

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-59>

УДК 330.3

ПОВЕДІНКОВІ ЕФЕКТИ ВКЛАДНИКІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДЕПОЗИТУВАННЯ УКРАЇНСЬКОГО БАНКІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ У ПЕРІОД 2019–2022 РР.

BEHAVIORAL EFFECTS OF DEPOSITORS AND CHARACTERISTICS OF DEPOSIT OF THE UKRAINIAN BANKING INSTITUTE IN THE PERIOD 2019–2022

Кононенко Олег Вікторович

аспірант,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4058-6272>

Фартушний Іван Дмитрович

кандидат фізико-математичних наук, доцент,
Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1595-9495>

Kononenko Oleh, Fartushnyi Ivan

National Technical University of Ukraine

«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Стаття присвячена особливостям депозитування в українському банківському інституті протягом 2019–2022 років. Основною рисою цих особливостей є зріст депозитних вкладів на фоні відсутності необхідних умов для довіри банкам під час військових дій в Україні в період 2022 року. В статі аналізується доволі новий підхід аналізу впливу медіаполя, яке банки формують навколо себе протягом 2019–2021 років на позитивні поведінкові ефекти вкладників різних категорій. Також доволі цікаво проілюстровано ротацію по групах вкладників за розміром вкладу. Дано деталізований аналіз перерозподілу депозитів по групах та їх динаміку на фоні медійних показників та аналізу тем, за яким були присутні банківські інституції в ЗМІ. Головним акцентом матеріалу є те що прямої кореляції між інформування про показники стабільності та ексклюзивності умов та вкладами не має, але є чіткий зв'язок між темами пов'язаними з прибутковістю системи, яку генерує банківський інститут в цілому та регулятор (НБУ). Важливою частиною дослідження статі є аналіз та деталізація медіаполя деяких банків, за допомогою даних, що були отримані в компанії НОКс фішес – дані медіааудиту банківського ринку за 4 роки.

Ключові слова: депозити, поведінкові ефекти вкладників, банківський інститут України, медіа аналіз, неінституціоналізм.

The article is devoted to the peculiarities of depositing in the Ukrainian banking institute during 2019–2022. The main feature of these features is the growth of deposits against the background of the lack of necessary conditions for trusting banks during military operations in Ukraine in the period of 2022. The article analyzes a fairly new approach to analyzing the impact of the media field that banks are forming around themselves during 2019–2021 on the positive behavioral effects of depositors of various categories. The rotation by groups of depositors according to the size of the deposit is also quite interestingly illustrated. A detailed analysis of the redistribution of deposits by groups and their dynamics is given against the background of media indicators and analysis of topics for which banking institutions were present in the media. The main emphasis of the material is that there is no direct correlation between information on indicators of stability and exclusivity of conditions and deposits, but there is a clear connection between topics related to the profitability of the system, which is generated by the banking institution as a whole and the regulator (NBU). An important part of the gender research is the analysis and detailing of the media field of some banks, with the help of the data obtained in the company NOKs Fishes – data of the media audit of the banking market for 4 years. It was noticed that the



banks wrote almost nothing about their indicators of reliability, liquidity, stress resistance and very little information about the state and conditions of deposit programs, betting in their media models on the informatization and digitization of services and maintenance. The total volume of such materials reached no more than 3–8% of the total amount of bank materials. The most active in this direction were such banks as JSC CB PrivatBank, JSC OSHCHADBANK, JSC UKRGAZBANK, and in 2022 JSC UNIVERSAL BANK joined them. The case of ALFA-BANK JSC turned out to be bad, the result of which was the transfer of the bank's clients to other institutions in 2022 (Figure 4), as well as not entirely "understandable" communications, both in quantitative terms and in terms of the confusion of the presentation of topics of JSC "OTP BANK", JSC "UKRGAZBANK", JSC "Ukreximbank", which correlates with the real deterioration of deposit indicators during the studied period.

Keywords: deposits, behavioral effects of depositors, Banking Institute of Ukraine, media analysis, neo-institutionalism.

Постановка проблеми. Система депозитування коштів та збереження заощаджень громадян є одним з головних питань банківського інституту будь-якої країни з розвинутою банківською системою. Гроші, які громадяни довіряють та зберігають у банківських інституціях (банках) – це важливий актив державної економіки, бо на базі цих грошей банки планують та формують маркетингову політику кредитування як фізичних, так і юридичних осіб. Що є одним з головних факторів розвитку ринкової економіки: потрібно відзначити, що яким би чином банки та держава не регулювали це питання – різного роду гарантії, взаємні договірні стягнення і штрафи та інше, в цьому питанні є велика доля поведінкових ефектів не завжди зрозумілих та логічних як з боку вкладників, так і з боку банків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед досліджень впливу маркетингових комунікацій на ефективність взаємодії банків та споживачів в розрізі депозитної політики має такі праці українських науковців, як Васюренко О. В. [5], Лавров Р. В. [6], Андрушків Т. [7], Бушуєва І. [8].

Питання проблем депозитної політики банків та отримання послуг за асиметричності інформації на великих ринках, таких як фінансовий, Павленко А. Ф., Войчак А. В. [9]. Тема різного роду поведінкових ефектів від асиметричності інформації, медійного впливу, вербально-емоціональних характеристик об'єктів та їх поєднання в розрізі бізнес комунікацій досліджується постійно, оскільки перебуває у фокусі соціальних наук, які спираються на розуміння людської на соціальної психології, специфіки суб'єктів різних ринків. Доволі відомі в цьому напрямку такі дослідники як Канеман Д., Тверські А. [10], Таліб Н. [11].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Потрібно відзначити, що наразі багато питань, пов'язаних з вибором банківської інституції для заощаджень вирішилися за допомогою реформування

банківського інституту, введенням багатьох стабілізуючих системних факторів від наглядача (Національного банку України), таких як фінансовий моніторинг діяльності банків, аналіз резервів, аналіз активів, аналіз ліквідності банків, система страхування депозитів [1]. Дуже важливим фактором є наявність реальних показників роботи з вкладниками Фонду гарантування вкладів та його діяльністю з інвесторами банківського інституту в Україні [2]. А також важливим утримувачем банків від необміркованих кроків є зміни в законодавстві України, що більш суворо карають порушення в роботі банків [3].

Формулювання цілей. Насамперед, існує сенс аналізувати звітність банківських інституцій, яка починаючи з 2019 року подається (НБУ) у новому форматі, де депозити фізичних осіб мають 5 груп (в розрізі об'ємів депозитування) та інше. Також потрібно брати до уваги інших площин впливу на вкладників крім чисто порівняльних маркетингових заходів в розрізі аналізу депозитних ставок різних банків на окремих ресурсах, або за допомогою інформування вкладників через розсилки на мобільні пристрої, рекламу в інтернеті та інше. Наприклад: аналіз медіаполя банківських інституцій, де чітко можна відокремити рівень активності того чи іншого банку в ЗМІ, зміст та тональність інформаційних приводів банків та виділити відсоток текстів про бізнес показники, надійність, специфіку роботи банку [4]. Це одна з небагатьох «площин» де потенційний вкладник (потенційний інвестор) формує образ банківської інституції, який або влаштовує, або не дуже пасує до його особистого сприйняття банку як інституції, з якою він хоче мати справу. Також є інші варіанти «площин» впливу – експертна думка, друзі та просто вербально-емоційні мотиви або аналітичні міркування з приводу вигідності взаємодії з банківською інституцією в розрізі зберігання там коштів та заощаджень.

Мета статті – виявити зв'язок між соціально-економічною ситуацією в Україні, медіаполем банківських інституцій та сформованому в ньому (медіаполі) образу банку, динамікою росту або спаду депозитних пасивів банків протягом 2019–2022 років, що обумовлені втому числі поведінковими ефектами вкладників. Об'єкт дослідження – показники динаміки депозитних пасивів банківського інституту у розрізі груп (методика НБУ) та зв'язок з іншими чинниками, що могли спричинити зміни в цій динаміці.

Виклад основного матеріалу дослідження. В різних сферах своєї діяльності люди піддаються впливу стереотипів мислення, сприйняття, попередньо сформованих упереджених думок, помилкового аналізу інформації та інших особистих поведінкових факторів. Всі ці аспекти в сукупності мають суттєвий вплив на процес прийняття рішень в економічних ситуаціях.

Адам Сміт у своїй теорії «рівноваги на ринку» вважав, що учасники ідеального вільного ринку мають намір раціонально задовольнити свої економічні потреби, максимізуючи взаємовигідні можливості для виробництва і обміну товарів. Це, згідно з ним, призводить до досягнення повної зайнятості. Він підкреслював значущість людини як основи суспільства та досліджував її поведінку, зосереджуючись на мотивах та бажанні досягти особистої вигоди [14].

Суть природного порядку в інтерпретації Адама Сміта полягає в ринкових відносинах, де кожна особа діє згідно з особистими корисливими інтересами, а сукупність таких інтересів формує загальні інтереси суспільства. Його відома метафора «невидимої руки ринку» підкреслює, що, прагнучи до власної користі, люди створюють благо для суспільства в цілому. Ринкові механізми спонукують виробників задовольняти потреби інших людей, забезпечуючи ріст багатства всього суспільства. За його теорією, ресурси рухаються в напрямках, де їх використання є найбільш ефективним, завдяки сигнальній системі прибутку та попиту-пропозиції. Необхідно відзначити, що вчений правильно визначав, що люди дійсно націлені на досягнення своїх економічних інтересів. Однак його теорія ігнорує можливість того, що люди можуть приймати рішення не тільки на основі раціональних мотивів, а й під впливом інших факторів [14].

Використовуючи концепції поведінкової економічної теорії, Джордж Акерлоф пропонує новий погляд на призначення еко-

номіки, який базується на реальних рисах людської природи. Він пропагує концепцію економіки, де людина розглядається як істота з невід'ємною складовою ірраціональності. Акерлоф пояснює, як недостатнє розуміння економічних механізмів спричинило поточний стан світової економіки, обвал кредитних ринків та загрозу руйнування реального сектора. Він вбачає невід'ємний характер ірраціональності у повсякденному економічному житті і наголошує на тому, що ігнорування цього аспекту є необдуманим. В своїй книзі "Animal Spirits", Акерлоф аргументовано показує, як ідеї, що виникають під впливом початкового позитивного стану фондових ринків, поширюються від особи до особи і можуть призвести до зростання оптимістичних прогнозів [15].

Досліджуючи типові помилки, що виникають у людей під час процесу прийняття рішень, Д. Хеммонд, Р. Кіні та Г. Райффа прийшли до висновку, що існує кілька поширених пасток, які значно впливають на якість зроблених рішень, зокрема *якірна пастка* – вплив інформації, яка була отримана першою, на подальші оцінки та рішення (перша інформація може визначити межі та рамки для подальших роздумів і рішень); *пастка інерції* – намагання зберегти статус-кво у звичних ситуаціях, навіть якщо існують кращі альтернативи (люди можуть уникати змін навіть у випадках, коли інші варіанти були б більш вигідними); *пастка незворотних витрат* – намагання продовжити вкладати зусилля або ресурси в плани або дії, навіть якщо вони виявилися неефективними (люди можуть приймати рішення на підставі вже витрачених зусиль або ресурсів); *пастка доказу* – схильність шукати інформацію, що підтверджує вже існуючі переконання, і ігнорувати дані, які протирічать їм; *пастка формулювання* – некоректно сформульована проблема, що спотворює процес прийняття рішень; *пастка надмірної упевненості* – завищена впевненість у власних прогнозах або оцінках, що може призводити до недооцінки ризиків; *пастка обережності* – надмірно консервативні прогнози майбутнього через неможливість об'єктивно оцінити ймовірність негативних подій; *пастка спогадів* – недавні драматичні події можуть здатися надто значущими та вплинути на процес прийняття рішень [16].

Ці пастки можуть викривлювати сприйняття і оцінку інформації, що може призвести до невірних рішень у різних ситуаціях.

Після детального аналізу статистичних даних та проведення контент-аналізу меді-

аполя банківського інституту України, стало зрозуміло наступне: медійна політика банківських інституцій не була сконцентрована на питаннях надійності банківської установи та додаткової інформації про послуги депозитування та тонкощах роботи банків в цьому напрямку. Також можна говорити, що протягом 2019 – 2022 років спостерігався дуже зрозумілий зріст депозитних вкладів завдяки росту довіри до банківської системи. Треба відмітити такі чинники як рівень економічної стагнації в цей період, рекордно низькі депозитні ставки та головне – війна з Росією. Аналізуючи масив даних протягом 01.2019-12.2022, акцент уваги сконцентрований на окремих тенденціях, розуміння яких надають оброблені публічні дані НБУ по залученим депозитам [12], Державної служба статистики [13], України та дослідницької компанії NOKs fishes [4].

Динаміка сумарних об'ємів депозитних вкладів та кількості вкладників в загальному вигляді (по всім банкам) має позитивний тренд (рис. 1).

Сумарний показник вкладів та кількості вкладників по всім банкам на початку 2022 року мав сильний спад, але протягом року робота банківської інституції та дії наглядача НБУ (в тому числі і дії в медіаполі країни)

привели до нормалізації депозитування інституту та подальшого росту отримання вкладів (рис. 1).

Розподіл вкладників та вкладів в банках має доволі цікавий характер за період 2019-2021 та 2022 роки – між групами 2-ю та 4-ю (методологія НБУ [12]) тут відбулася деяка ротація. Якщо спростити пояснення ситуації, то вкладники 4-ї групи, банально, зняли частину коштів зі своїх депозитів у банках та автоматично ставали вкладниками 2ї групи, що не одноразово відмічалось у звітах банків за 2022 рік (рис. 2).

Аналізуючи показники головних гравців банківського інституту у питанні заохочування вкладів від споживачів, ми відмічаємо наступні тенденції (рис. 3):

А) долі розподілу загально ринкових та групи ТОП 10 відрізняються не суттєво та інформують на про наступне – найбільша кількість вкладників сконцентрована в першій групі, але вона найменш впливова, тому що концентрує менше відсотка заощаджень, головні вкладники, які формують ринок депозитів, зосереджені в групах 2 та 5 за показниками приблизно 30% та 40% відповідно.

Б) Найбільша частина депозитних вкладів зосереджена в 5 групі, і це доволі ризи-

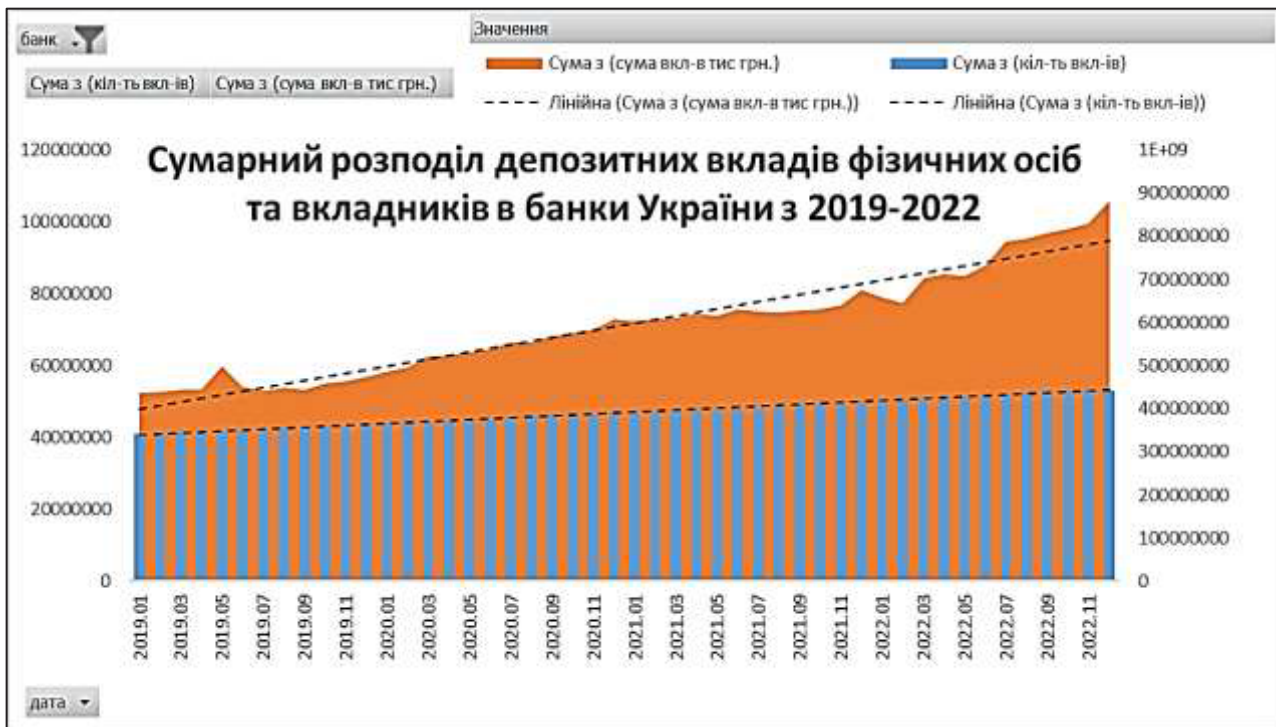


Рис. 1. Сумарний розподіл депозитних вкладів фізичних осіб та вкладників в банки України протягом 2019–2022 років

Сумарний розподіл депозитних вкладів фізичних осіб та вкладників по всіх банках України за 2019-2022 роки										
	до 10 грн (кількість вкладів)	до 10 грн (сума вкладів тис. грн.)	від 10 до 100 000 грн (кількість вкладів)	від 10 до 100 000 грн (сума вкладів тис. грн.)	від 100 000 до 200 000 грн (кількість вкладів)	від 100 000 до 200 000 грн (сума вкладів тис. грн.)	від 200 000 до 500 000 грн (кількість вкладів)	від 200 000 до 500 000 грн (сума вкладів тис. грн.)	понад 500 000 грн (кількість вкладів)	понад 500 000 грн (сума вкладів тис. грн.)
розподіл за 2019-2021 роки	38,71%	0,004%	58,98%	25,71%	1,22%	15,26%	0,81%	19,28%	0,28%	39,76%
2019.1 кв	38,64%	0,005%	59,19%	24,97%	1,20%	16,38%	0,72%	19,03%	0,24%	39,61%
2019.2 кв	38,28%	0,005%	59,56%	26,25%	1,21%	16,46%	0,72%	18,86%	0,23%	38,43%
2019.3 кв	38,78%	0,005%	59,05%	26,55%	1,22%	16,88%	0,72%	19,16%	0,23%	37,41%
2019.4 кв	38,60%	0,005%	59,17%	26,40%	1,25%	16,70%	0,75%	19,39%	0,24%	37,50%
2020.1 кв	38,98%	0,004%	58,72%	25,31%	1,25%	15,92%	0,80%	19,70%	0,26%	39,07%
2020.2 кв	39,06%	0,004%	58,58%	26,07%	1,25%	15,29%	0,83%	19,68%	0,27%	38,96%
2020.3 кв	39,68%	0,004%	57,94%	24,82%	1,23%	14,67%	0,86%	19,93%	0,29%	40,58%
2020.4 кв	38,48%	0,004%	59,07%	24,94%	1,24%	14,19%	0,90%	20,04%	0,31%	40,83%
2021.1 кв	38,73%	0,004%	58,76%	24,47%	1,27%	14,23%	0,92%	20,14%	0,32%	41,15%
2021.2 кв	39,01%	0,004%	58,48%	24,59%	1,27%	14,13%	0,92%	20,06%	0,32%	41,21%
2021.3 кв	38,92%	0,004%	58,62%	24,54%	1,23%	13,93%	0,90%	19,96%	0,32%	41,56%
2021.4 кв	37,35%	0,003%	60,60%	29,55%	1,08%	14,32%	0,66%	15,37%	0,31%	40,76%
розподіл у 2022 році	39,11%	0,003%	59,62%	38,48%	0,80%	15,08%	0,20%	6,95%	0,28%	39,49%
2022.1 кв	36,63%	0,003%	62,14%	38,51%	0,79%	15,61%	0,18%	6,71%	0,26%	39,16%
2022.2 кв	39,58%	0,003%	59,21%	40,98%	0,77%	15,22%	0,19%	6,71%	0,25%	37,09%
2022.3 кв	40,25%	0,003%	58,44%	37,61%	0,80%	14,81%	0,21%	7,08%	0,29%	40,50%
2022.4 кв	39,96%	0,003%	58,67%	36,82%	0,83%	14,68%	0,23%	7,29%	0,31%	41,21%

Рис. 2. Сумарний розподіл депозитних вкладів фізичних осіб та вкладників по всіх банках України за 2019–2022 роки

кована ситуація для системи в цілому, так як доля вкладників менше за 0,5%.

В) Такі банки як АТ КБ «ПриватБанк», АТ «ОЩАДБАНК», АТ «Райффайзен Банк», АТ «УКРСИБАНК» формують свій депозитний портфель на вкладниках 2ї групи, бо їх кількість в цій групі у них більша за 50% всіх вкладників, а такі банки як АТ «АЛЬФА БАНК», АТ «УКРГАЗБАНК», АТ «ПУМБ», АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК», АТ «ОТП БАНК» – на 1 групі, тут у них кількість клієнтів перевищує 60% від усіх клієнтів банку, які тримають в ньому депозити. Можемо відзначити, що такі банки як АТ «Укресімбанк» та АТ «ОТП БАНК» – отримують основну частину грошей завдяки клієнтам 5 групи (рис. 3).

5) Аналізуючи медіаполе банківських інституцій, за допомогою даних, що були отримані в компанії НОКс фішес дані медіааудиту банківського ринку за 4 роки, було помічено, що банки практично нічого не писали про свої показники надійності, ліквідності, стресостійкості та дуже мало інформували про стан і умови депозитних програм, роблячи ставку в своїх медіа-моделях на інформатизацію та цифровізацію послуг та обслуговування. Загальний обсяг таких матеріалів досягав не

більше 3%-8% від загальної кількості матеріалів банків. Найбільш активними в цьому напрямку були такі банки як АТ КБ «ПриватБанк», АТ «ОЩАДБАНК», АТ «УКРГАЗБАНК», а в 2022 до них приєднався АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК».

б) Поганим кейсом можна назвати роботу АТ «АЛЬФА-БАНК», результатом якої став перехід клієнтів банку в інші установи в 2022 році (мал4), а також не зовсім «зрозумілим» комунікаціям, як в кількісному виразі так і в розрізі сумбурності подання тем АТ «ОТП БАНК», АТ «УКРГАЗБАНК», АТ «Укресімбанк» протягом останніх двох років, що невдовзі привели до негативної динаміки в групах 1, 2, 3. Можна сперечатися, але інформаційна політика АТ «Райффайзен Банк» була в цьому напрямку (якість депозитування, стабільність та надійність установи і подібне) дуже «туманна», а в деякі періоди взагалі відсутня, і була сконцентрована на різного роду кадрових ротаціях та проектах банку, що стало причиною зменшення клієнтів та вкладів по 4й групі клієнтів банку, у порівнянні з іншими банками групи ТОП 10 (рис. 4).

Висновки. В цілому, обговорені думки вчених підкреслюють, що реальний процес при-

Середній розподіл депозитних вкладів фізичних осіб та вкладників по всіх банках та ТОП 10 банків (депозити) - % від всіх вкладів та всіх вкладників банку за період										
банк	до 10 грн (кількість вкладів)	до 10 грн (сума вкладів в тис грн.)	від 10 до 200 000 грн (кількість вкладів)	від 10 до 200 000 грн (сума вкладів в тис грн.)	від 200 000 до 400 000 грн (кількість вкладів)	від 200 000 до 400 000 грн (сума вкладів в тис грн.)	від 400 000 до 600 000 грн (кількість вкладів)	від 400 000 до 600 000 грн (сума вкладів в тис грн.)	понад 600 000 грн (кількість вкладів)	понад 600 000 грн (сума вкладів в тис грн.)
Середній розподіл по всіх банках України 2019-2022 роки	38,88%	0,004%	59,13%	30,13%	1,09%	15,08%	0,62%	14,97%	0,28%	39,82%
Середній розподіл по всіх банках України 2-4 кв 2022 року	48,64%	0,003%	49,07%	26,38%	1,17%	13,05%	0,71%	13,57%	0,41%	47,09%
АТ КБ "ПриватБанк"	20,95%	0,004%	77,22%	40,99%	1,03%	16,11%	0,58%	16,66%	0,22%	26,23%
АТ "ОЩАДБАНК"	46,89%	0,002%	52,18%	41,52%	0,56%	12,87%	0,16%	6,41%	0,21%	39,20%
АТ "АЛЬФА-БАНК"	67,22%	0,001%	30,12%	15,39%	1,39%	13,61%	0,88%	15,02%	0,39%	55,98%
АТ "Райффайзен Банк "	24,53%	0,003%	73,30%	30,56%	1,12%	12,02%	0,65%	12,94%	0,41%	44,47%
АБ "УКРГАЗБАНК"	71,35%	0,004%	26,45%	19,04%	1,24%	16,10%	0,70%	15,40%	0,26%	49,47%
АТ "УКРСИББАНК"	37,28%	0,006%	60,60%	24,11%	0,95%	11,42%	0,66%	15,00%	0,52%	49,47%
АТ "ПУМБ"	63,25%	0,002%	34,77%	22,76%	1,07%	15,04%	0,61%	14,67%	0,29%	47,53%
АТ "Укресімбанк"	42,66%	0,002%	51,18%	10,47%	3,11%	11,50%	1,93%	12,84%	1,13%	65,19%
АТ "ОТП БАНК"	62,08%	0,002%	35,98%	14,40%	0,83%	8,48%	0,59%	11,17%	0,52%	66,91%
АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	50,17%	0,007%	48,89%	44,52%	0,43%	13,34%	0,37%	15,64%	0,15%	26,49%

Рис. 3. Середній розподіл депозитних вкладів фізичних осіб та вкладників по всіх банках та ТОП 10 банків (депозити) – % від всіх вкладів та всіх вкладників банку за період

Динаміка змінення депозитних вкладів фізичних осіб та вкладників по ТОП 10 банків (депозити) в розрізі клієнтських груп (методика НБУ) у 2022 році										
	до 10 грн (кількість вкладів)	від 10 до 200 000 грн (кількість вкладів)	від 10 до 200 000 грн (сума вкладів в тис грн.)	від 200 000 до 400 000 грн (кількість вкладів)	від 200 000 до 400 000 грн (сума вкладів в тис грн.)	від 400 000 до 600 000 грн (кількість вкладів)	від 400 000 до 600 000 грн (сума вкладів в тис грн.)	понад 600 000 грн (кількість вкладів)	понад 600 000 грн (сума вкладів в тис грн.)	
Загальний тренд 2022 року	ротація	зростання	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АТ КБ "ПриватБанк"	незмінно	зростання	зростання	падіння/зростання	рост	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АТ "ОЩАДБАНК"	незмінно	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АТ "Райффайзен Банк "	зростання	зростання	зростання	падіння/зростання	зростання	падіння/зростання	падіння/спад	зростання	зростання	
АТ "АЛЬФА-БАНК"	зростання	зростання/спад	зростання/спад	падіння/зростання	зростання/спад	падіння/зростання	падіння/спад	падіння/спад	падіння/спад	
АТ "УКРСИББАНК"	зростання	падіння/стабілізація	зростання	падіння/зростання	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АТ "ПУМБ"	падіння	зростання	зростання/стабілізація	падіння/стабілізація	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АТ "Укресімбанк"	зростання	падіння	зростання	падіння/стабілізація	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АБ "УКРГАЗБАНК"	падіння	зростання	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АТ "УНІВЕРСАЛ БАНК"	зростання	зростання	зростання	падіння/зростання	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	
АТ "ОТП БАНК"	падіння	зростання	зростання	падіння/зростання	зростання	падіння/зростання	падіння/зростання	зростання	зростання	

Рис. 4. Динаміка змінення депозитних вкладів фізичних осіб та вкладників у ТОП 10 банків (по обсягу отриманих депозити) в розрізі клієнтських груп (методика НБУ) у 2022 році

йняття рішень в економіці далеко не завжди відбувається на основі повної раціональності та ідеальної інформованості. Суб'єктивні фактори та емоції можуть впливати на наші рішення, що робить важливим дослідження поведінкових аспектів і їх впливу на економічні процеси.

Зважаючи на отримані результати дослідження, ми можемо констатувати, що за 4 роки роботи НБУ та банківського інституту було зроблено багато для підвищення довіри вкладників в банківську систему як на державному рівні, так і на рівні бізнес відношень. Результатом такої політики стала демонстрація продовження вкладів в банківські інститути – не тільки державні, а й комерційні, після початку військових дій. Медійними інструментами для заохочення клієнтських заощаджень та інших активів користувалися деякі банки, отримуючи при цьому реальні

показники збільшення коштів та клієнтів, але треба звернути увагу, що в ситуації, яка склалася на ринку кредитування в 2022 році та загалом за цей період, можемо відмітити – це не справило великого негативного ефекту на інституцію в цілому. Основні поведінкові ефекти, які спостерігались на ринку депозитування та вкладів України – це довіра до банківської системи, відтік депозитів та вкладів від банків, замішаних в питання російських грошей та продовження інвестування в депозитні програми розраховані на владників 5ї групи.

Подальше підвищення інформування населення та інвесторів про різного роду прозорі дії банків, в розрізі свого бізнесу, зможуть допомогти системі отримувати швидкі гроші та види грошей в умовах неминучої економічної скрути 2023–2024 року, як наслідку воєнних дій в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/metodichni-materiali-z-bankivskogo-naglyadu>
2. Сайт Державного Фонду держмайна України. URL: <https://www.fg.gov.ua/vkladnikom-i-kreditoram>
3. Сайт Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0845-01#Text>
4. Сайт продуктів української компанії «НОКс фішес». URL: <https://projects.noksfishes.info/#project>
5. Васюренко О. В. Депозити як основне джерело заохочення коштів комерційними банками. *Фінанси України*. 2006. № 11. С. 88–92.
6. Лавров Р. В. Депозитна політика банку в сучасних умовах. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2010. № 4 (8). С. 182–187.
7. Андрушків Т. Депозитна політика комерційного банку та напрями її вдосконалення. *Українська наука: минуле сучасне, майбутнє*. 2012. № 17. С. 3–13.
8. Бушуєва І. Маркетингова стратегія банку з депозитних послуг. *Вісник Національного банку України*. 2002. № 1.
9. Павленко А. Ф., Войчак А. В., Примак Т. О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика : монографія. Київ : КНЕУ, 2005.
10. Daniel Kahneman, Amos Tversky. Choices, values, and frames. *Cambridge: Cambridge University Press*, 2000. 840 p.
11. Taleb, Nassim Nicholas. Fooled by Randomness: The Hidden Role of Chance in Life and in the Markets (англ.). *New York: Random House*, 2001/2005. ISBN 0-8129-7521-9.
12. Сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist#1>
13. Сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
14. Поведінкова та експериментальна економіка: опорний конспект лекцій. Тернопіль, 2016. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/51563/2%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf>
15. Солодухін С. В., Шайтанова Є. С. Сучасні підходи до аналізу впливу поведінкових факторів в управлінні економічними суб'єктами. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 15, Ч. 2. С. 129–132.
16. Кривий В. І. Передумови виникнення поведінкової економіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Вип. 18, Ч. 1. С. 12–16.

REFERENCES:

1. Website of the National Bank of Ukraine. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/metodichni-materiali-z-bankivskogo-naglyadu>

2. Website of the State Property Fund of Ukraine. Available at: <https://www.fg.gov.ua/vkladnikam-i-kreditoram>
3. Website of the Verkhovna Rada of Ukraine. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0845-01#Text>
4. Site of products of the Ukrainian company "NOKS Fishes". Available at: <https://projects.noksfishes.info/#project>
5. Vasyurenko O.V. Deposits as the main source of funds promotion by commercial banks. *Finances of Ukraine*. 2006. No. 11. P. 88–92.
6. Lavrov R.V. Deposit policy of the bank in modern conditions. *Scientific Bulletin ChDIEU*. 2010. No. 4 (8). P. 182–187.
7. Andrushkiv T. Deposit policy of a commercial bank and directions for its improvement. *Ukrainian science: past, present, future*. 2012. No. 17. P. 3–13.
8. Bushuyeva I. Marketing strategy of the bank for deposit services. *Bulletin of the National Bank of Ukraine*. 2002. No. 1.
9. Pavlenko A. F., Voychak A. V., Primak T. O. Marketing communications: modern theory and practice: monograph. Kyiv: KNEU, 2005.
10. Daniel Kahneman, Amos Tversky. Choices, values, and frames. Cambridge: *Cambridge University Press*, 2000. 840 p.
11. Taleb, Nassim Nicholas. Fooled by Randomness: The Hidden Role of Chance in Life and in the Markets (English). *New York: Random House*, 2001/2005. ISBN 0-8129-7521-9.
12. Website of the National Bank of Ukraine. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist#1>
13. Website of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
14. Behavioral and experimental economics: basic outline of lectures. Ternopil, 2016. Available at: <http://dspace.wunu.edu.ua/retrieve/51563/2%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf>
15. Solodukhin S. V., Shaitanova E. S. Modern approaches to the analysis of the influence of behavioral factors in the management of economic entities. *Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University*. 2017. Issue 15, Part 2. P. 129–132.
16. Kryvyi V. I. Prerequisites for the emergence of behavioral economics. *Scientific Bulletin of Kherson State University*. 2016. Issue 18, Part 1. P. 12–16.