

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-119>

УДК 336.7

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ У БАНКІВСЬКИХ ЗАСТОСУНКАХ НА КЛІЄНТСЬКИЙ ДОСВІД ТА ПОЗИЦІЇ БАНКІВ НА РИНКУ

THE IMPACT OF INNOVATIONS IN BANKING APPLICATIONS ON CUSTOMER EXPERIENCE AND BANKS' MARKET POSITION

Заверуха Ігор Михайлович

аспірант,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-7323-2423>**Скоропад Ірина Станіславівна**

кандидат економічних наук, доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5450-0997>**Zaverukha Ihor, Skoropad Iryna**

Lviv Polytechnic National University

Стаття присвячена аналізу ролі функціональних характеристик мобільних банківських застосунків у підвищенні задоволеності клієнтів та посиленні ринкових позицій банків в умовах діджиталізації та трансформації конкурентного середовища України. На основі даних НБУ (лютий 2025) проведено порівняльний аналіз функціоналу застосунку Monobank та застосунків дев'яти найбільших банків, а також згруповано функції на базові та інноваційні. Виявлено, що Monobank лідирує за інноваційним функціоналом (управління рахунками, фінансові операції, безпека/персоналізація), що прямо корелює з його високими ринковими показниками. Показано, що розвинений інноваційний функціонал є ключовою конкурентною перевагою. У контексті Open Banking акцентовано на необхідності інтеграції банками AISP/PISP як споживачів для централізації управління фінансами у власному застосунку та утримання клієнтів. Підтверджено критичну важливість інвестицій у мобільний банкінг для конкурентоспроможності банківського сектору.

Ключові слова: мобільний банкінг, функціональні характеристики, клієнтський досвід, конкуренція, діджиталізація, Open Banking, Monobank, банківські застосунки, інноваційні функції.

The article examines the role of mobile banking app functionalities in enhancing customer satisfaction and strengthening market positions in Ukraine amidst digitalization and competition, intensified by Open Banking. The market sees high multi-banking adoption, favoring banks with advanced digital solutions. Monobank's growth exemplifies this. The study's objective is to examine key mobile app functional characteristics driving customer satisfaction and market presence. A comparative analysis was conducted on Monobank and the nine largest Ukrainian banks by active cards, using NBU data from February 2025 (57.2 million active cards, 97% from top banks). Functionalities were categorized into basic and innovative "next-generation" services (account management/identification, financial operations/services, security/card personalization). The analysis shows basic functions are standard, but significant variation exists in innovative features. Monobank leads consistently across all innovative blocks, offering the most comprehensive functionality in account management/identification, financial operations, and security/personalization. This contrasts with many other TOP-9 banks that substantially lag, focusing primarily on basic features. Monobank's innovative lead strongly correlates with its high ratings and market share growth. Advanced features enhance customer experience, offering greater convenience and control, and improve perceived security, acting as potent competitive advantages. Innovative functional characteristics are key determinants of success in the Ukrainian market. In the Open Banking context, banks must accelerate digital development. Prioritizing integration of Open Banking functionalities as a data aggregator (AISP consumer) and payment initiator (PISP consumer) is crucial for banks aiming to be the primary customer interface. This enables a centralized hub for managing finances across different banks, vital for retaining loyalty when data access and payment initiation become universal. Effective Open Banking utilization will likely reshape digital banking leadership in Ukraine.

Keywords: mobile banking, functional characteristics, competition, digitalization, Open Banking, Monobank, banking applications, innovative features, financial services.



Постановка проблеми. У сучасному банківському секторі наявність зручного та технологічно розвиненого мобільного застосунку стала визначальним чинником у покращенні взаємодії з клієнтами та зміцненні конкурентних позицій фінансових установ. Цю тенденцію підтверджують результати останніх досліджень, згідно з якими 81% клієнтів у країнах Європи та США щомісячно здійснюють управління своїми рахунками через мобільні пристрої [1].

Україна не є винятком із загальносвітової динаміки: активна діджиталізація фінансових послуг спричинила суттєве зростання популярності мобільного банкінгу, який дедалі частіше виступає основним каналом взаємодії клієнтів з банківськими продуктами. У таких умовах здатність банку утримувати та розширювати свою частку ринку значною мірою залежить від ефективності адаптації мобільних застосунків до змінних потреб та очікувань клієнтів. Як зазначає компанія McKinsey & Company, інновації більше не є факультативним компонентом банківської стратегії – вони стали критично важливим чинником виживання, зростання та досягнення довгострокової конкурентної переваги [3].

Наочним прикладом успішної реалізації цифрової стратегії є Monobank, який у період з 2019 по 2024 рік збільшив кількість активних платіжних карток на 8,6 млн, що відповідає приросту в 1056%. Внаслідок цього необанк демонструє стабільне зростання ринкової частки – зокрема, у 2024 році вона зросла з 15,4% до 16,6%, тоді як у основного конкурента, ПриватБанку, спостерігалася негативна динаміка (з 54,1% у 2023 році до 53,7% у 2024 році).

Очікуване впровадження системи відкритого банкінгу (Open Banking) в Україні, заплановане на серпень 2025 року відповідно до положень Закону «Про платіжні послуги» та Концепції Національного банку України, ймовірно, стане наступним каталізатором трансформації конкурентного середовища у банківському секторі. У контексті зазначених змін можна зробити обґрунтоване припущення: клієнти надають перевагу тим банкам, які пропонують інноваційні цифрові рішення, внаслідок чого менш адаптивні фінансові установи поступово втрачають своїх клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання цифровізації банківського сектору та її впливу на діяльність установ і клієнтів є предметом активних досліджень. Значущість мобільного банкінгу для зручності та доступ-

ності послуг в Україні висвітлено у працях Гасій О. В., Скорби О. А., Рошко Н. Б. [8]. Цифрова трансформація, що змінює бізнес-моделі та взаємодію з клієнтами, досліджується Кретовим Д. Ю. та Міндовою О. І., а також Береславською О. І., які вказують на скорочення відділень як наслідок переходу до цифрових каналів [11].

А. Семенов, О. Пахненко та А. Шалда [16] вважають, що необанки відіграють ключову роль у забезпеченні доступності онлайн-банкінгу. Деякі аспекти цієї теми частково досліджували Т. Латковська, А. Марущак та У. Олексій, дійшовши висновку, що інтернет-банкінг вирізняється такими позитивними характеристиками, як зручність, доступність і можливість заощаджувати час [12, с. 32]. Існуючі дослідження не робили детального порівняльного аналізу інноваційного функціоналу конкретних українських банків у світлі майбутнього впровадження Open Banking.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є вивчення ключових функціональних характеристик мобільних банківських застосунків для фізичних осіб, які відіграватимуть визначальну роль у підвищенні рівня задоволеності клієнтів та посиленні ринкових позицій банків в умовах прискореної діджиталізації та трансформації конкурентного середовища, а також визначити пріоритетні напрямки розвитку функціоналу мобільних банківських застосунків в умовах Open Banking.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний ринок фінансових послуг характеризується не лише швидкою діджиталізацією, але й суттєвими змінами у поведінці клієнтів. Дослідження, проведене серед 49300 клієнтів у 39 країнах і 700 банках, показало, що 73% взаємодіяли з декількома банками, окрім основного банку [2]. Це говорить про те, що клієнти активно шукають найбільш вигідні, зручні та інноваційні рішення, не обмежуючи свою фінансову активність рамками одного банку. В таких умовах здатність банку не лише залучити, а й утримати клієнта, запропонувавши йому кращий досвід взаємодії, стає вирішальним фактором конкурентоспроможності.

У цьому контексті мобільні банківські застосунки, зокрема їхня функціональність, зручність та інноваційність, безпосередньо впливають на клієнтський досвід, сприйняття рівня безпеки та, як наслідок, на ринкові позиції фінансової установи. Результати нещодавніх досліджень та рейтингів в Україні яскраво

демонструють цю тенденцію. Зокрема, аналіз Forbes у співпраці з Асоціацією ЄМА та рейтинг BanksRating у номінації «Мобільний банкінг» високо оцінюють мобільні рішення деяких банків в Україні, що є свідченням експертного визнання їхньої значущості. Стабільно високі оцінки застосунку Monobank у цих професійних рейтингах, а також його лідерство за рейтингами користувачів у магазинах додатків App Store та Google Play, де він має рейтинги 4.9 на кожній із платформ [4; 5], підкреслюють успіх банку у використанні мобільного каналу для завоювання та утримання значної частки ринку, як про це йшлося у вступі.

Для ідентифікації ключових функціональних характеристик, які визначають успіх мобільних банківських застосунків у сучасних умовах, та оцінки їхнього впливу на клієнтський досвід, безпеку і ринкові позиції нами проведено детальний аналіз та порівняння функціоналу застосунку Monobank із мобільними застосунками дев'яти найбільших банків України за кількістю активних платіжних карток, а саме: КБ «ПриватБанк», АТ «Ощадбанк», АТ «Райффайзен Банк», АТ «Укрсиббанк», АТ «ПУМБ», АТ «А-БАНК», АТ «СЕНС БАНК», АБ «Укргазбанк», АТ «ОТП Банк» (надалі ТОП-9 банків) та Monobank. На основі даних НБУ щодо платіжних карт, по яких була здійснена хоча б одна видат-

кова транзакція протягом лютого 2025 року, нами визначено, що частка вище перерахованих банків (Таблиця 1) становить 97% (приблизно 55,5 млн шт.) від загальної кількості активних карт у досліджуваній сукупності (57,2 млн шт.). Це дозволить виявити спільні тренди та інноваційні відмінності, що формують переваги на висококонкурентному ринку.

Переходячи до безпосереднього викладу результатів проведеного аналізу функціональних характеристик мобільних банківських застосунків, було здійснено детальне дослідження функціоналу застосунку Monobank та мобільних додатків ТОП-9 банків. Для систематизації та зручності порівняння виявлені функції було згруповано у два тематичні блоки, що охоплюють ключові сфери взаємодії користувача з мобільним банкінгом:

- 1) базові функції;
- 2) інноваційні сервіси нового рівня (сервіси «наступного покоління»).

Базові функції, тобто ті функції, які необхідні клієнтам і є основою будь-якого мобільного банківського застосунку, забезпечуючи можливість виконання щоденних фінансових операцій та доступу до основної інформації про рахунки. До цього блоку віднесено такі можливості, як:

- перегляд залишків на рахунках та картах;
- перекази між власними рахунками;

Таблиця 1

Частка банків по електронних платіжних засобах, за якими протягом лютого 2025 року була здійснена хоча б одна видаткова транзакція

Назва банку	Назва мобільного застосунку для фізичних осіб	кількість, шт. млн.	частка, %
КБ «ПриватБанк»	Privat24	30,6	54%
АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК» (Monobank)	monobank	9,2	16%
АТ «Ощадбанк»	Ощад	8,0	14%
АТ «Райффайзен Банк»	MyRaif	2,3	4%
АТ «А-БАНК»	abank24	1,8	3%
АТ «ПУМБ»	PUMB Online	1,3	2%
АТ «Укрсиббанк»	UKRSIB online 2.0	8,7	2%
АТ «СЕНС БАНК»	Sense SuperApp	5,6	1%
АБ «Укргазбанк»	EKO-BANK	0,49	1%
АТ «ОТП Банк»	OTP Bank UA	0,39	1%
Інші 51 банк та ТОВ «НоваПей»	-	1,7	3%
Всього		57,2	

Джерело: сформовано авторами за даними джерела [14]

- P2P перекази за номером картки;
- перекази за реквізитами IBAN;
- поповнення мобільного телефону;
- відкриття платіжних карток онлайн;
- відкриття картки 'Національний кешбек';
- відкриття депозитів онлайн в різних валютах;
- погашення кредитів через додаток;
- онлайн-підтримка;
- історії транзакцій;
- керування картками (блокування/розблокування, встановлення лімітів);
- оплата комунальних послуг.

Однак, в умовах насиченого ринку та зростаючих вимог клієнтів, наявність виключно базових функцій не забезпечує суттєвої конкурентної переваги та не є достатньою для формування високого рівня задоволеності клієнтів. На основі проведеного аналізу наукових джерел, ринкових даних, специфіки користувацького досвіду в Україні та нашого особистого досвіду, було визначено інноваційні сервіси нового рівня, тобто сервіси «наступного покоління», які підвищують цінність застосунку [17; 13; 15; 7].

До цього блоку ми відносимо наступні групи:

- 1) функції пов'язані із управлінням рахунками та ідентифікацією (табл. 2);
- 2) фінансові операції та сервіси (табл. 3);
- 3) безпека та персоналізація картки (табл. 4).

Результати аналізу функцій, пов'язаних з управлінням рахунками та ідентифікацією,

представлені в Таблиці 2, демонструють різний рівень діджиталізації цих процесів серед досліджуваних банків. Monobank, Privat24 та Sense SuperApp пропонують найбільш повний набір можливостей у цій групі, включаючи такі важливі для клієнтського досвіду функції, як відкриття кредиту готівкою онлайн, відображення різних типів рахунків (що особливо

важливо для ФОП), зручне підв'язування карток інших банків для поповнення, можливість керування подвійною конвертацією та оновлення документів онлайн, зокрема через сервіс «Дія». Наявність таких функцій безпосередньо впливає на зручність використання застосунку та швидкість отримання банківських послуг, мінімізуючи необхідність відвідування відділень або використання веб-версій банкінгу. Зокрема, онлайн-оновлення документів та можливість відкриття кредиту онлайн значно економлять час клієнта та відповідають його запитам на максимальну цифровізацію взаємодії з банком. Підв'язування карток інших банків спрощує процес поповнення рахунків, що є важливим аспектом у контексті мультибанкінгу, про який йшлося на початку розділу. Банки, що не мають цих функцій (наприклад, Ощад, UKRSIB online 2.0, ЕКО-BANK, ОТП Bank UA), суттєво відстають в діджиталізації критично важливих процесів, що може негативно позначитися на їхній привабливості для клієнтів, очікування яких постійно зростають. Лідерство Monobank та Privat24/Sense SuperApp свідчить про їхню орієнтацію на створення комплексного циф-

Таблиця 2

Порівняльний аналіз наявності функцій, пов'язаних із управлінням рахунками та ідентифікацією у мобільних застосунках досліджуваних банків

	Відкриття кредиту готівкою онлайн	Відображення різних типів рахунків, в т.ч. ФОП	Підв'язування карток інших банків для поповнення	Керування подвійною конвертацією	Оновлення документів онлайн (в т.ч. через 'Дію')
monobank	так	так	так	так	так
Privat24	так	так	так	так	так
Sense SuperApp	так	так	так	так	так
àbank24	так	так	ні	так	так
PUMB Online	так	ні	так	так	так
Ощад	ні	ні	ні	ні	ні
MyRaif	так	ні	ні	ні	так
UKRSIB online 2.0	ні	ні	ні	ні	ні
ЕКО-BANK	ні	ні	ні	ні	ні
ОТП Bank UA	ні	ні	ні	ні	ні

Джерело: складено авторами на основі особистого аналізу застосунків

рового середовища для управління фінансами клієнта.

Аналіз табл. 3 показує, що Monobank знову ж таки вирізняється найширшим спектром таких послуг, пропонуючи своїм клієнтам усі перелічені у даній таблиці функції. Хоча деякі з них присутні й у інших банків (наприклад, P2P перекази за номером телефону є у більшості), саме Monobank об'єднує їх усі в одному застосунку, створюючи відчуття інноваційності та широких можливостей. Такі сер-

віси, як купівля цінних паперів чи можливість збору коштів, не є базовими для повсякденного використання, однак їхня наявність значно підвищує цінність мобільного застосунку для окремих сегментів клієнтів та демонструє технологічність банку. Функція Shake-to-pay є прикладом нестандартного рішення, спрямованого на покращення користувацького досвіду та створення «вау-ефекту». Банки, що активно впроваджують подібні інноваційні фінансові послуги через мобільний канал,

Таблиця 3

Порівняльний аналіз наявності інноваційних фінансових операцій та сервісів у мобільних застосунках досліджуваних банків

	Купівля цінних паперів/ ОВДП	P2P перекази за номером телефону	Функція для збору коштів/ донатів	Потряси для оплати (Shake-to-pay)	Купівля полісів автострахування
monobank	так	так	так	так	так
Privat24	ні	так	так	ні	так
Sense SuperApp	так	так	так	ні	ні
àbank24	ні	так	ні	ні	так
PUMB Online	ні	так	так	ні	ні
Ощад	ні	так	ні	ні	так
MyRaif	ні	так	ні	ні	ні
UKRSIB online 2.0	ні	ні	ні	ні	ні
EKO-BANK	ні	так	ні	ні	так
OTP Bank UA	ні	ні	ні	ні	ні

Джерело: сформовано авторами на основі особистого аналізу застосунків

Таблиця 4

Порівняльний аналіз наявності функцій безпеки та персоналізації картки у мобільних застосунках досліджуваних банків

	Зміна PIN-коду картки в додатку	Вибір власного CVV у додатку	Керування 3D-Secure (увімкнення/вимкнення)	Керування підписками на ресурси і сервіси у додатку	Можливість оскарження операції клієнтом
monobank	так	так	так	так	так
Privat24	так	ні	ні	ні	так
Sense SuperApp	так	ні	ні	ні	так
àbank24	так	ні	ні	ні	так
PUMB Online	так	ні	ні	ні	так
Ощад	так	ні	ні	ні	так
MyRaif	так	ні	ні	ні	так
UKRSIB online 2.0	так	ні	ні	ні	так
EKO-BANK	так	ні	ні	ні	ні
OTP Bank UA	так	ні	ні	ні	так

Джерело: сформовано авторами на основі особистого аналізу застосунків

отримують конкурентну перевагу, оскільки вони не лише задовольняють існуючі потреби, але й формують нові стандарти та очікування на ринку.

Аналіз функцій, пов'язаних із безпекою та персоналізацією карток, представлений у табл. 4, показує, що Monobank пропонує значно більше можливостей прямого контролю над безпековими налаштуваннями та персоналізацією порівняно з більшістю інших банків. Хоча зміна PIN-коду картки в додатку є досить поширеною функцією серед ТОП-банків, такі опції, як вибір власного CVV у додатку, детальне керування налаштуваннями 3D-Secure, можливість керування підписками на ресурси і сервіси безпосередньо через застосунок та зручна функція оскарження операції, наявні переважно в Monobank та частково у Privat24 та Sense SuperApp.

Висновки. На основі проведеного аналізу функціональних характеристик мобільних банківських застосунків по напрямках «Управління рахунками та ідентифікація» (табл. 2), «Фінансові операції та сервіси» (табл. 3) та «Безпека та персоналізація картки» (табл. 4), можна зробити узагальнюючі висновки щодо рівня інноваційності та їх потенційного впливу на конкурентну позицію банків. Порівняння показало, що серед десяти найбільших банків України за кількістю активних платіжних карток, застосунок Monobank демонструє найбільш комплексний та інноваційний функціонал у всіх трьох досліджених напрямках «сервісів нового покоління». Він вирізняється не лише наявністю широкого спектру функцій, що спрощують управління рахунками та ідентифікацію, пропонують розширені фінансові операції (включно з унікальними для ринку (Shake-to-pay)), але й надає клієнтам значно більше інструментів для безпеки та персоналізації їхніх карток безпосередньо у застосунку. Хоча деякі банки з групи ТОП-9 (зокрема, Privat24 та Sense SuperApp) також активно впроваджують інноваційні рішення та мають сильні позиції в окремих групах, Monobank загалом випереджає конкурентів за глибиною покриття інноваційними функціями за всіма проаналізованими напрямками. Значна частина інших банків з ТОП-9 суттєво відстає у пропозиції цих «сервісів наступного покоління», зосереджуючись переважно на базовому функціоналі.

Домінування Monobank в інноваційній функціональності мобільного застосунку прямо корелює з його високими рейтингами серед користувачів та експертів, а також зі

значним зростанням ринкової частки, про що йшлося у вступі. Наявність розширених можливостей у мобільному додатку безпосередньо покращує клієнтський досвід, роблячи взаємодію з банком зручнішою та багатофункціональнішою. Інновації в сфері безпеки та персоналізації підвищують сприйняття надійності та дозволяють клієнтам краще контролювати свої фінанси. У сукупності ці фактори є потужними конкурентними перевагами, що дозволяють Monobank залучати та утримувати клієнтів в умовах високої конкуренції та схильності клієнтів до мультибанкінгу. Таким чином, результати аналізу підтверджують гіпотезу про те, що саме інноваційні функціональні характеристики мобільних банківських застосунків є ключовим фактором успіху на сучасному українському фінансовому ринку, і Monobank є яскравим прикладом необанку, який ефективно використовує цей інструмент для досягнення лідерських позицій. Банки, що прагнуть зміцнити свої ринкові позиції та підвищити задоволеність клієнтів, мають інвестувати у розширення та поглиблення функціоналу своїх мобільних застосунків, виходячи за рамки базових операцій.

У контексті старту Open Banking в Україні, критично важливим аспектом для банківських установ, які прагнуть зберегти або посилити своє лідерство у сегменті цифрових фінансових сервісів та виступати основним фінансовим інтерфейсом для клієнта, є пріоритетна інтеграція функціоналу, що дозволяє ефективно використовувати можливості Open Banking для збагачення користувацького досвіду у власному мобільному застосунку. Це передусім передбачає акцент на реалізації ролей Payment Initiation Service Provider (PISP) та Account Information Service Provider (AISP) з позиції агрегатора та споживача даних. Зокрема, ключовими пріоритетами є:

1) Агрегація фінансових даних з рахунків інших банків у межах власного застосунку. Імплементация функціоналу AISP з боку банку-агрегатора надає клієнтам можливість консолідовано переглядати інформацію про залишки та історію транзакцій за всіма їхніми рахунками, відкритими в різних українських банках, безпосередньо у звичному та зручному інтерфейсі (наприклад, у застосунку Monobank). В умовах поширеної практики мультибанкінгу, така функціональність суттєво підвищує зручність управління фінансами, перетворюючи застосунок банку-агрегатора на централізований хаб для повного фінансового моніторингу клієнта.

2) Ініціювання платіжних операцій з рахунків, відкритих в інших банках, через власний застосунок. Реалізація функціоналу PISP дозволяє клієнту здійснювати перекази коштів та оплату товарів/послуг зі своїх рахунків, відкритих в інших банках, безпосередньо через звичний та зручний інтерфейс (наприклад, Monobank). Це не тільки спрощує процес виконання платежів, але й значно підвищує цінність застосунку як комплексного інструмента фінансового менеджменту, незалежно від банку, де фізично розміщені кошти клієнта. Активне використання можливостей Open Banking для інтеграції даних та платіжних сервісів інших фінансових установ у власний цифровий канал є стратегічно важливим кроком для утримання та посилення клієнтської лояльності. В умовах, коли доступ до банківських даних та можливість ініціювати платежі стають стандартом для всіх ліцензованих учасників ринку, банк, який першим та найбільш якісно реалізує функції агрегації та ініціації у своєму застосунку, отримує значну конкурентну перевагу.

З огляду на результати проведеного аналізу функціоналу мобільних банківських застосунків, високий рівень технологічної зрілості застосунку Monobank створює сприят-

ливі передумови для ефективної та швидкої інтеграції зазначених Open Banking функцій. Це дозволить Monobank не тільки утримати існуючу клієнтську базу, але й розширити її за рахунок клієнтів, що цінують зручність централізованого управління фінансами. Водночас, проведений аналіз також свідчить, що інші банки з групи ТОП-9 мають різний рівень технологічного розвитку мобільних застосунків, і значна їх частина наразі відстає від лідерів за набором навіть інноваційних функцій. Банкам цієї групи критично необхідно прискорити процеси розвитку власних цифрових платформ паралельно з інтеграцією Open Banking функціоналу (як AISP та PISP), щоб залишатись конкурентоспроможними. Застосунки банків поза межами ТОП-9, функціонал яких часто обмежений навіть базовими операціями, потребують ще суттєвіших інвестицій та системної роботи для досягнення рівня, що дозволить повноцінно використовувати переваги Open Banking та конкурувати за клієнта на цифровому ринку. Таким чином, готовність банків до ефективної інтеграції та використання можливостей Open Banking стане ключовим фактором перерозподілу клієнтської активності та визначення лідерів цифрового банкінгу в Україні найближчим часом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 60% of Millennials Primarily Use Mobile Banking Apps. URL: <https://www.pymnts.com/news/digital-banking/2024/60percent-millennials-primarily-use-mobile-banking-apps/> (дата звернення: 03.02.2025).
2. Accenture. Banking Consumer Study 2025: Powering organic growth through customer advocacy. Accenture. 2025. URL: <https://www.accenture.com/fi-en/insights/banking/consumer-study-banking-advocacy-powering-growth> (дата звернення: 01.02.2025).
3. Building the AI bank of the future. McKinsey & Company. 2021. URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/building%20the%20ai%20bank%20of%20the%20future/building-the-ai-bank-of-the-future.pdf> (дата звернення: 05.02.2025).
4. monobank – перший цифровий банк. App Store. URL: <https://apps.apple.com/ua/app/monobank-перший-цифровий-банк/id1287005205?l=ru> (дата звернення: 06.02.2025).
5. monobank – перший цифровий банк. Google Play. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ftband.mono&hl=uk> (дата звернення: 06.02.2025).
6. Андрущенко І. С., Скидан В. Л. Цифрова трансформація банківського сектора України. Бізнес-інформ. 2023. № 12. С. 77–82. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-12_0-pages-77_82.pdf (дата звернення: 10.02.2025).
7. Бегаль І. Рейтинг банківських додатків. Чи є конкуренти у моно? Чи зміг «Ощад» обійти «Райф» та OTP? Яке місце у ТОП-10 посідає «Приват»? Дослідження асоціації ЄМА. Forbes Ukraine. 2023. URL: <https://forbes.ua/money/rejting-bankivskikh-dodatkov-chi-e-konkurenti-u-mono-chi-zmig-oshchad-obiyti-rayf-ta-otp-yake-mistse-u-top-10-posidaie-privat-doslidzhennya-asotsiatsii-ema-10052023-13576> (дата звернення: 03.02.2025).
8. Гасій, О., Скорба, О., Рошко, Н. Вплив інтернет-банкінгу та мобільних додатків на зручність та доступність банківських послуг для клієнтів в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-100>.
9. Копилова О. В., Пічугіна Ю. В., Гончар К. О. Діджиталізація банківського сектору України – виклики та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-47>.

10. Краснова І. В., Щеглюк М. С., Тур Г. О., Fintech та цифрові трансформації на фінансовому ринку. *Ефективна економіка*. 2023. № 4. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.4.15>
11. Кретов, Д., & Міндова, О. Цифровізація банківського сектору України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2024 № 2(49). С. 223–228. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-35>.
12. Латковська, Т. А., Марущак, А. В., Олексій, У. О. Правові та теоретичні проблеми визначення інтернет-банкінгу в Україні. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2021. Вип. 36. Ч. 1. С. 27–34. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/17978/Legal%20and%20theoretical%20problems%20of%20determining%20the%20Internet%20banking%20in%20Ukraine.pdf?sequence=1> (дата звернення: 01.02.2025).
13. Найбільш корисні функції банківських додатків за версією «Мінфіну». URL: <https://minfin.com.ua/ua/2024/09/03/134344912/> (дата звернення: 02.02.2025).
14. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 10.02.2025).
15. Переможці в номінації «Мобільний банкінг». URL: <https://banksrating.com.ua/top-25-2024/peremozhtsi-v-nominatsiyi-mobilnyj-banking-3/> (дата звернення: 02.02.2025).
16. Семенов А. Ю., Пахненко О. М., Шалда А. А. Необанки в Україні: особливості, тренди та перешкоди розвитку. *Modern Economics*. 2023. № 39. С. 131–137. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V39\(2023\)-20](https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-20).
17. Українці назвали найбільш очікувані функції, які хотіли б бачити в цифровому банкінгу (інфографіка). URL: <https://news.finance.ua/ua/ukrainci-nazvaly-naybil-sh-ochikuvani-funkcii-yaki-hotily-b-bachity-v-cyfvomu-bankinhu-infohrafika> (дата звернення: 03.02.2025).

REFERENCES:

1. 60% of Millennials Primarily Use Mobile Banking Apps. (2024). PYMNTS . Available at: <https://www.pymnts.com/news/digital-banking/2024/60percent-millennials-primarily-use-mobile-banking-apps/> (Accessed: February 03, 2025).
2. Accenture. Banking Consumer Study 2025. (2025). Powering organic growth through customer advocacy . Accenture. Available at: <https://www.accenture.com/fi-en/insights/banking/consumer-study-banking-advocacy-pow-ering-growth> (Accessed: February 01, 2025).
3. McKinsey & Company. (2021). Building the AI bank of the future . Available at: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/building%20the%20ai%20bank%20of%20the%20future/building-the-ai-bank-of-the-future.pdf> (Accessed: February 05, 2025).
4. Monobank – pershyi tsyrovyy bank [Monobank – the first digital bank]. (n.d.). App Store. Available at: <https://apps.apple.com/ua/app/monobank-перший-цифровий-банк/id1287005205?l=ru> (Accessed: February 06, 2025).
5. Monobank – pershyi tsyrovyy bank [Monobank – the first digital bank]. (n.d.). Google Play. Available at: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ftband.mono&hl=uk> (Accessed: February 06, 2025).
6. Andriushchenko I. S., Skydan V. L. (2023). Tsyfrova transformatsiia bankivskoho sektora Ukrainy [Digital transformation of the banking sector of Ukraine]. *Biznes-inform – Business information*, vol. 12, pp. 77–82. Available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2023-12_0-pages-77_82.pdf (Accessed: February 10, 2025).
7. Begal, I. (2023). Reitynh bankivskykh dodatkov. Chy ye konkurenty v mono? [Ranking of banking apps. Does mono have competitors?]. *Forbes Ukraine*. Available at: <https://forbes.ua/money/rejting-bankivskikh-dodatkov-chi-e-konkurenti-u-mono-chi-zmig-oshchad-obyti-rayf-ta-otp-yake-mistse-u-top-10-posidae-privat-doslidzhennya-asotsiatsii-ema-10052023-13576> (Accessed: February 03, 2025).
8. Hasii, O., Skorba, O., & Roshko, N. (2024). Vplyv internet-bankinhu ta mobilnykh dodatkov na zruchnist ta dostupnist bankivskykh posluh dlia kliientiv v Ukraini [Impact of internet banking and mobile apps on the convenience and accessibility of banking services for clients in Ukraine]. *Economics and Society*. 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-100>
9. Kopylova O. V., Pichuhina Y. V., Honchar K. O. (2023). Didzhytalizatsiia bankivskoho sektoru Ukrainy – vyklyky ta perspektyvy [Digitization of the banking sector of Ukraine – challenges and prospects]. *Ekonomika ta suspilstvo*. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-47> .
10. Krasnova I. V., M. S. Shchehliuk M. S., Tur H.O. (2023). Fintech ta tsyfrovi transformatsii na finansovomu rynku [Fintech and digital transformations in the financial market]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*. 4. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.4.15> .
11. Kretov, D., & Mindova, O. (2024). Tsyfrovizatsiia bankivskoho sektoru Ukrainy: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Digitalization of the banking sector of Ukraine: current state and development prospects]. *Sustainable Economic Development*. 2(49), pp. 223–228. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-35>.

12. Latkovska, T. A., Marushchak, A. V., & Oleksii, U. O. (2021). Pravo-vi ta teoretychni problemy vyznachennia internet-bankinhu v Ukraini [Legal and theoretical problems of defining internet banking in Ukraine]. *Financial and Credit Activities: Problems of Theory and Practice*, vol. 36(1), pp. 27–34. Available at: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/17978/Legal%20and%20theoretical%20problems%20of%20determining%20the%20Internet%20banking%20in%20Ukraine.pdf?sequence=1> (Accessed: February 01, 2025).
13. Naibilsh korysni funktsii bankivskykh dodatviv za versiieiu «Minfin» [Most useful banking app functions according to “Minfin”]. (2024). Minfin. Available at: <https://minfin.com.ua/ua/2024/09/03/134344912/> (Accessed: February 02, 2025).
14. Ofitsiinyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy [Official website of the National Bank of Ukraine]. (n.d.). Available at: <https://bank.gov.ua/> (Accessed: February 10, 2025).
15. Peremozhtsi v nominatsii «Mobilnyi bankinh» [Winners in the «Mobile Banking» category]. (2024). Available at: <https://banksrating.com.ua/top-25-2024/peremozhtsi-v-nominatsiyi-mobilnyj-banking-3/> (Accessed: February 02, 2025).
16. Semenoh, A. Yu., Pakhnenko, O. M., & Shalda, A. A. (2023). Neobanky v Ukraini: osoblyvosti, trendy ta pereshkody rozvytku [Neobanks in Ukraine: Features, Trends and Obstacles to Development]. *Modern Economics*. 39, pp. 131–137. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V39\(2023\)-20](https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-20)
17. Ukrainci nazvaly naibil'sh ochikuvani funktsii, yaki khotily b bachyty v tsyfrovomu bankinhu (inhrafika) [Ukrainians named the most anticipated features they would like to see in digital banking (infographic)]. Available at: <https://news.finance.ua/ua/ukrainci-nazvaly-naybil-sh-ochikuvani-funkcii-yaki-hotily-b-bachyty-v-cyfrovomu-bankinhu-infohrafika> (Accessed February 03, 2025).