. – С.4.
41. Кочетков В. Н. Анализ банковской деятельности: теоретико-прикладной аспект: Монография. – К.: МАУП, 1999. – 192 с.
42. Краевая А. Итоги и перспективы рынка платежных карт в Украине // Банковская практика за рубежом. – 2008. – № 5. – С. 70 – 73.
43. Лаврушина О.И. и др. Банковские операции. Часть II. Учетно-ссудные операции и агентские услуги банков. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 208 с.
44. Лакосник Е. Mobile novum // Банковская практика за рубежом. – 2008. – № 10. – С. 88 – 96.
45. Лопатинський Ю.М. Трансформація аграрного сектора: інституціональні засади. – Чернівці: Рута, 2006. – 344 с.
46. Лютий І.О. Солодка О.О. Банківський маркетинг: Підручник – К.: Центр учбової літератури, 2009 – 776 с.
47. Ляско А. Доверие и транзакционные издержки // Вопросы экономики. – 2003. – № 1. – С.114 - 123.
48. Мамонтов А. Мобильная небезопасность // Банковская практика за рубежом. – 2008. – № 11. – С. 80 – 84.
49. Маркетинг у банках: Навчальний посібник / під ред. проф. Брітченко І.Г. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008 – 345 с.
50. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: Фундаментальный анализ. – М.: Перспектива, 1996. – 160 с.
51. Меркулова Т.В. Институт налога. – Харьков, 2006. – 224 с.

52. Мілай А.О. Види банківських послуг, їх економічна природа та особливості // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 1. – С. 64 – 70.
53. Міндрова З.М. Проблеми та перспективи розвитку дистанційного банкінгу в Україні [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.
54. Міщенко В., Сомік А. Доларизація: причини та наслідки для економіки України // Вісник НБУ – № 5(135) / 2007 – Київ: НБУ, КНЕУ, 2007. – С. 28–64.
55. Міщенко В., Сомік А. Теоретичні засади трансмісійного механізму грошово-кредитної політики // Вісник НБУ – № 6 (136) / 2007 – К.: НБУ, КНЕУ, 2007. – С. 24–28.
56. Міщенко В.І., Шаповалов А.В., Юрчук Г.В. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг: Практ. посіб. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003. – 278 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
57. Минаев Д.В. Маркетинг в схемах і моделях – Ростов: «Фенікс», 2004 – 480 с.
58. Михайлюк Г.О. Розвиток Інтернет-банкінгу як нетрадиційної банківської операції [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://www.gusnauka.com>.
59. Момот О. М., Брітченко І. Г. Інтегровані банківські послуги та конкурентоспроможність банківської системи: Монографія / Укоопспілка; ПУСКУ / І. Г. Брітченко (наук. ред.). — Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 315с.
60. Монетарний огляд за III квартал 2007 року / Департамент монетарної політики НБУ / <http://www.bank.gov.ua>
61. Нестеренко Г. Система платежів по телефону «Телебанк-24» // Вісник НБУ. – № 3. – 2001. – С. 52–53.
62. Нікітін А.В., Бортніков Г.П., Федорченко А.В. Маркетинг у банку: Навч. посіб. / За ред. А.В. Нікітіна. – К.: КНЕУ, 2006. – 432 с.
63. Новіков В. Кредитне бюро: проблеми і рішення / Віктор Новіков [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=1414>.

64. Новоселова Э.А. Кооперативные банки Франции / Э.А. Новоселова. // Сибирская кооперация. – 2009. – № 7 (69). – С. 5.
65. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Наука, 1997. – С. 17.
66. Овсиевич Б.Л. Модели формирования организационных структур. – Л.: Наука, 1990. – 160 с.
67. Олійник А.В., Шацька В.М. Інформаційні системи і технології у фінансових установах: Навчальний посібник. – Львів: «Новий Світ-2000», 2006. – 436 с.
68. Основні показники діяльності банків України за станом на 01.01.2007 р. (у розрізі банків) // Вісник НБУ. – 2007. – № 3 – С.48 - 69.
69. Основні показники діяльності банків України за станом на 01.01.2008 р. (у розрізі банків) // Вісник НБУ. – 2008. – № 3 – С.46 - 67.
70. Основні показники діяльності банків України за станом на 01.01.2009 р. (у розрізі банків) // Вісник НБУ. – 2009. – № 3 – С.50 - 71.
71. Основні показники діяльності банків України за станом на 01.07.2009 р. (у розрізі банків) // Вісник НБУ. – 2009. – № 9 – С.48 - 71.
72. Основні показники діяльності банків України на 1 липня 2009 року // Вісник НБУ – 2009. – № 8 – С.11.
73. Панова Г.С. Анализ финансового состояния коммерческого банка. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 272 с.
74. Парасій-Вергуненко І.М. Аналіз банківської діяльності: Навч. – метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К. : КНЕУ, 2003. – 347с.
75. Петрук О.М. Банківська справа: Навчальний посібник /За ред. д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинця. – К.: Конкорд. – 2004. – 461 с.
76. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы. М.: Российская экономическая школа, 1998. – С. 15-28.

77. Полтерович В.М. Институциональные ловушки и экономические реформы // Экономика и математические методы. – 1999. – Т.35. – № 2. – С. 3 – 20.
78. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент у банку: Підручник. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2004. – 468с.
79. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2007. – 495 с. – (Библиотека словарей «ИНФРА – М»).
80. Рауз Питер С. Банковский менеджмент. Пер. с англ. со 2-го изд. – М.: Дело ЛТД, 1995. – 768 с.
81. Рафел М., Рафел Н. Как завоевать клиента. Серия: Бизнес без секретов. Изд. 1-е Тема: Маркетинг. – СПб: Издательский дом «Питер», 2000. – 352 с.
82. Рогач І.Ф., Сендзюк М.А., Антонюк В.А. Інформаційні системи у фінансово-кредитних установах: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 239 с.
83. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 344 с.
84. Скибенко С.Т., Халява С.П., Цветкова Л.О. Банківські операції. Навчальний посібник. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2002. – 240 с.
85. Сколотяний Ю. Гривня/долар – 10:1 // Дзеркало тижня. 2008. – 20 грудня 2008.
86. Смовженко Т.С., Кіреєв О.І., Другов О.О., Рисін В.В. та інші. Новий етап розвитку банківської системи України: зростання присутності іноземних інвесторів / Монографія. За наук. ред. Смовженко Т.С. – К.: Вид. Університету банківської справи НБУ, 2008 р. – 228 с.
87. Степаненко В. Дистанционные банковские услуги на украинском рынке // Сети и бизнес. – № 4 (23). – 2005. – С. 98–104.
88. Суховірський Б.І. Регіональна стратегія економічного розвитку України. – Київ, 2000. – 154 с.

89. Туган-Барановський М.І. Паперові гроші та метал. – К.: КНЕУ, 2004. – 200 с.
90. Центральний банк та грошово-кредитна політика. Підручник / Кол. авт.: А.М. Мороз, М.Ф. Пуховкіна, М.І. Савлук та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Мороза і канд. екон. наук, доц. М.Ф. Пуховкіної. – К.: КНЕУ, 2005 – 556 с.
91. Финляндия: Банковский сектор и рынок ценных бумаг. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.infofin.ru/?pid=126>
92. Частным вкладчикам в Германии банковский кризис не страшен. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,2745476,00.html>.
93. Черкасов В.Е. Финансовый анализ в коммерческом банке. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 196 с.
94. Чуб О.О. Розвиток Інтернет-банкінгу в глобальному середовищі // Вісник Української академії банківської справи: науково-практичний журнал. – 2009. – № 1 (26). [Електронний ресурс] /Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.
95. Чухно А.А. Перехід до ринкової економіки. – К.: Наук. думка, 1993. – 270 с.
96. Шепелева В.П. Отечественное кооперативное движение с точки зрения русского менталитета: возможные перспективы // Революциология. Проблема предпосылок революционного процесса 1917 года в России по материалам отечественной и зарубежной историографии. Межвузовский сборник научных трудов. – Иваново: Ивановский государственный университет. Выпуск 2. – 1997. – 125 с.
97. Щурина С.В. Институциональные возможности влияния государства на инвестиционные процессы. дис. канд. экон. наук.: 08.00.05. – М., 2004. – 178 с.
98. Andelskassen. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.andelskassen.dk/Om/Auf%20Deutsch.aspx>

99. Aro E. Credit Unions and their strong competitors in Spain: Saving Banks “Cajas de ahorros” / Elizabeth Aro. – Sofia, 2009. – 8 p.
100. Berger, Allen N., Gerald A. Hanweck, and David B. Humphrey. Competitiv Viability in Banking: Scale, Scope, and Product Mix Economies // Journal of Money Economies, 20, 1987. – № 4 (December).
101. Berger, Allen N., Gerald A. Hanweck, and David B. Humphrey. The Dominance of Inefficiencies over Scale and Product Mix Economies in Banking // Finance and Economies Discussion Series № 107, Board of Governors of the Federal Reserve System, 1990. – January.
102. Börsen-Zeitung. – 2008. – 11 September. – S. 5.
103. Caja Rural. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.es.wikipedia.org/wiki/Caja_Rural
104. Credit Agricole Group стабильно получает прибыль и демонстрирует устойчивую финансовую позицию / [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.indexbank.ua/rus/news_detail.php?news_id=63.
105. Credit Agricole. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.indexbank.ua/rus/t_finances.php.
- Credit Agricole. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.indexbank.ua/rus/casa.php>.
106. Credit Mutuel. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.ukrcu.kiev.ua/forum/archive9/index.cgi?action=view_topic&topic =77C.
107. Deposit Guarantee fund in banking institutions // Annual Report 2005. - Madrid: Fondo de Garantía de Depósitos en Establecimientos Bancarios, 2006. – P. 5. (15 p.) [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.fgd.es/files/pdf/Bancosin05.pdf>
108. Die Raiffeisen Gruppe. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.raiffeisen.ch/raiffeisen/>

internet/home.nsf/webpagesbytitleD/33595f0e29de093b412567b
a002c01eb?opendocument&Bank=

109. Die Sparkassenorganisation in Frankreich / [Электронный ресурс] /Режим доступу:
http://www.dsgv.de/download/s_international/VE_Frankreich_nov07.pdf.
110. Die Struktur des Volksbank-Verbundes. [Электронный ресурс] /Режим доступу:
http://www.aktivcard.at/volksbank_verbund/unternehmensstruktur.
111. Entwicklung der Volksbanken und Raiffeisenbanken ab 1970 // BRV-Jahrespressekonferenz. – 2009. – 25 März. [Электронный ресурс] / Режим доступу: <http://www.bvr.de/public.nsf/index.html!ReadForm&main=6&sub=30>.
112. European Association Co-operative Banks: Key Statistics 2003. [Электронный ресурс] /Режим доступу:
<http://www.eurocoopbanks.coop/default.aspx?nav=2.11.295>.
113. European Association Co-operative Banks: Key Statistics 2004. [Электронный ресурс] /Режим доступу:
<http://www.eurocoopbanks.coop/default.aspx?nav=2.11.296>.
114. European Association Co-operative Banks: Key Statistics 2005. [Электронный ресурс] /Режим доступу:
<http://www.eurocoopbanks.coop/default.aspx?nav=2.11.297>.
115. European Association Co-operative Banks: Key Statistics 2006. [Электронный ресурс] /Режим доступу:
<http://www.eurocoopbanks.coop/default.aspx?nav=2.11.392>.
116. European Association of Co-operative Banks: KEY STATISTICS as on 31-12-07. [Электронный ресурс]/Режим доступу: http://www.key_stats_finance_2007_15122008_FINAL
117. European co-operative banks in financial and economic turmoil Contribution of the EACB to the Expert Group Meeting on “Co-operatives in a world in crisis” and the International Year of Co-operatives United Nations. [New York, 28-30 April 2009]. [Электронный ресурс] /Режим доступу:

<http://www.un.org/esa/socdev/egms/docs/2009/cooperatives/eacb.pdf>.

118. Evanoff, Douglas D., and Philip R. Israilevich. Deregulation, Cost Economies and Allocative Efficiency of Large Commercial Banks // Issues in Financial Regulation, Federal Reserve Bank of Chicago, Working Paper, 1990. - №19.
119. Hunter, William C., and Stephen G. Timme. Concentration and Innovation: Striking a Balance in Deregulation // Economic Review, Federal Reserve Bank of Atlanta, 1987. – January/February. – Pp. 11 – 20.
120. Genossenschaftsbanken sind die Kunden-Champions unter den europäischen Banken. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.oliverwyman.com/ow/pdf_files/OW_En_FS_2008_Cooperative-Bank.pdf erhältlich.
121. Gutiérrez E. The Reform of Italian Cooperative Banks: Discussion of Proposals / Eva Gutiérrez . Washington International Monetary Fund, 2008. – 18 p.
122. Lebert R. Genossenschaftsbanken trotzdem der Finanzkrise / Rolf Lebert // Genossenschaften. – 2008. – 9 Dezember. – S. 1 ([Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.ftd.de/beilagen>);
123. List of banks in Finland. // Wikipedia. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.en.wikipedia.org/wiki/List_of_banks_in_Finland.
124. Plihon D. Quel modèle de banque pour l'avenir? // D. Plihon. Les banques: Nouveaux enjeux, nouvelles stratégies. – Paris, 1998. – P.161-175.
125. Rabank Group: Презентация для инвесторов. – май 2009. - С. 35. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.rabank.com/content/images/01%2EIR_presentation_Rusian_tcm43-58294.pdf.
126. Raiffeisen Bankengruppe. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.raiffeisenverband.at/gruppe.php?id=2>.

- Raiffeisenbanken in Österreich. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.raiffeisenverband.at/zahlen_data.php?id=3
127. Raiffeisenbanken in Österreich: Entwicklung in Zahlen. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.raiffeisenverband.at/zahlen_data.php?id=2.
128. Raiffeisengenossenschaften in Österreich [Электронный ресурс] /Режим доступа: [http://www.de.wikipedia.org/wiki/Raiffeisengenossenschaften_in_Österreich](http://www.de.wikipedia.org/wiki/Raiffeisengenossenschaften_in_%C3%9Csterreich).
129. Raiffeisengruppe in Österreich 2009. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.raiffeisenverband.at/gruppe.php?id=1>
130. Raiffeisengruppe-Luxembourg. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.raiffeisen.lu/?q=de/gruppe>.
131. Rapport consolide de gestion // Rapport Annuel 2008. – Luxembourg: Banque Raiffeisen et Caisses Raiffeisen, 2009. – 74 p.
132. Report on consolidation in the financial sector. – World Bank/ - January 2001.
133. Sistema Español de los Fondos de Garantía de Depósitos. [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://www.fgd.es/es/index.html>.
134. Tarantola A.M. Cooperative Banks and Competition: Local Vocation and Governance Issues / Anna Maria Tarantola. – Taormina: Bank of Italy, 2009. – 17 p.
135. Tiesset M., Troussard P. Regulatory capital and economic capital. – Banque de France. Financial Stability Review. No. 7/ November 2005/ - С. 59-74.
136. Theurl T. Die österreichischen Verbände: Modell für eine wegweisende Arbeitsteilung?/
137. Theurl T. Die österreichischen Verbände: Modell für eine wegweisende Arbeitsteilung?/ Theresia Theurl. – Münster:

- Institut für Genossenschaftswesen Universität Münster, 2005. – 13 s.
138. Volksbank Gruppe. [Електронний ресурс] /Режим доступу: http://www.de.wikipedia.org/wiki/Österreichische_Volksbank_AG
139. Volksbanken und Raiffeisenbanken Genossenschaftlicher Finanzverbund [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.dgrv.de/de/genossenschaftswesen/parten/genossenschaftsbanken.html>.
140. Volumen und Bilanzsumme [Електронний ресурс] /Режим доступу:
<http://www.dgrv.de/de/genossenschaftswesen/sparten/genossenschaftsbanken.html>.
141. Zandanell W. Bericht des Aufsichtsrates // Konzernbericht 2008 Volksbank AG. – Wien: Back Office für Banken GmbH, 2009. - 144 s.
142. http://www.12manage.com/methods_raroc.html – електронний ресурс.
143. http://www.12manage.com/methods_eva.html – електронний ресурс.
144. <http://www.aub.com.ua> – офіційний сайт Асоціації українських банків.
145. <http://www.bank.gov.ua> – офіційний сайт НБУ.
146. <http://www.delo/news/103118> – електронний ресурс.
147. <http://www.dfp.gov.ua> – офіційний сайт Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг.
148. <http://www.eximb.com> - сайт ВАТ «Укрексімбанк».

149. <http://www.myoffshoreaccounts.com> - Банковская система Швейцарии.
150. <http://www.newsru.com> – електронний ресурс.
151. <http://www.pbank.com.ua> – сайт банку «Приватбанк».
152. <http://www.pravex.com> - сайт банку «Правексбанк».
153. <http://www.rabank.com> – сайт Банк Rabank Group.
154. <http://www.ssmc.gov.ua> – офіційний сайт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку.
155. <http://www.ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Державного комітету статистики України.
156. Інформація, отримана з офіційного сайту банку «Укоопспілка».
157. Інформація отримана з сайтів провідних банків США: [Bank of America](#), [Citicorp](#), JP Morgan Chase, Wells Fargo, Bank of New York, Royal Bank of Scotland, Merrill Lynch and Company, Toronto-Dominion Bank, Harris Financial Corp., Morgan Stanley, Deutsche Bank, Royal Bank of Canada, American Express Co., Bank of Hawaii, Wilmington Trust, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., First Niagara Financial, Boston Private Financial Holdings тощо.

