

### **Перелік джерел посилання:**

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 лип. 2002 р. № 40-IV. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 27.03.2021).
2. Кузнєцова М. А., Гуйгова Ю. І. Розвиток та впровадження інноваційних банківських послуг в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.50 (дата звернення: 27.03.2021).
3. Заборовець Ю. О. Сутність, зміст та перспективи розвитку інноваційних технологій у банківських установах України. *Сталий розвиток економіки*. 2014. № 24. С. 206–209.
4. Кривич Я. М., Драніцина А. О. Банківські інновації, як фактор підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів. *Вісник СумДУ. Сер. Економіка*. 2019. № 3. С. 33–38.
5. Лойко В. В., Башкирцева Т. М. Інновації як рушійна сила банківської діяльності. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2018. № 1. С. 67–73.
6. Інновації в сфері банківських та фінансових послуг. Реалії та майбутнє. URL: <https://tvoigroshi.com.ua/uk/novosti/innovacii-v-sfere-bankovskih-i-finansovyh-uslug> (дата звернення: 29.03.2021).

**Єфімов Д.В.**

*к.пед.н., доцент кафедри педагогіки та методики викладання ГПМ ДВНЗ ДДПУ*

## **ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ У БАНКІНГУ**

Технологія доповненої реальності призначена не тільки для ігор та соціальних мереж, бо дизайн доповненої реальності потрапив у широкий спектр галузей. Фінансові технології – не вимкнення. Рішення у сфері доповненої реальності потенційно може принести суттєву користь використанню промисловості фінансових послуг. Майбутнє мобільного банкінгу може включати в себе додатки, які дозволяють користувачам складати зображення та дані про їх реальне оточення.

Банки, широко використовуючи сучасні фінансові технології та які можуть використовувати додаткову реальність, щоб запропонувати своїм клієнтам більше зручності, з більшою ймовірністю будуть підтримувати та підвищувати лояльність клієнтів. У зв'язку з цими деякі банки ввели в спектр послуг доповнену реальність. Основна мета технологій мобільного банкінгу – допомога клієнтам ефективніше керувати своїми засобами. Це одна з причин, тому інтерфейс особливо важливий: чим більше клієнти отримують доступ і переглядають інформацію, яку вони шукають, тим більше цінним буде мобільне платіжне рішення.

Наприклад, клієнт, використовуючи додаток доповненої реальності (AR) у своєму мобільному платіжному рішенні, може запросити інформацію про баланс свого розрахунку за час здійснення покупок. Це може допомогти йому вирішити,

він може дозволити собі визначену покупку. Westpac Bank у Новій Зеландії вже зробив це із запущеним своїм додатком AR-фінтех. Завдяки підтримці камер мобільного пристрою клієнти можуть сканувати свої банківські карти та отримувати інформацію про те, як, наприклад, звіти про поточний баланс та витрати, при цьому не знаходяться в мобільному додатку [1].

Доповнена реальність у банківському секторі може навіть повторити досвід зустрічі з представниками служб підтримки клієнтів. Користувачі можуть пов'язуватися з представниками віртуально, замість того, щоб їхати у відділення банку. Наприклад, Desjardins Bank випустив додаток для доповненої реальності під назвою Your way Desjardins, який надає інформацію про користувача та поради щодо планування виходу на пенсію. Замість того, щоб йти до банку і там говорити з представниками про пенсійні накопичення, користувач продовжує весь процес отримання інструкцій із додатків [2].

Під час співпраці з іншими функціями використання додаткової реальності в мобільному банку можна істотно викликати користувачів, що перетворюють власні будинки в банківські відділення, коли це потрібно. Деякі банки використовують AR для допомоги в пошукових банкоматах і філіалах. Наприклад, Axis Bank створив додаток, яке створює клієнтів для найближчих банкоматів та відділень банків [3].

Тактика розроблених програм для мобільного банкінгу з використанням AR може бути застосована і для запуску рекламних кампаній. За допомогою технологій доповненої реальності банки можуть розміщувати віртуальні рекламні матеріали в реальному світі, які підвищують знайомство бренду та допомагають користувачам знаходити філіали.

Цифровий банк Ally використовував доповнену реальність у своїй рекламній кампанії, яка перевищувала шість міст США на полях для ігор в «Монополію». Завдяки фінансовій раді і освітнього контенту, розсіяному по всьому додатку, Ally переслідує дві цілі: підвищення фінансової грамотності та просування бренду [4].

Ці приклади показують, що нові технології закріплюються у всіх галузях, включаючи фінансовий світ. У міру того як світ стає все більш і більш пов'язаний з онлайн-середовищем, роль доповненої і віртуальної реальності в банківській індустрії буде зростати. Приватні і корпоративні клієнти зможуть мати власне приватне і безпечне середовище, де вони будуть керувати своїми грошима і інвестиціями і здійснювати регулярні транзакції в голографічному середовищі, яке досконало повторює реальне.

#### **Перелік джерел посилання:**

1. Банк Westpac випустив для клієнтів приложение дополненной реальности [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://i-look.net/programs/westpac-bank-has-issued-to-customers-application-of-augmented-reality.html> (дата звернення 22.02.2021).

2. Ronald T., Survey of Augmented Reality / T., Ronald, A. Azuma [Електронний ресурс]. Режим доступа: <http://www.cs.unc.edu/~azuma/ARpresence.pdf>. (дата звернення 23.02.2021).

3. Рынок VR и AR до 2022 года будет расти на 69 % в год – IDC [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://iot.ru/promyshlennost/rynok-vr-i-ar-do-2022-godabudet-rasti-na-69-v-god-idc> (дата звернення 23.02.2021).

4. Куколко Е.С. Использование технологий виртуальной и дополненной реальности в финансовой сфере / Тенденции экономического развития в XXI веке : материалы II Междунар. науч. конф., (Минск, 28 февр. 2020 г.) / Белорус. гос. ун-т. – Минск : БГУ, 2020. – С. 253-256.

**Зюзько А. О.**

*«Корпоративні фінанси», 2 курс*

*Київський національний торговельно-економічний університет*

*Науковий керівник – к.е.н., старший викладач кафедри банківської справи*

*Калита О.В.*

## **ІННОВАЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Сьогодні весь світ займається цифровізацією економіки, важливе місце займає безпосередньо діджиталізація банківського сектору. Стрімкий розвиток інноваційних банківських послуг інших країн підштовхує банківську систему України запроваджувати в свою діяльність нові, вдосконалені продукти.

Глобалізація інформаційних технологій, які охоплюють всі напрями діяльності людства, спонукало банки створити цифрові платформи для інноваційних послуг. Передбачається, що скоротиться готівка в обігу, зменшиться тіньова економіка, збільшиться використання цифрових форм вже існуючих валют, а також, покращиться якість та швидкість платежів. І найголовнішим, під час пандемії, можливість надавати банківські послуги дистанційно за допомогою інтернет-банкінгу, мобільного банкінгу, СМС-банкінгу, і телефонного банкінгу. Лідирує за застосуванням Інтернет-технологій в Україні АТ “ПриватБанк”, база якого перевищує мільйон користувачів.

До інноваційних банківських послуг на даний момент можна віднести:

- безкарткові розрахунки через мобільний телефон;
- режим роботи “24/7”;
- електронна решта: решта в копійках переводиться на рахунок чи поповнює мобільний телефон клієнта;
- торговий еквайринг: дає змогу торгово-сервісним підприємствам приймати в оплату за свої товари та послуги банківські платіжні картки;
- факторинг: різновид торговельно-комерційної операції, яка поєднується з кредитуванням його дебіторської заборгованості;
- форфейтинг: форма коротко- і середньострокового кредитування зовнішньоекономічних операцій шляхом купівлі комерційним банком векселів,