

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

ФАКУЛЬТЕТ КОМП'ЮТЕРНИХ НАУК І ТЕХНОЛОГІЙ
(повне найменування інституту, факультету)

КАФЕДРА «СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ТА ОБЧИСЛЮВАЛЬНА
МАТЕМАТИКА»
(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка
до дипломного проекту (роботи)
магістр
(ступінь вищої освіти)

на тему **Моделювання управління цільовою аудиторією банків України в умовах війни**

Виконала: студент(ка) 2 курсу, групи КНТ-813м

Спеціальності 124 – Системний аналіз
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма (спеціалізація)
«Інтелектуальні технології та прийняття рішень
в складних системах»

_____ ПОЛЕЩУК Н.О.

Керівник _____ БАКУРОВА А.В.

Рецензент _____ ЛОЗОВСЬКА Л.І.

2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
(повне найменування закладу вищої освіти)

Факультет Комп'ютерних наук і технологій
Кафедра «Системний аналіз та обчислювальна математика»
Ступінь вищої освіти магістр
Спеціальність 124 – Системний аналіз
(код і найменування)

Освітня програма
«Інтелектуальні технології та прийняття рішень в складних системах»

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о.завідувача кафедри

Е.В.ТЕРЕЩЕНКО

« 22 » грудня 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА(КИ)

ПОЛЕЩУК Наталії Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи) Моделювання управління цільовою аудиторією банків України в умовах війни

керівник проєкту (роботи) Бакурова Анна Володимирівна, д. е. н., проф. ,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від « 20 » листопада 2024 року
№480

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) « 22 » грудня 2024 року

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) Дані сайтів українських банків, сайту Національного банку України, Міністерства фінансів

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) В першому розділі виконується аналіз стану банківської системи України в роки війни, вплив інфляції на фінансову систему, а також поняття депозиту як одного з інструментів управління. В другому – розглянуто суть методів маркетингу в соціальних мережах (SMM) та застосовано для аналізу цільової аудиторії банків України, досліджено трафік сайтів банків. В третьому розділі побудовано когнітивну модель для аналізу функціонування банківської системи в умовах війни та розроблено прототип експертної системи на основі нечіткої логіки у пакеті MATLAB для вибору ефективної депозитної стратегії.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
1	БАКУРОВА А.В., д-р екон. наук, проф.	02.09.2024	17.10.2024
2	БАКУРОВА А.В., д-р екон. наук, проф.	18.10.2024	20.11.2024
3	БАКУРОВА А.В., д-р екон. наук, проф.	21.11.2024	03.01.2025
Нормоконтроль	ШИРОКОРАД Д.В., к.ф.-м.н., доцент	26.12.2024	20.01.2025

7. Дата видачі завдання « 08 » березня 2024 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1	Сформулювати мету та основні завдання дипломної роботи	08.03.2024 – 30.03.2024	
2	Опрацювати літературу та існуючі дослідження за темою роботи	02.04.2024 – 20.04.2024	
3	Розробка програмної реалізації для вирішення задачі	20.04.2024 – 19.08.2024	
4	Розрахунки та аналіз даних	19.08.2024 – 30.09.2024	
5	Оформлення пояснювальної записки	03.10.2024 – 24.10.2024	
6	Попередній захист дипломної роботи та отримання рецензій.	20.12.2024 – 26.12.2024	
7	Захист дипломної роботи.	23.01.2025	

Студент _____ ПОЛЕЦУК Н.О.
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник проєкту (роботи) _____ БАКУРОВА А.В.
 підпис) (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

ПЗ: 98 с.; 28 рис.; 22 табл.; 25 джерело.

Об'єкт дослідження – банківська система України та особливості її функціонування в умовах проведення бойових дій.

Предмет дослідження – система методів аналізу банківської системи: маркетингові для аналізу цільової аудиторії, когнітивного моделювання, нечіткого логічного виведення, доменів успішності роботи головних сайтів українських банків.

Мета – побудувати комплексну методику для аналізу функціонування банківської системи в умовах війни, використовуючи маркетинговий підхід для аналізу цільової аудиторії; розробка прототипу експертної системи для оцінки ефективності від депозитних вкладень на основі алгоритмів нечіткого виведення.

В дипломній роботі представлено аналіз конкурентоспроможності банківських установ в соціальних мережах; аналіз трафіку фінансових сайтів; показники пошукової оптимізації.

Ключові слова: БАНК, ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, МАРКЕТИНГОВІ ДАНІ, МОДЕЛЮВАННЯ, НЕЧІТКА ЛОГІКА, SEO, SMM, КЛЮЧОВІ СЛОВА, ДОМЕН

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ.....	2
РЕФЕРАТ	4
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ.....	7
ВСТУП.....	9
1 ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТУ ДОСЛІДЖЕННЯ	10
1.1 Опис стану банківської системи України у 2024 році .. Error! Bookmark not defined.	
1.2 Вплив інфляції на фінансову систему України	12
1.3 Поняття депозиту та юридичні аспекти його укладення.....	16
2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ	212
2.1 Суть SMM банківської системи	Error! Bookmark not defined. 2
2.2 SMM просування фінансових установ.....	23
2.3 Аналіз частоти публікацій контенту.....	36
2.4 Аналіз цільової аудиторії банків.....	37
3. АНАЛІЗ БАНКІВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВИХ ДАНИХ Error! Bookmark not defined. 9	
3.1 Аналіз Web–трафіку за допомогою Similarweb.....	39
3.2 Релевантність пошуку банків України.....	40
3.3 Географія цільової аудиторії.....	44
3.4 Аналіз трафіку сайтів українських банків.....	45
3.5 Відвідування з плином часу.....	48
4 МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	52
4.1 Когнітивна модель банківської системи в умовах воєнного стану	52

4.2 Оцінка ефективності від депозитних вкладень на основі алгоритмів нечіткого виведення в MATLAB	58
5 SEO ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ.....	72
5.1 Поняття SEO.....	72
5.2 SEO характеристика сайтів банків.....	74
5.3 Аналіз доменів українських банків.....	88
ВИСНОВКИ	92
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	94

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

НБУ – Національний банк України
ФГВФО – Фонд Гарантування Вкладів Фізичних Осіб
МВФ – Міжнародний валютний фонд
ГДОУ – Головні державні органи управління
SMM (Social Media Marketing) – Маркетинг у соціальних мережах
УТП – Унікальна Торгова Пропозиція
FB (Facebook) – Фейсбук
IG (Instagram) – Інстаграм
YT (You Tube) – Ютуб
TT (Tik Tok) – Тік Ток
IN LinkedIn) – Лінкедин
KPI – Ключовий Показник Ефективності
SEO (Search Engine Optimization) – Пошукова оптимізація
SERP (Search Engine Results Pages) – Сторінки результатів пошуку
PPC (Pay Per Click) – Оплата за клік
URL (Uniform Resource Locator) – Уніфікований пошук ресурсу
XML (Extensible Markup Language) – розширюваний язык разметки

ВСТУП

В даний час в Україні існує велика загроза для життя її громадян, існування та розвитку економіки, збереження інфраструктури країни. Ці фактори в значній мірі впливають на фінансову систему України. Корупція, що існувала в країні до початку озброєних дій, отримала значний поштовх під час воєних дій. Існування в країні значної кількості озброєння ці ситуації негативно впливають на стабільність існування порядку в країні, зокрема на збереження надійності та безпечності фінансової ситуації. Особливо в ситуації коли головний закон України, тобто Конституція знаходиться на паузі.

В даний час в Україні існує велика загроза для життя її громадян, існування та розвитку економіки, збереження інфраструктури країни. Ці фактори в значній мірі впливають на фінансову систему України. Корупція, що існувала в країні до початку озброєних дій, отримала значний поштовх під час воєних дій. Існування в країні значної кількості озброєння ці ситуації негативно впливають на стабільність існування порядку в країні, зокрема на збереження надійності та безпечності фінансової ситуації. Особливо в ситуації коли головний закон України, тобто Конституція знаходиться на паузі.

Тому об'єкт дослідження дипломної роботи визначає банківська система України та особливості її функціонування в умовах проведення бойових дій.

Предмет дослідження складає система методів аналізу банківської системи: маркетингові для аналізу цільової аудиторії, когнітивного моделювання, нечіткологічного виведення, доменів успішності роботи головних сайтів українських банків.

Мета – побудувати комплексну методику для аналізу функціонування банківської системи в умовах війни, використовуючи маркетинговий підхід для аналізу цільової аудиторії.

Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання:

- проаналізувати банки , застосовуючи маркетингові методи;
- визначити особливості банків України в сучасних умовах;
- проаналізувати дані стосовно цільової аудиторії;
- проаналізувати можливість розвитку банківської системи України в умовах бойових дій;
- порівняти результати, що отримані в Матлаб для різних банків країни;
- порівняти дані пошукової оптимізації головних сайтів банків України;
- зробити висновки стосовно існування в подальшому банківської системи України.

Наукова новизна дипломної роботи полягає в побудові когнітивної моделі банківської системи в умовах воєнного стану, розвитку моделі нечіткологічного виведення для фінансових установ країни, аналізі пошукових запитів фінансових установ України.

Практичну цінність складають результати – надання рекомендацій з обрання ефективної депозитної стратегії для банку та для вкладника.

Питання розглянуті в цій дипломній роботі розглядалися під час проведення конференцій:

- науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених «Сучасні інформаційні технології: Теорія, практика, перспективи»;
- всеукраїнської Інтернет-конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених.

1 ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТУ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Опис стану банківської системи України у 2024 році

15 березня 2024 року Національний банк України (НБУ) знизив облікову ставку з 15 до 14,5% – вже в'яте з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Регулятор розраховує, що таке послаблення монетарної політики не призведе до відчутного зниження ставок за депозитами, гривневі вклади залишаться вигідними для населення. Кредити ж можуть подешевшати на 2-3%, прогнозують в банківському секторі.

У НБУ запевнили, що зниження облікової ставки на 0,5 відсоткових пункти підтримає відновлення економіки без загрози макрофінансової стійкості. Ситуація на валютному ринку залишиться контрольованою, інфляція – помірною, а прибутковість гривневих інструментів для заощаджень привабливою – [1].

При цьому Нацбанк також знизив ставку за тримісячними депозитними сертифікатами для банків, з 19% до 17,5%. Також зменшується ставка за кредитами рефінансування – з 21 до 19,5%. Ці ставки залишаються вищими за облікову. Це необхідно саме для того, щоб не допустити падіння ставок за депозитами [1].

При ухваленні рішення стосовно зниження облікової ставки 15.03.2024, враховувалися такі тенденції:

- уповільнення інфляції, тобто зростання споживчих цін;
- збереження стійкої ситуації на валютному ринку;
- позитивні зрушення у питаннях отримання зовнішньої допомоги.

За інформацією, наданою у НБУ, обсяг вкладень українців в ОВДП та депозити терміном понад три місяці стабільно зростали. Це обмежувало попит на валюту, а отже, сприяло і уповільненню інфляції.

У Нацбанку додали, що готові й надалі знижувати облікову ставку. Однак такі кроки НБУ продовжить лише при врахуванні балансу ризиків для інфляції та курсової стійкості. "При стійкому зниженні цих ризиків НБУ продовжить кроки щодо зниження облікової ставки та пом'якшення обмежень. Це підтримає відновлення економіки та розвиток кредитування", – резюмували у регуляторі [2].

Облікова ставка та її похідні – це вартість кредитів НБУ комерційним банкам, які можуть отримати від нього довгострокове чи короткострокове рефінансування. Від облікової ставки залежить вартість кредитів, що надаються Нацбанком комерційним банкам. Тобто що вона нижча, то дешевше банки пропонують кредити, і то більше позичальників оформляють позички. Зниження облікової ставки також сигналізує про уповільнення споживчої інфляції [3].

За прогнозами банкірів, ставки за акційними гривневими депозитами в залежності від терміну розміщення коштів можуть досягти 17% річних, що вище за звичайні "розцінки". Втім, такі акції будуть точковими та короткочасними, а середні відсотки залишаться незмінними [1].

1.2 Вплив інфляції на фінансову систему України

Інфляція помірно пришвидшилась у 2024 році – до 8,2%, але вже наступного року знизиться до 6%, а надалі – до 5%.

Очікувалось, що у 2024 році інфляція залишатиметься низькою, хоч і розвернеться в бік зростання. У II кварталі вона повернеться до цільового діапазону НБУ $5\% \pm 1$ в. п. та тимчасово вийде за його межі в другому півріччі. Прогноз НБУ передбачає пришвидшення інфляції до 8,2% за підсумками 2024 року. Це відбудеться як через тиск з боку витрат бізнесу на

оплату праці та подальше відновлення споживчого попиту, так і через вичерпання впливу тимчасових чинників, що зумовили стрімкіше зниження інфляції на початку року.

Хоча очікується, що рівень інфляції залишиться низьким у 2024 році, очікується, що він перетвориться на зростання. У другому кварталі прибутковість повернеться до цільового діапазону НБУ $5\% \pm 1\%$, пан І він тимчасово перевищить цю межу пізніше цього року. Прогноз НБУ передбачає, що до кінця 2024 року інфляція зросте до 8,2%. Це станеться в результаті як тиску вартості робочої сили для бізнесу, так і подальшого відновлення споживчого попиту, а також зникнення впливу тимчасових факторів, які призвели до різкого зниження інфляції на початку цього року [2].

Водночас зростання цін уповільниться через послаблення зовнішнього цінового тиску та заходи монетарної політики НБУ. Підтримання контрольованих умов на валютному ринку допомагає контролювати інфляцію та очікування обмінного курсу, тим самим створюючи можливості для подальшого зниження облікової ставки. Це сприятиме розвитку кредитування та відновленню економіки, забезпечуючи при цьому захист гривневих заощаджень від інфляційного знецінення. НБУ коригуватиме монетарну політику, якщо суттєво зміниться баланс ризиків щодо інфляції та стабільності валютного ринку, а за сприятливих подій прискорить цикл зниження ставок [2].

Економічне відновлення триватиме завдяки високій адаптивності українського бізнесу та населення. Цьому також сприятиме м'яка фіскальна політика, пожвавлення зовнішнього попиту, подальша розбудова експортних шляхів та зростання доходів домогосподарств. Однак негативний вплив війни на економічну активність залишається значним.

Попит на робочу силу у 2024 році й надалі зростає, водночас пропозиція залишається обмеженою через подальшу міграцію за кордон, мобілізацію, потреби в адаптації ВПО та посилення диспропорцій на ринку

праці. Швидке зростання попиту на працівників в умовах обмеженої пропозиції призвело до скорочення рівня безробіття. Про поліпшення ситуації із зайнятістю свідчили результати опитувань населення.

НБУ зберігає незмінним прогноз дефіциту бюджету на 2024 рік на рівні 20,7% ВВП. Вагомим джерелом його покриття залишатиметься міжнародна допомога, яка цього року становитиме 37,9 млрд дол. США. В наступні роки очікується поступове зменшення зовнішнього фінансування – у 2025 році до 25,1 млрд дол. США, а у 2026 році – до 12,6 млрд дол. США.

Завдяки стійкості економіки та людей України економічне відновлення триватиме. Цьому також сприятимуть пом'якшення фіскальної політики, відновлення зовнішнього попиту, подальше розширення експортних маршрутів і зростання доходів населення. Проте негативний вплив війни на економічну діяльність залишається значним [3].

У той час як попит на робочу силу продовжить зростати в 2024 році, пропозиція робочої сили залишатиметься обмеженою через транскордонну міграцію, мобілізацію, триваючі адаптаційні потреби внутрішньо переміщених осіб і розширення нерівності на ринку праці. Поєднання різкого попиту на робочу силу та обмеженої пропозиції призвело до зниження рівня безробіття. Результати перепису випадків показали, що ситуація із зайнятістю покращується.

НБУ зберіг прогноз дефіциту бюджету на 2024 рік на рівні 20,7% ВВП. Основним джерелом її фінансування залишається міжнародна допомога, яка цього року, як очікується, досягне 37,9 мільярда доларів. Сполучені Штати Протягом наступних кількох років очікується, що зовнішнє фінансування поступово скорочуватиметься, досягнувши 25,1 мільярда доларів у 2025 році. У США очікується, що до 2026 року він досягне 12,6 мільярда доларів. Сполучені Штати [3].

Найбільшим ризиком для фінансових перспектив залишається повна війна. Підвищені ризики безпеки та пов'язана з цим затримка повернення

економіки до нормального функціонування матимуть значний вплив на ключові макропоказники [3].

Найважливішим чинником підтримки економіки є збереження більш поміркованої фіскальної політики протягом більш тривалого періоду, ніж у базовому сценарії [3].

Дефіцит бюджету без урахування субсидій становитиме 18% ВВП у 2025 році та 12% ВВП у 2026 році. Більший дефіцит бюджету в 2025-2026 роках буде профінансовано за рахунок додаткових внутрішніх і міжнародних запозичень. Зокрема, альтернативний сценарій передбачає 28,7 млрд доларів США міжнародної допомоги [3]. У США в 2025 році він становитиме 18,5 млрд доларів. Америка в 2026 році. При реалізації альтернативного сценарію очікується, що споживча інфляція тимчасово прискориться до 8,6% до кінця 2024 року, але потім сповільниться до 5,0-5,5% протягом наступних кількох років. Таким чином, інфляція розвиватиметься так само, як і в базовому сценарії, але для її підтримки НБУ потребуватиме збільшення валютних резервів.

Національний банк України (НБУ) має завдання підтримувати низьку та стабільну інфляцію. Інфляційні очікування відіграють ключову роль у досягненні цієї мети, оскільки вони впливають на рішення людей щодо споживання та заощаджень, а також інвестиційні рішення компаній. З цієї причини центральні банки приділяють велику увагу управлінню інфляційними очікуваннями та продовжують вивчати фактори, які впливають на їх формування та зміну. Як показали попередні дослідження, інфляційні очікування в Україні сильно залежать від попередніх рівнів інфляції, поточного стану валютного ринку та динаміки цін на найчастіше використовувані товари та послуги. Недавнє опитування НБУ показує, що важливу роль відіграють також довіра до ЦБ України та банківської системи, рівень фінансової грамотності та відкритість фінансової комунікації [3].

Таким чином, чим більша довіра бізнесу до НБУ, тим ближче його інфляційні очікування до цілі та опублікованих прогнозів. Чим більше довіри

до банків, тим менші очікування людей, особливо довгострокові. Активна комунікація НБУ допоможе заспокоїти атмосферу на валютному ринку, знизити інфляційні очікування фінансистів, підвищити рівень фінансової грамотності, а отже – короткострокові очікування населення. Тому НБУ має зміцнювати довіру до своєї політики через якісну комунікацію та заходи щодо підвищення фінансової грамотності громадян. Досвід НБУ показує, що ці заходи можуть бути ефективними навіть в умовах безпрецедентної невизначеності в умовах тотальної війни [3].

Макроекономічні прогнози є ключовою частиною рішень монетарної політики. Від її правильності залежить ефективність грошово-кредитної політики НБУ. Тому щорічна оцінка та аналіз якості прогнозів, навіть в умовах тотальної війни, є необхідною частиною процесу прийняття рішень НБУ. На цьому тлі НБУ порівняв точність власних прогнозів за чотирма показниками – інфляцією, ВВП, сальдо поточного рахунку та ключовою відсотковою ставкою НБУ – з прогнозами інших організацій.

Протягом 2023 року прогнози НБУ були загалом більш консервативними, ніж у інших учасників ринку. Це пояснюється тим, що втрати від помилок монетарної політики є асиметричними. Тобто більш оптимістичні прогнози призведуть до вищих збитків, а більш консервативні – до менших. За точністю прогнозу НБУ займає середню позицію порівняно з іншими оцінюваними організаціями [4].

Наприклад, прогнози інфляції на 2023 рік поступово переглядають у бік зниження як НБУ, так і інші організації. У січні 2023 року НБУ прогнозував, що до кінця року інфляція сягне 18,7%. Справжня вартість виявилася значно меншою. При цьому точність прогнозів НБУ

ІСЦ на 2023 рік залишилася порівнянною з прогнозами попереднього року. Загалом точність інфляційних прогнозів НБУ вище середнього. У рейтингу невивірених помилок прогнозу прогноз НБУ виявився одним із найкращих [4].

1.3 Поняття депозиту та юридичні аспекти його укладення

Відповідно до частини першої статті 63 Закону України «Про платіжні послуги» вкладний рахунок клієнта - це рахунок, який відкривається банком за дорученням клієнта за договором з метою зберігання коштів, наданих клієнтом банку. Це обліковий запис. Банківська кредитна організація отримує кредит під певний відсоток (дохід) на певний строк або без зазначення такого строку і зобов'язується повернути його відповідно до умов договору [5].

Договір банківського вкладу (депозиту) – це угода, за якою одна сторона (банк) отримує певну суму грошей (депозит) від іншої сторони (вкладника) або для неї та сплачує цю суму плюс відсотки вкладнику контракт, на який ви погоджуєтесь на умовах та в порядку, встановлених договором, або в іншій формі отримання доходу (гіперпосилання «<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>» Цивільного кодексу України. 1058 ч. Кодексу України (далі – ЦК України): односторонній; Договір банківського вкладу, де вкладником є фізична особа, є публічним договором ст. 633 ЦК України ст. 633 ЦК України 6 ст.

Сторонами договору є банк та власник рахунку. Банк є юридичною особою, яка має виключне право на надання банківських послуг на підставі банківської ліцензії (ст. 1). (ст. 2 Закону України про банки і банківську діяльність).

Учасником може бути будь-яка особа, яка визнається учасником цивільних правовідносин у межах своєї правосуб'єктності.

Предметом договору банківського вкладу є грошова сума, тобто вклад (гривня, валюта).

Договір банківського вкладу має бути укладений у письмовій формі.

Договір вкладу вважається укладеним, якщо внесення грошових коштів підтверджено договором вкладу з видачею вкладної книжки, сертифіката або іншого документа, що відповідає вимогам, встановленим законом.

Інші нормативно-правові акти у сфері банківської діяльності (банківські правила) та звичаї ділового обороту.

Ощадний сертифікат (депозитний сертифікат) – це договір про внесення грошової суми в банк і для вкладника (власник сертифіката) на отримання суми вкладу та відсотків, зазначених у сертифікаті. Закінчення визначеного терміну Цінний папір, що підтверджує ваше право на отримання від банку. Видається (стаття 1). ст.1065 ЦК України). У разі недотримання умов договору вкладу договір буде недійсним.

Основні види банківських вкладів:

1. Поточний рахунок - вклади видаються на першу вимогу вкладника (за договором поточного рахунку банк зобов'язаний повернути вклад або його частину) Вклади на першу вимогу вкладника.

2. Депозит з правом вільного отримання коштів клієнтами банків (клієнт банку має право отримати кошти у будь-який потрібний йому час в розмірі тілу депозиту та нарахованих відсотків)

3. Строковий вклад - вклад повертається після закінчення встановленого договором строку (у банківському договорі строкового вкладу банк зобов'язаний виплатити вклад і нараховані відсотки після закінчення встановленого договором строку) . Договір банківського вкладу). Строкові вклади в банку та відсотки за ними повертаються вкладнику на вимогу вкладника до закінчення строку дії договору або до настання іншої події, визначеної договором, відповідно до умов договору. .Це можливо тільки якщо Умови договору строкового вкладу банку. Якщо вкладник не вимагає повернення визначеної суми вкладу після закінчення строку, визначеного договором вкладу, або якщо повернення суми вкладу здійснюється на інших умовах повернення, після настання події, визначеної договором. Якщо інше не передбачено цим Договором, договір вважається укладеним на умовах

депозиту до запитання. Контракт може передбачати виплату певної суми з дотриманням інших умов щодо повернення.

Банк виплачує вкладнику відсотки на суму вкладу, визначену депозитним договором.

Якщо розмір відсотків не встановлений договором, банк зобов'язаний сплачувати відсотки за ставкою НБУ [5].

Договором може бути передбачено внесення грошової суми на інших умовах її повернення.

Банк виплачує вкладникові відсотки на суму вкладу в розмірі, встановленому договором банківського вкладу.

Якщо договором не встановлений розмір відсотків, банк зобов'язаний виплачувати відсотки у розмірі облікової ставки Національного банку України.

У разі зниження банком відсоткових ставок за поточними рахунками нові відсоткові ставки застосовуватимуться до вкладів, оформлених до повідомлення банком вкладників про зниження відсоткової ставки через місяць після дати повідомлення. Відповідні повідомлення, якщо інше не передбачено договором. Розмір відсотків за строковими вкладками або вкладками, укладеними на договірних умовах повернення, при настанні певних обставин не може бути зменшено банком в односторонньому порядку, якщо інше не встановлено законом. Умова щодо права банку в односторонньому порядку змінювати фіксовану відсоткову ставку за депозитом є недійсною.

Відсотки за банківськими вкладками нараховуються з наступного дня після надходження банком вкладу до дня перед списанням коштів з рахунка вкладника для повернення або з іншої причини.

Відсотки за банківськими вкладками виплачуються на вимогу вкладника в кінці кожного кварталу окремо від суми вкладу, а будь-які відсотки, не витребувані протягом цього періоду, зараховуються, якщо не зазначено інше, вони додаються до суми вкладу. Договір банківського вкладу. У разі

повернення депозиту вам буде виплачено всі нараховані до цього моменту відсотки. Фізична особа може укласти (внести) договір банківського вкладу [5] на користь третьої особи. Особа набуває прав вкладника з моменту, коли вона подає до Банку свою першу вимогу щодо цих прав або іншим чином вказує на свій намір скористатися цими правами [5].

Доки фактичний власник вкладу не набуде прав вкладника, ці права належать особі, яка внесла вклад.

Обов'язковою умовою договору банківського вкладу є визначення найменування вкладника (ст. 28 ЦК України) [6].

У разі відмови вкладоодержувача від цього особа, яка уклала договір завдатку від імені третьої особи, має право вимагати повернення вкладу або змінити його на своє ім'я.

Обов'язки банків:

1. Зберігання коштів вкладників.
2. Внесення вкладів на вимогу вкладників згідно з договором банківського вкладу.
3. Страхування депозиту
4. Надання документу, що підтверджує отримання депозиту.
5. Повідомлення вкладників про зміни стану та умов вкладів.
6. Виплачування фіксованих відсотків за вкладами.

Права поклажодавця:

1. Право отримання всієї або частини переданої на зберігання речі.
2. Поповнення депозиту особисто або через агента.
3. Переведення депозиту на інший банківський рахунок.
4. Отримання доходу від вкладів (відсотки).
5. Управління вкладами на випадок смерті. Достроково розірвати договір [7].

Відповідно до ст. 651 ЦК України зміна або розірвання договору допускається лише за згодою сторін, якщо інше не встановлено договором або законом. Зміни до договору не вплинуть на зобов'язання сторін і

продовжуватимуть діяти навіть у зміненому вигляді.

Зміна зобов'язання може передбачати як зміну окремих умов договору (предмету, місця, строку виконання тощо), так і їх часткове припинення. Після розірвання всі зобов'язання сторін за цим Договором припиняються. Ця Угода може бути змінена або розірвана за рішенням суду на вимогу будь-якої зі сторін, якщо будь-яка зі сторін суттєво порушує цю Угоду, або в будь-якому іншому випадку, передбаченому договором або законом. Порушення стороною договору визнається істотним, якщо завдана цим шкода істотно позбавляє другу сторону того, на що вона розраховувала при укладенні договору. У разі односторонньої відмови від договору повністю або частково, якщо така відмова передбачена договором або законом, договір розривається або відповідно змінюється.

Постановою Великої колегії Верховного Суду від 10.04.2019 у справі № 463/5896/14-ц[8] (про призначення відповідальних працівників, які мають право укладати договори банківського вкладу) є банк, система управління оформленням касових документів. та ведення касових операцій, недотримання вимог ЗУ у сфері здійснення банківських операцій та внутрішніх вимог банку щодо залучення вкладів (зокрема, вимог ЗУ) Документ, що підтверджує внесення коштів, який не відповідає конкретним вимогам та умовам договору банківських вкладів) не може означати, що сторони не дотрималися письмової форми цього Договору)

2 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

2.1 Суть SMM банківської системи

SMM (Social Media Marketing) або маркетинг у соціальних мережах – це використання соціальних мереж для досягнення бізнес-цілей. Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok та інші платформи – це платформи для просування бренду, продукту, послуги.

1. Публікуйте вміст у своєму профілі, щоб люди знали про ваш бренд, його унікальність і цінності.

2. Інформування потенційних споживачів про продукт.

3. Комунікація з аудиторією.

4. Введення реклами в соціальні мережі.

5. Просування іміджу бренду.

6. Аналіз ефективності реклами та комунікації з цільовою групою [9].

Переваги SMM реклами:

1. Зміцнення довіри. Соціальні мережі створюють основу для довіри аудиторії до вашого бізнесу.

2. Повідомити клієнта. Якщо ви хочете повідомити свою цільову аудиторію про нові продукти, акції або новини компанії, їй буде зручно відстежувати все це на своєму телефоні. Якщо SMM-акція спрямована на банк, дізнайтеся про нові умови депозитів і кредитів, умови оформлення акції, додаткові бонуси за оформлення депозиту тощо.

3. Підвищення впізнаваності бренду та лояльності. Реклама бренду, тобто фінансової установи, а не окремих продуктів. За допомогою правильного алгоритму поведінки люди розпізнають це, поділяться інформацією про це та почнуть асоціювати це з певними цінностями.

4. Спростіть спілкування. Дізнайтеся, що відомо про вашу компанію та що люди хочуть про неї сказати.

Складнощі SMM просування полягають у наступному:

1. Це вимагає багато часу.
2. Будьте готові до негативних коментарів.
3. Необхідність чекати результатів.

Соціальні медіа схожі на вітрину для скарг і негативних відгуків. Про поганий досвід пишуть частіше, ніж про хороший. Іноді клієнтам просто потрібно випустити пару. Звичайно, негативні відгуки можуть вплинути на ваш бізнес.

нових користувачів переглядають відгуки та коментарі [9].

SMM – це:

- публікація контенту в профілі – з метою інформування про бренд, його унікальність і цінності;
- залучення потенційних споживачів до продукту;
- комунікація з аудиторією;
- запуск реклами в соціальних мережах;
- просування іміджу бренду;
- аналіз результатів реклами та спілкування з цільовою аудиторією.

Перевагами SMM-просування є:

1. Зміцнення довіри. Соціальні мережі – це фундамент довіри аудиторії до бізнесу.

2. Інформування клієнтів. Оповіщення цільової аудиторії про новий продукт, акція, новини компанії – аудиторії зручно стежити за всім цим за допомогою телефону. У ситуації, якщо ціллю SMM просування є банки, тоді інформування про нові умови депозитів або кредитів, терміни проведення акції, додаткові бонуси при розміщенні депозитів, тощо.

3. Підвищення впізнаваності та лояльності до бренду. Оповіщення не про окремі продукти, а про бренд, тобто фінансову установу. За

правильного алгоритму дій люди починають впізнавати його, ділитися інформацією про нього та асоціювати з певними цінностями.

4. Спрощення спілкування. Дізнавання що про компанію відомо, та з компанією бажають спілкуватись.

Складнощами SMM-просування є:

- потреба приділяти багато часу;
- приготуйтеся до негативних коментарів;
- необхідність чекати результатів.

Платформи в соцмережах – своєрідна виставка скарг і негативних відгуків. Люди частіше пишуть про поганий досвід, ніж про гарний – іноді, клієнту банально потрібно виговоритися. Звісно, негативні відгуки можуть впливати на бізнес: нові користувачі бачать оцінки й коментарі [9].

2.2 SMM просування фінансових установ

Інформація стосовно розповсюдження фінансових компаній в соціальних мережах знаходиться на головних сторінках сайтів відповідних компаній.

ПРИВАТБАНК.

Платформи присутності (таблиця 2.1.).

Групи Приватбанк знаходяться на таких платформах:

1. You Tube.
2. Instagram.
3. Facebook.
4. LinkedIn.

Таблиця 2.1 – Активність аудиторії Приватбанку

Соціальна мережа			
Facebook	Instagram	You Tube	LinkedIn
Кількість fun: 250000	Кількість fun: 148000	Кількість fun: 124000	Кількість fun: 23000
Кількість постів: 39	Кількість постів: 25	Кількість постів: 10	Кількість постів: 31
Кількість лайків: 3650	Кількість лайків: 37864	Кількість лайків: 252	Кількість лайків: 2560
Кількість шерів: 1167	Кількість шерів: 2144	Кількість коментаріїв: 16	Кількість шерів: 42
Кількість коментаріїв: 544	Кількість коментаріїв: 556		Кількість коментаріїв: 169

Загальний опис:

- профіль має позначку, котра вказує, що це офіційна сторінка;
- профіль в FB є основним, на це вказує кількість підписників, постів та рекцій на них;
- реклама постійно оновлюється;
- в IG повідомляють про надання підтримки в direct;
- у разі виникнення питань, в FB надається зворотній зв'язок;
- в YT має мало оновлень для такої масштабної компанії;
- в YT поруч з назвою розділу має краткі пояснення, що саме розглядається в цьому розділі.

Контент:

- слідкують за новинами, які відбуваються в країні, зокрема в НБУ;
- демонструють новини, які відбуваються в банку;
- інформують стосовно програм лояльності для клієнтів банку;
- демонструють досягнення банку;
- контент високопрофесійний, просувається, постійно оновлюється;
- в IG контент поділяють по хайлайтам, зрозумілим для будь-якого споживача;

- в IG знаходиться інформація, стосовно запрошень на роботу до компанії, а також краткий опис створення фінансової установи;
- має єдине направлення;
- YT має формати Reels та MP4;
- контент частково віральний (найбільш популярні пости стосовно акційних програм, змін у керуванні банку, бізнес-програм);
- типи контенту: фото, відео, Reels.

Висновки.

Профілі Приватбанку є офіційними сторінками однієї найбільших банківських установ України. Це відображається в кількості підписників, в кількості розміщено контенту в акаунтах цієї фінансової установи.

Важливі події, що відбуваються в країні мають місце на сторінках профілей компанії. Відбувається регулярне оновлення, доповнення інформації.

Деякий контент активно просувається; частково віральний, високопрофесійним, створюючим атмосферу залученості цільової аудиторії до подій, відбуваються в банку.

Недоліком контенту є відсутність інформації стосовно гарантування банківських вкладів з боку ФГВФО (Фонд Гарантування Вкладів Фізичних Осіб), що може негативно сказуватись на бажанні клієнтів до співробітництва з банком.

ОЩАДБАНК

Платформи присутності (таблиця 2.2).

Групи Приватбанк знаходяться на таких платформах:

1. Facebook.
2. Instagram.
3. X.com.
4. You Tube.
5. Tik Tok.

6. LinkedIn.

Таблиця 2.2 – Активність аудиторії Ощадбанку

Соціальна мережа					
Facebook	Instagram	You Tube	X.com	Tik Tok	LinkedIn
Кількість fun: 316000	Кількість fun: 58700	Кількість fun: 36100	Кількість fun: 1581	Кількість fun: 281100	Кількість fun: 4000
Кількість постів: 47	Кількість постів: 21	Кількість постів: 0	Кількість постів: 17	Кількість постів: 21	Кількість постів: 16
Кількість лайків: 4534	Кількість лайків: 3583	Кількість лайків: 0	Кількість лайків: 81	Кількість лайків: 100234	Кількість лайків: 322
Кількість шерів: 2747	Кількість шерів: 187	Кількість коментарії в: 0	Кількість шерів: 20	Кількість шерів: 694	Кількість шерів: 54
Кількість коментарії в: 467	Кількість коментарії в: 69		Кількість коментарії в: 12	Кількість коментарії в: 8021	Кількість коментарії в: 8
			View: 3286		

Загальний опис:

- цей банк має максимальну кількість фанів в соціальних мережах фінансових установ України, при цьому максимальна кількість fun в FB;
- FB аккаунт є основним цієї фінансової установи;
- інформація представлена во всіх можливих соціальних мережах, котрі відображають фінансову установи країни;
- має позначки, котрі вказують що це офіційні сторінки;
- в шапці профілю в FB знаходиться фото, демонструюче розвиток, національний флаг та перспективи розвитку країни;
- має багато хайлатів, відображаючих настрої клієнтів, пропозиції компанії, різні акції;
- інформація в шапці профіля в ТТ має пряму ссилку на головний сайт компанії.

Контент:

- контент в FB надає клієнтам інформацію стосовно проводимих акцій, які є актуальними; стосовно зручності користування фінансовими продуктами банку; стовоно проєктів банку;
- в IG контент відображає соціальну сферу життя пересечних громадян;
- в YT акаунт за аналізуємий час не розвивався, немає нового контенту;
- в X.com з метою приваблення клієнтів контент представлений в стилі Animals;
- в IN знаходиться історична справка про створення компанії;
- контент якісний, високопрофесійний, відображаючий фінансову діяльність організації та її вплив на події в країні;
- найбільш віральним є контент стосовно банківського продукту(безпеки грошей, впровадження нових депозитних програм, тощо);
- типи контенту: переважно фото, також відео.

Висновки.

Профілі фінансової установи Ощадбанку є самими розвинутими серед банківських установ України.

Цей банк має свою історію, має стабільність, та є державним банком України. Все це має місце в інформації, котру профілі соціальних мереж транслюють своїй цільовій аудиторії.

Профілі соціальних мереж банку демонструють залученість широких мас цільової аудиторії до подій, що відбуваються в банку.

Контент відображає головні події, відбуваючієся в банку; допомагає надавати клієнтам фінансової установи інформацію про роботу банку; є частково віральним.

Контент просувається.

Недоліки: не всі акаунти розвиваються в потрібному темпі; відсутня інформація про залежність банку від НБУ та ФГВФО.

SENSE BANK.

Групи Sense Bank знаходяться на таких платформах (таблиця 2.3):

1. Facebook.
2. Instagram.
3. You Tube.
4. X.com.
5. LinkedIn.

Таблиця 2.3 – Активність аудиторії Sense Bank

Соціальна мережа				
Facebook	Instagram	You Tube	X.com	LinkedIn
Кількість fun: 78000	Кількість fun: 30000	Кількість fun: 12400	Кількість fun: 2734	Кількість fun: 10000
Кількість постів: 27	Кількість постів: 19	Кількість постів: 0	Кількість постів: 2	Кількість постів: 30
Кількість лайків: 771	Кількість лайків: 2091	Кількість лайків: 0	Кількість лайків: 18	Кількість лайків: 1212
Кількість шерів: 197	Кількість шерів: 124	Кількість коментаріїв: 0	Кількість шерів: 1	Кількість шерів: 96
Кількість коментаріїв: 18	Кількість коментаріїв: 13		Кількість коментаріїв: 0	Кількість коментаріїв: 17
			View: 498	

Загальний опис:

- акаунти мають позначки, вказуючи на те, що це офіційні акаунти;
- FB акаунт є основним цієї фінансової установи;
- зв'язок цільової аудиторії з банківською установою утруднений, за причини відсутності на головній сторінці банку клікабельних ссиллок для переходу до груп в соціальних мережах;
- клієнти банку отримують фідбек;
- відображення лише найважливіших новин;
- в IN акаунт має інформацію про афілійовану сторінку.

Контент:

- переважно контент розміщен на фоні характерного для цього банку, синьому кольорі;
- в IG контент має хайлати;
- в IG контент демонструє лозунг компанії;
- контент має інформацію стосовно фінансових карток цього банку;
- найбільш активними є сторінки банку в FB, IG, IN; в YT за аналізуючий період контент не додавався;
- в X.com контент демонструє наданий фідбек, а також географію трендів компанії;
- в порівнянні з іншими фінансовими установами, компанія не має вірального контенту;
- типи контенту: фото, відео;
- контент не просувається.

Висновки.

Sense Bank є державним банком, але не має необхідного для цього статусу розвитку. На соціальних платформах є вказівки стосовно офіціальності профілей. В контенті надається важлива інформація стосовно роботи та подій банку. Розміщений контент може створювати “білий шум”, тому як знаходиться на однакових, синіх основах.

АБАНК.

Групи Абанк знаходяться на таких платформах (таблиця 2.4):

1. Facebook.
2. Instagram.
3. X.com.
4. You Tube.
5. Tik Tok.
6. LinkedIn.

Таблиця 2.4 – Активність аудиторії Абанк

Соціальна мережа					
Facebook	Instagram	You Tube	X.com	Tik Tok	LinkedIn
Кількість fun: 17000	Кількість fun: 88600	Кількість fun: 1400	Кількість fun: 684	Кількість fun: 1708	Кількість fun: 566
Кількість постів: 25	Кількість постів: 27	Кількість постів: 0	Кількість постів: 0	Кількість постів: 9	Кількість постів: 0
Кількість лайків: 1415	Кількість лайків: 5140	Кількість лайків: 0	Кількість лайків: 0	Кількість лайків: 2893	Кількість лайків: 0
Кількість шерів: 470	Кількість шерів: 296	Кількість коментарії в: 0	Кількість шерів: 0	Кількість шерів: 14	Кількість шерів: 0
Кількість коментарії в: 241	Кількість коментарії в: 443		Кількість коментарії в: 0 View: 0	Кількість коментарії в: 58	Кількість коментарії в: 0

Загальний опис:

- найбільшу аудиторію, відповідно і найбільший розвиток мають;
- сторінки в IG, відповідно цей акаунт є основним;
- профіль має позначку, котра вказує, що це офіційна сторінка;
- в IG компанія має декілька акаунтів;
- в YT, X.com та IN відсутній розвиток акаунтів;
- майже всі зображення, хайлати відображені в зеленому кольорі.

Контент:

- контент в FB гарно відображає події, котрі відбуваються в банку;
- аудиторія банку отримує фідбек;
- контент в IG візуально копіює один одного, майже ідентичен, хоча і знаходиться на різних акаунтах;
- багато контенту в TT відображає співробітниц фінансової установи;
- найбільш віральним є контент, стосовно впровадження кешбеку разом з магазином-партнером та оновлень в айдентиці банку;
- типи контенту: фото, відео;
- контент не просувається.

Висновки.

На соціальних сторінках банку знаходяться вказівки стосовно того, що вони є офіційними. Соціальні мережі Абанку мають середній рівень розвитку. Деякі соціальні мережі за аналізуєми й період взагалі не мали свого розвитку.

Абанк віддає перевагу візуальному контенту, що демонструє розвиток платформи IG. В контенті компанії забагато фото представниць цієї фінансової установи, що може не сприяти отриманню клієнтами нової інформації від банку.

Недоліки: відсутність інформації про гарантування повернення вкладів з боку ФГВФО та про залежність депозитів від облікової ставки.

CREDIT AGRICOLE BANK.

Групи Credit Agricole bank знаходяться на таких платформах (таблиця 2.5):

1. Facebook.
2. Instagram.
3. You Tube.
4. LinkedIn.

Таблиця 2.5 – Активність аудиторії Credit Agricole bank

Соціальна мережа			
Facebook	Instagram	You Tube	LinkedIn
Кількість fun: 118000	Кількість fun: 18100	Кількість fun: 1950	Кількість fun: 5000
Кількість постів: 43	Кількість постів: 39	Кількість постів: 7	Кількість постів: 53
Кількість лайків: 6285	Кількість лайків: 5258	Кількість лайків: 35	Кількість лайків: 1162
Кількість шерів: 705	Кількість шерів: 357	Кількість коментаріїв: 6	Кількість шерів: 71
Кількість коментаріїв: 3890	Кількість коментаріїв: 1180		Кількість коментаріїв: 13

Загальний опис:

- профіль має позначку, котра вказує, що це офіційна сторінка;
- ця банківська установа найбільшу аудиторію має в FB, відповідно цей акаунт є основним;
- профілі містять інформацію стосовно того, що сторінки є офіційними;
- деякі з відео в YT не мають обкладинку, котра містила б інформацію стосовно відео;
- назва компанії во всіх профілях написана латинцею;
- всі профілі мають свій розвиток, регулярне додавання нової інформації.

Контент:

- в FB в шапці профіля та головному фото відображена символіка компанії;
- контент дублюється між соціальними платформами;
- в IG акаунт має інформацію, що це банк з іноземним капіталом;
- в IG має обмежену кількість хайлайтів;
- віральність контенту, це пости: про розіграші впроваджені компанією; стосовно благодійного проекту;

- типи контенту: фото, відео;
- контент не просувається.

Висновки.

Credit Agricole bank є банком з іноземним капіталом; французький банк. На цю інформацію натікає те, що назва банку завжди печатається латиницею. На сторінках є позначки стосовно офіційності профілей банківської установи. Контент банку має середній розвиток, що демонструє його повторення. Профілі компанії представлені не во всіх можливих соціальних мережах. Мало вірального контенту.

Незважаючи на те що, банк має іноземний капітал, але гарантування вкладів банку також залежить від ФГВФО, для збільшення аудиторії, на мою думку, цю інформацію потрібно розмістити на сторінках банку.

КРЕДИТНА СПІЛКА “MONEYVEO”.

Групи Credit Agricole bank знаходяться на таких платформах (таблиця 2.6):

1. Facebook.
2. Instagram.
3. You Tube.

Таблиця 2.6 – Активність аудиторії кредитної спілки “Moneyveo”

Соціальна мережа		
Facebook	Instagram	You Tube
Кількість fun: 87000	Кількість fun: 22500	Кількість fun: 36100
Кількість постів: 20	Кількість постів: 19	Кількість постів: 0
Кількість лайків: 511	Кількість лайків: 167	Кількість лайків: 0
Кількість шерів: 8	Кількість шерів: 12	Кількість коментаріїв: 0
Кількіст коментаріїв: 58	Кількість коментаріїв: 18	

Загальний опис:

- профіль має позначку, котра вказує, що це офіційна сторінка;

– ця фінансова установа найбільшу аудиторію має в fb, відповідно цей акаунт є основним;

- компанія має обмежену кількість соціальних платформ;
- розвиток мають FB та IG; YT майже не розвивається;
- ведучою платформою є FB, інформація просувається;
- відсутній акцент на подіях в країні.

Контент:

– загато контенту розміщено на фоні Енота; представленого в різному вбранні та іпостасях;

- фідбек надходить клієнтам;
- контент дублюється між соціальними мережами;
- контент передає інформацію про події, відбуваючієся в фінансовій установі, стосовно різних акцій та бонусних програм;

- віральний контент відсутній;
- типи контенту: фото, відео;
- контент не просувається.

Висновки.

Кредитна спілка “Moneyveo” розглядалась, як непрямий конкурент. Контент спілки, в порівнянні з банківськими установами, розміщен на меншій кількості соціальних платформ. Контент проявляє ефект “білого шуму”, тому що багато інформації розміщено на фоні кумедного Енота.

Недолік: відсутня інформація стосовно принципів роботи, забезпечення вкладів, умов надання кредитів.

REVOLUT.

Групи Revolut знаходяться на таких платформах (таблиця 2.7):

1. Facebook.
2. Instagram.
3. X.com.

4. Tik Tok.

5. LinkedIn.

Таблиця 2.7 – Активність аудиторії online банку Revolut

Соціальна мережа				
Facebook	Instagram	X.com	Tik Tok	LinkedIn
Кількість fun: 425000	Кількість fun: 320000	Кількість fun: 399300	Кількість fun: 127100	Кількість fun: 1000000
Кількість постів: 10	Кількість постів: 7	Кількість постів: 20	Кількість постів: 2	Кількість постів: 41
Кількість лайків: 1415	Кількість лайків: 7667	Кількість лайків: 108	Кількість лайків: 478	Кількість лайків: 361
Кількість шерів: 153	Кількість шерів: 186	Кількість шерів: 10	Кількість шерів: 43	Кількість шерів: 438
Кількість коментаріїв: 1173	Кількість коментаріїв: 1283	Кількість коментаріїв: 52	Кількість коментаріїв: 48	Кількість коментаріїв: 815
		View: 432		

Загальний опис:

- профіль має позначку, котра вказує, що це офіційна сторінка;
- найбільшу популярність має в IN, відповідно цей акаунт є основним;
- в IG компанія інформація розміщується в двох акаунтах;
- широке розповсюдження, численна кількість аудиторії;
- профілі в IN, FB, IG, Xcom гарно розвиваються;
- профіль в IN має інформацію стосовно надавання продуктів, культури, людей компанії;
- в IN акаунт має інформацію про наявність афілійованих сторінок.

Контент:

- контент високоякісний, привабливий;
- є контент, який представлено іноземною мовою; мовою компаній, які співробітничать з цією фінансовою компанією;
- контент дублюється між платформами;
- шапка профіля в FB відображає лише те що, профіль належить цієї компанії, але в ньому взагалі відсутня динамічність;

- в контенті відсутня функція перекладу на мову, зрозумілу для клієнтів;
- переважна більшість контенту не має віральності;
- типи контенту: фото, відео, Reels;
- контент майже не просувається.

Висновки.

Як приклад з іншої індустрії був розглянуто британсько-литовський банк Revolut, що ліцензується в Європейському Союзі.

Офіційні сторінки компанії мають якісний контент, європейської якості. Але в той же час, мають суттєвий недолік: відсутність перекладу мови для цільової аудиторії, котрі вживають інші мови у спілкуванні. Найбільше уваги приділяється візуальному контенту. Цільова аудиторія компанії отримує фідбек на свої звернення.

2.3 Аналіз частоти публікацій контенту

В попередньому розділі був проведений аналіз успішності SMM просування фінансових установ в соціальних мережах. З нього видно, що найбільш просунутими є Приватбанк та Ощадбанк. Всі розглянуті фінансові компанії найбільш контенту додають в Facebook та Instagram. Відповідно саме ці мережи є найбільш розвинутими (таблиця 2.8).

Таблиця 2.8. Частота публікацій контенту фінансових установ в соціальних мережах

№	Фінансова установа	Соціальна мережа					
		Facebook	Instagram	X.com	You Tube	Tik Tok	LinkedIn
1.	Приватбанк	1,3	0,83	0,33	—	—	1,03
2.	Ощадбанк	1,57	0,7	0	0,57	0,7	0,53
3.	Sense Bank	0,9	0,63	0	0,67	—	1
4.	Абанк	0,83	0,9	0	0	0,9	0
5.	Credit Agricole bank	1,43	1,3	0,23	—	—	1,77
6.	Кредитна спілка "Moneyveo"	0,67	0,63	0	—	—	—
7.	Revolut	0,33	0,23	—	0,67	0,07	1,37

2.4 Аналіз цільової аудиторії банків

Оскільки Приватбанк в Україні, як вже було визначено раніше, є найбільшим та системним банком України, то пропоную розглянути цільову аудиторію українських банків саме на прикладі Приватбанку.

Аналіз цільової аудиторії Приватбанк, як і будь-якого іншого банку, можна провести як мінімум за двома основними, протилежними напрямками банківської діяльності. Це:

1. За формою взаємовідносин (Кредити та Депозити);
2. За правовим статусом (Фізичні та Юридичні Особи).

Враховуючи те, що Приватбанк на даний час є системно важливим, державним банком, то цільовою аудиторією соціальних мереж Приватбанку є особи, котрі віддають перевагу стабільності. Цільова аудиторія банку, котра

звертається до банку з метою оформлення депозитних програм, згідна поступитись можливістю отримання більш високих відсотків, в порівнянні з іншими банками України, але цінує надійність цієї фінансової установи.

Якщо розглядати Приватбанк в ракурсі SMM, то це люди, котрі обов'язково користуються інтернетом, користувачи соціальних мереж.

Враховуючи те, що Приватбанк є державним банком, відповідно в цій установі виконуються соціальні проплати, такі, як отримання пенсій, різноманітних соціальних виплат; тому серед користувачів послуг Приватбанку у соціальних мережах можуть бути особи пенсійного віку. За часи банкопада, Приватбанк був активним банком агентом, є ним і досі, тому можуть бути особи інших банків, до яких увели тимчасові адміністрації.

Серед клієнтів Приватбанку є як чоловіки, так і жінки. Переважно вік користувачів банківських послуг та звернень до соціальних мереж, це: від 20 до 70 років. Звернення до соціальних мереж Приватбанку можуть робити як заміжні, так і холості громадяни України; але переважають вільні особи, по причині наявності вільного часу для здійснення подібних звернень.

Серед цільової аудиторії, котра здійснює звернення до соціальних мереж Приватбанку переважають особи з середнім або вищим рівнем освіти. Цільова аудиторія рівень доходу якої, дозволяє зберігати та примножувати гроші в банку або клієнти, котрим терміново потрібно здійснити покупку крупну суму грошей.

Питання, котрі цільова аудиторія, може задавати співробітникам Приватбанку шляхом соціальних мереж, це:

- наявність та умови проведення акцій та бонусних програм;
- умови оформлення депозитів або кредитів;
- графік роботи відділень;
- наявність відділень в місті;
- скарги;
- тощо.

Серед клієнтів банку, котрі звертаються до послуг банку, шляхом соціальних мереж переважають люди з активною життєвою позицією; люди котрі намагаються вести рахунок грошам.

3 АНАЛІЗ БАНКІВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВИХ ДАНИХ

3.1 Аналіз Web–трафіку за допомогою Similarweb

Компанія Similarweb, запущена в 2007 році в Тель-Авіві, Ізраїль. Являє собою програмну платформу цифрової розвідки, яка дає змогу користувачам відстежувати:

- трафік сайту і програми;
- продуктивність сторінки;
- ефективність ключових слів;
- метрики аудиторії;
- тощо.

Відстежуючи свої власні веб-сайти, компанії можуть використовувати ринкову розвідку SimilarWeb для збору інформації про:

- конкуренти;
- поведінку клієнта;
- дослідження ринку;
- продажі та інвестиційні можливості.

Similarweb витягує кеш даних з панелі сотень мільйонів веб-користувачів. SimilarWeb використовує колективну інтернет-активність разом із пошуковими роботами, зовнішніми постачальниками, допоміжними мережами та загальнодоступними джерелами даних для надання першокласної інформації про ринок.

Similarweb – це платформа веб-аналітики, яка пропонує аналіз даних у таких сферах:

- цифрові дослідження: сюди входить поведінка клієнтів, інформація про шлях клієнта, аналіз аудиторії, порівняльний аналіз і дослідження компанії;

- цифровий маркетинг: це охоплює аналіз конкурентів, дослідження реклами, оптимізацію партнерських можливостей, аналіз та оптимізацію ключових слів, купівлю реклами;

- інтелект продажів – включає в себе участь у продажах, збагачення потенційних клієнтів, виявлення шахрайства та генерацію потенційних клієнтів;

- інформація для інвесторів: це включає в себе альтернативні дані та біржову аналітику;

- інтелект покупців: це охоплює аналіз поведінки покупців, споживчого попиту та інформацію про оптимізацію пошуку на сайті.

Similarweb надає всебічний огляд тенденцій світового ринку, включно з доступом до даних у реальному часі, які збирають щодня, щомісяця або щорічно. Програма надає інформацію про домени, піддомени, папки та аналітику на рівні сторінок. Similarweb допомагає створювати призначені для користувача звіти для перегляду інформації, найбільш релевантної вашим стратегіям. Similarweb дає доступ до всього цього через одну централізовану, зручну для перегляду панель інструментів.

Similarweb надає можливість порівняння себе з конкурентами, порівнюючи дані про щомісячні відвідування сайту, тривалість відвідування, показник відмов і поділ пристроїв (мобільні проти настільних комп'ютерів).

Similarweb визначає нові реферальні можливості та пройти кваліфікацію потенційний партнер партнерів, аналізуючи їхній трафік за:

- залученість;
- канал;
- ефективності;
- інтерес аудиторії [10].

3.2 Релевантність пошуку банків України

Ключові слова – це слова й фрази, за допомогою яких система визначає, за якими пошуковими термінами показувати ваші оголошення.

На здатність отримання та розшуку інформації впливають характеристики пошукових слів, а саме частота повторення та словоформа за якою були сформовані ці слова.

КРШ

При виборі ключових слів радимо звертати увагу на такі фактори:

- фраза і її словоформа;
- частота;
- частота в фразовими і точній відповідності.

Основними завданнями збору ключових слів є:

- контекстна реклама: ключі потрібні для Google Ads;
- семантичне ядро: ключі потрібні для підбіру ключових слів у семантики, яка є першочерговим завданням;
- контент: для статей, текстів на сторінках, блогу.

Це ключовий показник ефективності (КРІ), який вимірює успіх вашого сайту. На відвідуваність вашого сайту впливають наступні фактори:

1. Контент вашого ресурсу.
- 2-й проект.
3. Взаємодія з користувачем.
4. Пошукова оптимізація (SEO).
5. тощо. Відстежуючи трафік ресурсу, ви можете визначити його сильні та слабкі сторони та отримати іншу цінну інформацію.

Для того, щоб попередньо вивчити контент, представлений на сторінках сайту, потрібно вміти виділити комерційну частину – вона в першу чергу впадає в очі і найбільш важлива для конверсії.

УТП (Унікальна Торгова Пропозиція) – наступне, що ми бачимо слідом за контентом. Важливо зрозуміти, чим сторінка конкурента, в даному випадку банку, привабливіше інших.

Привабливість для клієнтів полягає в ціні, умовах роботи, термінах, гарантії, акційних пропозиціях або формах розрахунку. Переважно це демонструється в пропозиціях депозитних програм банків України; цими пропозиціями керуються фінансових структур, під час вибору того чи іншого банку України, а тем паче депозитних програм, якими бажають користуватись.

Збирати ключові слова необхідно як для створення сайту, контекстної реклами, так і для написання нового контенту. Робити це потрібно постійно.

Пошук банків України відбувається шляхом органічного пошука. Органічний пошук (Organic & Paid Traffic) – це безкоштовні результати пошукової видачі за запитом користувача. Пошукова система, як Google, показує користувачеві список із результатами пошуку. Система автоматично підбирає релевантні результати, які дадуть користувачеві бажану відповідь. Органічний пошук є основним джерелом трафіку для багатьох сайтів. Такий трафік дуже цінний для власників сайтів, тому що він безкоштовний і стабільний [11].

Далі надана інформація стосовно пошуку банків України шляхом органічного пошука. Таблиці містять інформацію стосовно:

- трафіку (traffic) – це загальна кількість користувачів, які перейшли на веб-ресурс за певний період, наприклад за місяць;
- вартість за клік (cost per click) – це середня сума, яку власник сайту, в данному випадку власники сайтів українських банків, сплачує за клік по оголошенню.

Пошукові слова українських банків зображені на рисунку 3.1.

Гіпотези. Пошукові слова стосовно українських банків є релевантними, відображаючими з різних сторін запити цільової аудиторії [11–15].

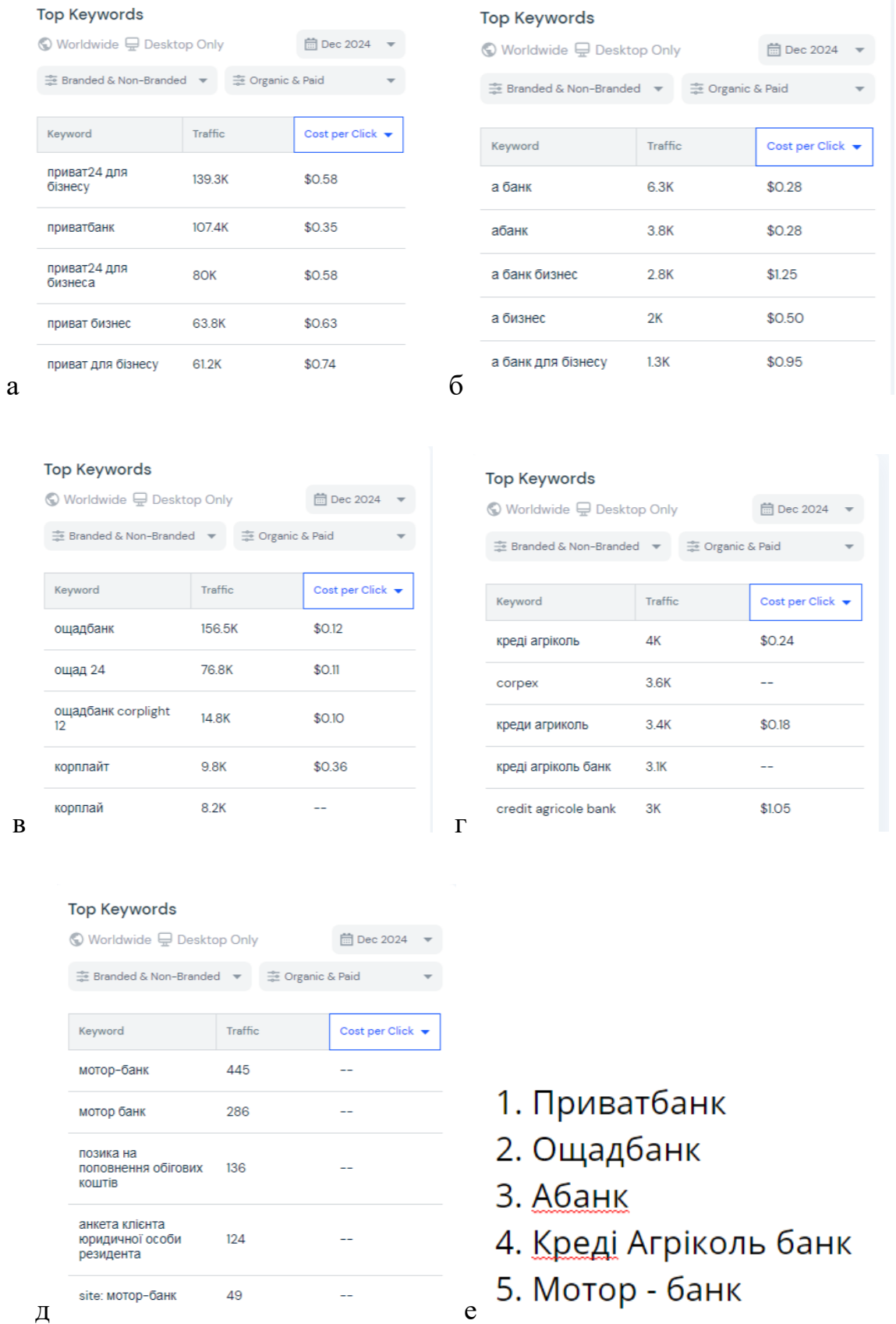


Рисунок 3.1 – Топ ключових слів банків України (Top Keywords)(December 2024)

3.3 Географія цільової аудиторії

Далі наведено рейтинг (Ranking) банків України стосовно їх рангу у світі та у країні.

Рейтинг містить такі категорії:

- глобальний рейтинг / по всьому світу Global Rank / Worldwide;
- country Rank / Ukraine Рейтинг країни / Україна;
- category Rank / Finance > Finance (In Ukraine) Рейтинг категорії /

Фінанси > Фінанси (в Україні).

Similar Web показує інформацію про позицію веб-сайту або застосунку в рейтингу Alexa та іншій статистиці. Це дає змогу маркетологам відстежувати основні тенденції та зміни популярності сайту порівняно з конкурентами (таблиця 3.1 та таблиця 3.2).

Таблиця 3.1 – Географія цільової аудиторії українських банків

Банк	Global Rank Worldwide	Country Rank Ukraine	Category Rank / Finance > Finance (In Ukraine)
Приватбанк	#3734	#41	#1
Ощадбанк	#15913	#191	#3
Абанк	#60755	#680	#15
Credit Agricole bank	#134167	#1541	#23
Мотор-банк	#5269051	#90280	#582

Таблиця 3.2 – Глобальний рейтинг українських банків

Банк	Країна, %							
	Ukraine	Germany	Poland	USA	Netherlands	Austria	Spain	Russia
Приватбанк	94,38	1,10	0,64	0,40	0,31	---	---	---
Ощадбанк	94,00	2,18	0,80	0,55	---	---	---	0,37
Абанк	92,40	---	2,18	---	---	0,78	1,01	0,75
Credit Agricole bank	92,43	0,59	1,73	1,27	2,88	---	---	---
Мотор-банк	100	---	---	---	---	---	---	---

Гіпотеза. Всі проаналізовані банки України мають найбільшу цільову аудиторію в Україні. Деякі з банків (Ощадбанк та Абанк) мають цільову аудиторію в Росії. Найбільш відрізняється цільова аудиторія за країною розташування у Абанка. Деякі з проаналізованих банків мають цільову аудиторію не лише в Європі, але і у США.

3.4 Аналіз трафіку сайтів українських банків

Трафік сайту – це кількість користувачів, які його відвідують. Це ключовий показник ефективності (KPI), що використовується для вимірювання успіху сайту. На кількість трафіку на сайті впливають фактори:

- зміст ресурсу;
- дизайн;
- користувацький досвід;
- пошукова оптимізація (SEO);

– тощо.

Відстежуючи відвідуваність ресурсу, можна визначити його сильні та слабкі сторони, а також отримати іншу цінну інформацію.

Регулярний аналіз відвідуваності сайту важливий з кількох причин:

По-перше, це допоможе вам зрозуміти, як відвідувачі взаємодіють із вашим ресурсом, які сторінки вони відвідують і як довго на них залишаються. Отримавши уявлення про поведінку користувачів, ви зможете визначити, які розділи працюють добре, а які потребують вдосконалення.

По-друге, аналіз трафіку сайту дозволяє визначити ефективність ваших маркетингових зусиль. Дає можливість відстежувати, як відвідувачі знаходять ваш ресурс: через пошукові системи, соціальні мережі або інші канали. Ця інформація допоможе вам визначити, що забезпечує найбільший трафік і конверсії, і відповідно скорегувати свою маркетингову стратегію.

По-третє, моніторинг відвідуваності допоможе вам виявити технічні проблеми, які можуть впливати на роботу сайту.

По-четверте, аналіз відвідуваності сайту здатний допомогти випередити інші сайти.

Отже, використовуючи інструменти аналітики вебресурсів, можна оптимізувати його для досягнення своїх бізнес-цілей.

Існують різні види трафіку, а саме:

– органічний (надходить із пошукових систем і базується на рейтингу проєкту на сторінках результатів пошукових систем SERP);

– платний (Платний генерується за допомогою рекламних кампаній, як-от оголошень з оплатою за клік (PPC));

– соціальний (надходить за посиланнями, залишеними в соціальних мережах);

– прямий (сайту стосується користувачів, які вводять URL сайту безпосередньо в браузері або використовують закладки);

– реферальний (з інших ресурсів, які посилаються на ваш проєкт).

Кожен вид трафіку має свої переваги й недоліки [16].

Як вже відзначалось раніше, інформацію про українські банки можна отримати внаслідок органічного пошуку (таблиця 3.3 та рисунок 3.2).

Таблиця 3.3. Джерела трафіку українських банків

Банк	Джерела трафіку, %					
	Direct	Search	Refferals	Display Ads	Social	Email
Приватбанк	47,82	28,26	23,45	0,22	0,19	0,06
Ощадбанк	46,04	39,64	12,09	2,00	0,21	0,02
Абанк	41,90	29,63	26,78	1,09	0,55	0,06
Credit Agricole bank	54,82	41,12	3,77	0,20	0,05	0,04
Мотор-банк	55,66	31,64	8,00	3,65	0,85	0,21

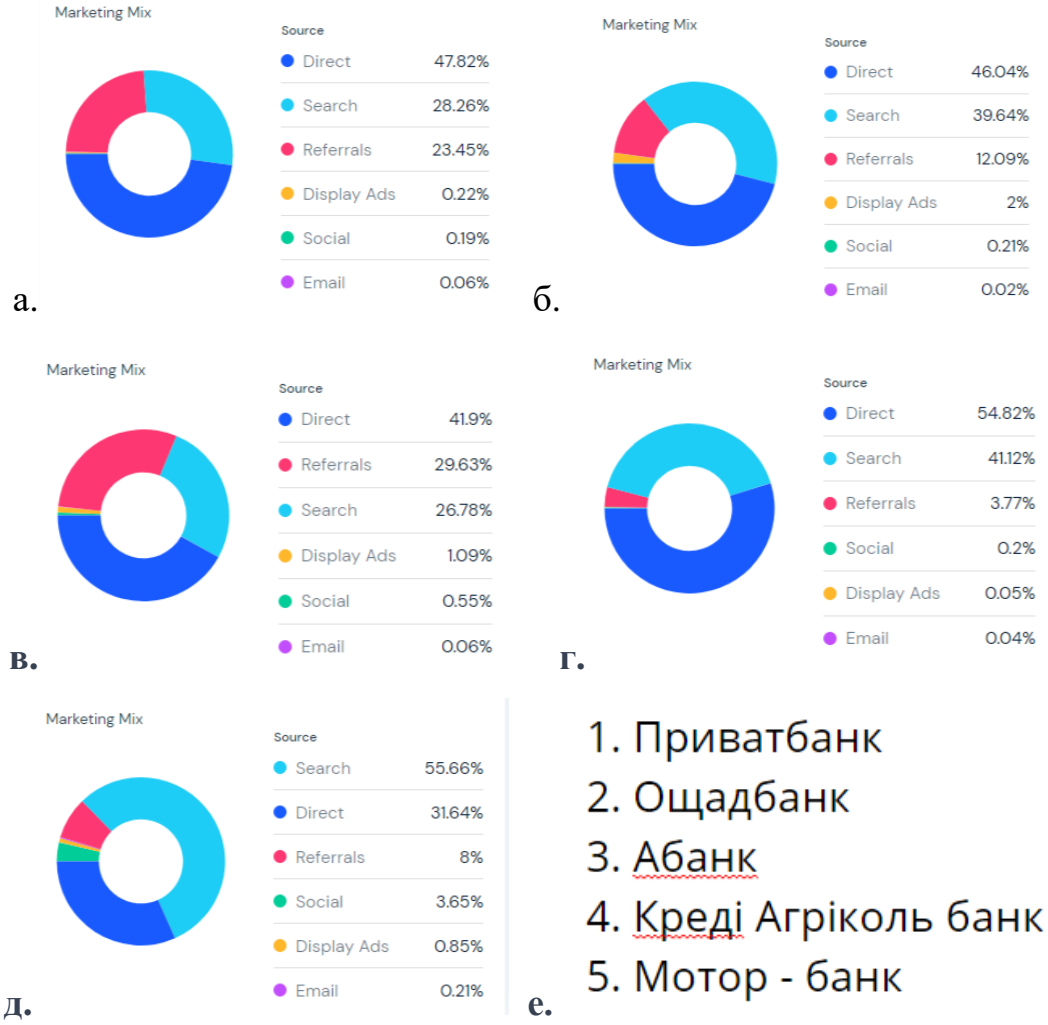


Рисунок 3.2 – Аналіз трафіку українських банків (Traffic Sources) (December 2024)

3.5 Відвідування з плином часу

Показники, котрі аналізують в розділі відвідування з плином часу, це:

Показник відмов (Bounce Rate) – це показник, який використовується в аналітиці веб-сайтів і вимірює відсоток відвідувачів, які заходять на веб-сайт, а потім залишають його, не взаємодіючи з ним і не переходячи на інші сторінки сайту. Іншими словами, це кількість односторінкових сеансів, поділена на загальну кількість входів на веб-сайт. Показник відмов виражається у відсотках, зазвичай від 0% до 100%. Нижчий показник відмов свідчить про те, що відвідувачі проводять більше часу на веб-сайті, досліджуючи додаткові сторінки та взаємодіючи з вмістом.

Сторінки за одне відвідування (Pages per Visit) – глибина просмотра страниц) – ця метрика показує середню кількість перегляданих сторінок. Відображає зацікавленість користувачів у контенті на сайті. у картці товару, яка змушує користувача блукати сайтом.

Щомісячні візити (Monthly Visits) – щомісячний унікальний відвідувач стосується особи, яка відвідує веб-сайт принаймні один раз протягом певного місяця. Програмне забезпечення, яке відстежує та підраховує трафік веб-сайту, може відрізнити відвідувача, який відвідує сайт один раз, і унікального відвідувача, який часто повертається на сайт. Кілька відвідувань на місяць припадає на одного унікального відвідувача на місяць. Вони враховуються лише один раз на відвідувача протягом одного місяця.

Середня тривалість відвідування (Avg. Visit Duration) – показник залученості користувачів і ефективності веб-сайту в захопленні й утриманні уваги відвідувачів. Це допомагає власникам веб-сайтів і маркетологам зрозуміти, чи їхній вміст є достатньо переконливим, щоб зацікавити відвідувачів протягом тривалого періоду [17].

Далі надана інформація за листопад 2024 року, стосовно банків України, отримана за допомогою Similarweb (таблиця 3.4 та рисунок 3.3).

Таблиця 3.4 – Відвідування з плином часу українських банків

Банк	Bounce Rate, %	Pages per Visit	Monthly Visits	Avg. Visit Duration
Приватбанк	24,17	4,04	16,7М	00:04:17
Ощадбанк	23,81	5,03	3,9М	00:04:09
А-банк	31,06	2,57	964,5К	00:01:48
Credit Agricole bank	28,71	7,45	300,3К	00:05:37
Мотор-банк	46,22	2,32	3,9К	00:04:33

Гіпотеза. Аналізуючи надані дані можна зробити висновки, що населення осінній період виявилось дуже стомленим бойовими діями, що проводяться на території сучасної України, що демонструє деякий спад інтересу за останній місяць на графіках – відвідування з плином часу українських банків. Вірогідно значну більшу цікавість населення за останній місяць приділяло інформації, що пов'язана з бойовими діями в нинішній Україні.

Найбільша Середня тривалість відвідування приділена до Credit Agricole bank, вірогідно це пов'язано з інформацією стосовно головних акціонерів цього банку; Європа – Франція.

Різкий сплеск інтересу до Мотор-банку у жовтні може бути пов'язан з бойовими діями, стосовно цієї корпорації у 2024 року.

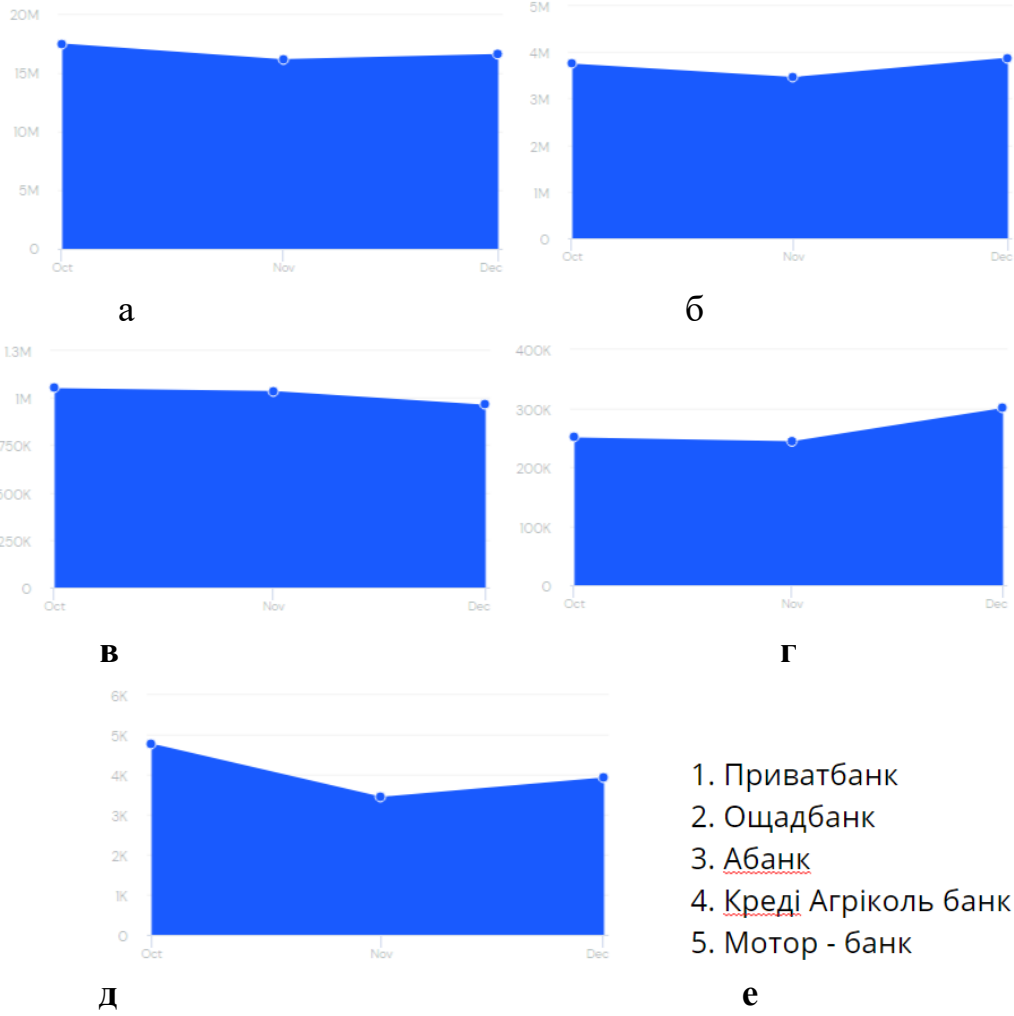


Рисунок 3.3 – Відвідування з плином часу банків України (Visits Over Time) (December 2024)

4 МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

4.1 Когнітивна модель банківської системи в умовах воєнного стану

Депозитом називається двостороння угода між фізичною чи юридичною особою та банком, згідно з якою останній зобов'язується повернути вкладнику гроші і за їх використання виплатити відсотки. Це взаємовигідна співпраця, тому що банківська установа перенаправляє депозитні вклади на кредитування громадян й також отримує дохід.

Під надійністю банку слід розуміти здатність фінансового інституту чинити опір несприятливим факторам, проте надійність і ймовірність дефолту – поняття різні. При обранні депозитної програми в українських банках треба враховувати, що банки, які пропонують більш високі відсотки за депозитними програмами можуть бути більш ризикуєчими, ніж депозити, які пропонують низкі відсотки, але в майбутньому можуть виявитись більш стресостійкими.

Облікова ставка – це ключовий монетарний інструмент Нацбанку України. З його допомогою Національний Банк України встановлює орієнтир вартості залучених і розміщених грошових коштів для банків та інших суб'єктів грошово-кредитного ринку.

Від рівня ставки залежить відсоток, під який банки надають кредити чи депозити громадянам і бізнесу [18].

Депозитні вклади в банках України гарантуються ФГВФО. Функціями Фонду є захист прав та охоронюваних законом інтересів вкладників. Це визначено Законом України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» [19].

В даний час, тобто протягом дії воєнного стану в Україні та трьох місяців з дня його припинення чи скасування Фонд гарантування вкладів відшкодовує кожному вкладнику банку кошти в повному розмірі вкладу,

включаючи відсотки, нараховані станом на кінець дня, що передує дню початку процедури виведення банку з ринку, крім випадків, передбачених частиною четвертою статті 26 Закону України "Про систему гарантування вкладів фізичних осіб" [6]. Після завершення тримісячного періоду з дня скасування чи припинення дії воєнного стану максимальна сума відшкодування коштів вкладникам за всіма вкладами в одному банку складатиме не менше 600 тис. грн, незалежно від кількості вкладів у банку.

Результати досліджень:

Критерії за якими фізична особа приймає рішення щодо придбання депозиту: стресостійкість та розмір депозитної ставки, капіталізація та інші.

Були проаналізовані депозитні пропозиції таких банків: Приватбанк, Ощадбанк, Абанк, Креді Агріколь Банк, Мотор – банк; при цьому було враховано те, що в умовах воєнного стану найбільш оптимальними по розміщенню депозитів, в національній валюті, є депозити терміном на 6 місяців. Стресостійкість, тобто здатність банку протистояти внутрішнім і зовнішнім ризикам, дана за даними II квартала 2023 року (таблиця 4.1).

Таблиця 4.1 – Аналіз депозитних програм банків України

Банк	Назва депозиту	Виплата відсотків	Розмір ставки	Можливість поповнення	Капіталізація	Стресостійкість банку
Приватбанк	Стандарт	щомісяця	12	так	так	3.7
Ощадбанк	Мій депозит	щомісяця	13	так	так	3.13
Абанк	Стандарт Строковий	щомісяця	14. 25	так	так	3.15
Credi Agricole bank	Накопичувальний	по закінченню	11	так	ні	4.41
Мотор-Банк	Класичний Строковий	по закінченню	13	ні	ні	2.89

В даний час фінансова та економічна ситуація в країні знаходиться під негативним впливом воєнного стану. На банківські структури України впливають різні чинники, що надають як позитивний, так і негативний вплив. Як відомо, банки – це фінансові установи, які надають різні фінансові послуги, а також виконують широкий спектр інших фінансових операцій з обслуговування фірм і приватних осіб. Від стресостійкості банків залежить економічна стійкість країни.

Для побудови когнітивної моделі визначимо основні поняття (концепти), які будуть формувати множину вершин V відповідного когнітивного знакового орграфу $G=(V,E)$, а також лінгвістичне описання зав'язків між ними, які формують множину дуг E .

Вершина 1 відповідає загальному Воєнному стану в країні, який негативно впливає майже на всі інші концепти.

Вершина 2 враховує НБУ, оскільки в ньому формується облікова ставка, яка принципово впливає на формування відсотків депозитних ставок у банках України. Вона є монетарним інструментом, за допомогою якого НБУ встановлює для суб'єктів грошово-кредитного ринку орієнтир щодо вартості залучених та розміщених грошових ресурсів.

Вершина 3 – Банк як основна складова фінансової системи країни.

Вершина 4 – ФГВФО, тобто Фонд Гарантування Вкладів Фізичних Осіб. Як відомо, ФГВФО створений з метою захисту прав і законних інтересів вкладників банків та зміцнення довіри до банківської системи України. З 13.04.2022, дня набрання чинності Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення стабільності системи гарантування вкладів фізичних осіб», протягом дії воєнного стану в Україні та трьох місяців з дня його припинення чи скасування Фонд гарантування вкладів відшкодовує кожному вкладнику банку кошти в повному розмірі вкладу, включаючи відсотки, нараховані станом на кінець дня, що передуює дню початку процедури виведення банку з ринку.

Вершина 5 – МВФ, який надає підтримку Україні в умовах воєнного стану. Завдяки іноземній фінансовій допомозі валютні резерви у 2023 році сягнули значних рівнів. Наприкінці року міжнародні резерви України склали 40,5 млрд доларів. Високий рівень резервів є певною запорукою на випадок перебоїв із подальшим надходженням допомоги. Завдяки зупинці відтоку капіталу, запровадженню фіксованого обмінного курсу та іншим антикризовим заходам економіка підтримується фінансуванням і залишається повністю працездатною [20].

На ефективність роботи банківської системи значний вплив здійснюють показники її роботи такі, як Народний рейтинг клієнтів або Довіра до того, чи іншого банку – вершина 6, стресостійкість – вершина 7, ліквідність банку – вершина 8. Народний рейтинг формується на основі народної думки та відгуків опублікованих, наприклад, на сайті Мінфін. Чим вище ці показники, тим зазвичай стійкіше виявляється положення банку в Україні. Наприклад, при збільшенні ліквідності банківської установи зростає і довіра клієнтів банку, але при зменшенні стресостійкості банку, знижується і народний рейтинг до банку.

Наявність стабільних депозитів зменшує потребу в ліквідних активах, тому спостерігається прямо пропорційна залежність, а саме з ростом кількості депозитів, збільшується ліквідність того чи іншого банку. Стресостійкість банку напряму залежить від об'єму депозитних засобів фізичних та юридичних фінансових засобів в банку, тобто вона визначається, як, залежність від вкладів фізосіб: доля вкладів фізичних осіб в зобов'язаннях банку.

Вершина 9 – Стан Економіки країни визначається воєнним станом та впливом всіх інших концептів.

Вершина 10 – ГДОУ, тобто Головні державні органи управління. Головні державні органи управління приймають активну участь інноваційному фінансовому процесі; визначають правові, економічні і організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в

Україні, а також встановлюють форми стимулювання інноваційних процесів, спрямованих на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом. Такими органами впливу є:

– верховна Рада України (визначає єдину державну політику у сфері інноваційної діяльності; в межах Державного бюджету України визначає обсяг асигнувань для фінансової підтримки інноваційної діяльності);

– кабінет Міністрів України (здійснює державне управління та забезпечує реалізацію державної політики у сфері інноваційної діяльності; готує та подає Верховній Раді України пропозиції що-до пріоритетних напрямів інноваційної діяльності);

– центральні органи виконавчої влади (здійснюють підготовку пропозицій щодо реалізації інноваційної політики у відповідній галузі економіки, створюють організаційно-економічні механізми підтримки її реалізації) [21].

Вершина 11 – Монетарна політика країни (інфляція). Рішення з монетарної політики повинні базуватися на прогнозі інфляції, тобто, рівень облікової ставки має забезпечувати зближення прогнозу інфляції до значення таргету в середньостроковому періоді.

Визначимо множину ребер знакового орграфу у вигляді матриці суміжностей, та відобразимо їх у таблиці 4.2 та на рисунку – 4.1.

Таблиця 4.2 – Концепти когнітивної моделі банківської системи

№ верш	Вершини	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Воєний Стан	0	-	-	-		-	-	-	-	-	-
2.	НБУ		0	+	+			+		+		+
3.	Банк			0						+		
4.	ФГВФО				0		+			+		
5.	МВФ					0				+	+	
6.	Народ. Рейтинг						0	+				
7.	Стресостійкість						+	0				
8.	Ліквідність						+	+	0			
9.	Стан Економіки									0		
10.	ГДОУ									+	0	
11.	Інфляція			-				-		-		0

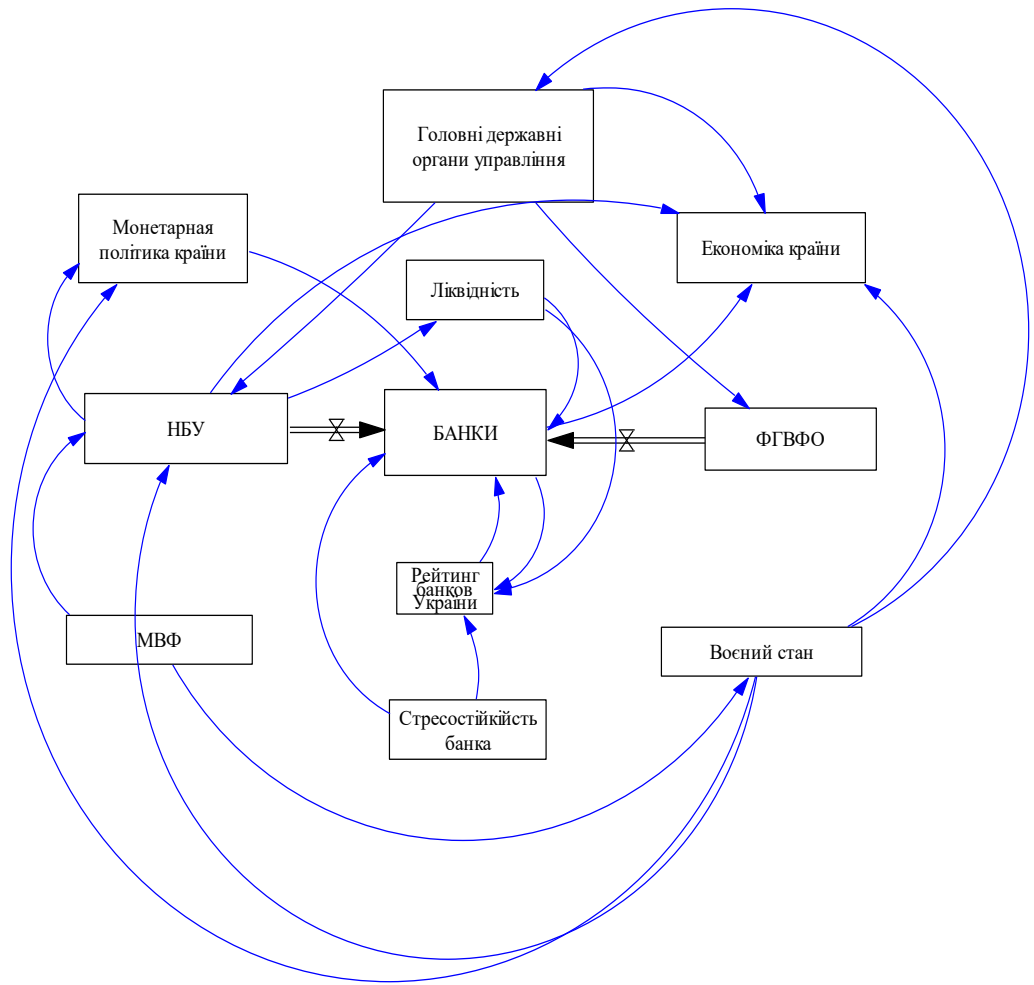


Рисунок 4.1 – Когнітивна модель банківської системи

4.2 Оцінка ефективності від депозитних вкладень на основі алгоритмів нечіткого виведення в MATLAB

Механізм нечіткого логічного виведення ґрунтується на знаннях, сформованих спеціалістами цієї предметної галузі у вигляді сукупності нечітких правил (4.1):

$$\text{if } x_1 \text{ is } D_1 \text{ and } x_2 \text{ is } D_2 \text{ and } \dots x_{nn} \text{ is } D_{nn} \text{ then } y \text{ is } E. \quad (4.1)$$

Частину правила перед ключовим словом then («то») називають умовою або передумовою (antecedent), а завершальну частину « $y \in Y$ » – наслідком або висновком (consequent).

Проілюструємо механізм нечіткого логічного висновку на прикладі обчислень значень функції $y = f(x_1, x_2)$.

Припустимо, що маємо базу знань, яка складається з двох правил (4.2–4.3):

$$R_1: \text{if } x_1 \text{ is } D_{11} \text{ and } x_2 \text{ is } D_{21} \text{ then } y \text{ is } E_1, \quad (4.2)$$

$$R_2: \text{if } x_1 \text{ is } D_{12} \text{ and } x_2 \text{ is } D_{22} \text{ then } y \text{ is } E_2, \quad (4.3)$$

де D_{ij} та E_i – це нечіткі множини, визначені для відповідних нечітких змінних, які мають функції належностей $\mu_{A_{ij}}(x)$ та $\mu_{B_j}(y)$.

Тепер за наданими значеннями $x_1=x_{10}$ та $x_2=x_{20}$ знайдемо конкретне y_0 . Даний приклад легко узагальнити для довільної кількості вхідних (x) і вихідних (y) змінних.

Для формування нечіткого логічного висновку за методом Мамдані необхідно виконати такі кроки:

Для чітко заданих вихідних значень розраховують ступені належності до окремих множин. Для розглядуваного прикладу визначають числові значення $\mu_{A_{1j}}(x_{10})$ та $\mu_{A_{2j}}(x_{20})$.

Нечітка імплікація. Знаходять функції належності передумов кожного окремого правила за конкретних вхідних сигналів (формули 4.4–4.5):

$$\alpha_1 = \mu_{D_{1j}}(x_{10}) \cap \mu_{D_{2j}}(x_{20}) \text{ – для оператора and;} \quad (4.4)$$

$$\alpha_2 = \mu_{D_{1j}}(x_{10}) \cup \mu_{D_{2j}}(x_{20}) \text{ – для оператора or.} \quad (4.5)$$

Потім знаходять функції належності кожного правила (формула 4.6):

$$\mu_j(y) = \alpha_j \cap \mu_{V_j}. \quad (4.6)$$

Нечітка композиція (aggregation). Знаходять функцію належності всієї сукупності правил за вхідних сигналів x_{10} та x_{20} (формула 4.7):

$$\mu_{\Sigma}(y) = \mu_1(y) \cup \mu_2(y) \quad (4.7)$$

Зведення до чіткості (defuzzification). Використовують, коли потрібно перетворити вихідну функцію належності у конкретне значення y_0 . Найбільш поширений центроїдний метод.

Якщо в наведеному алгоритмі логічна операція перетину реалізується як функція «мінімум», а об'єднання – як «максимум», то це алгоритм Мамдані (або Мамдані-Заде).

Алгоритм нечіткого логічного виведення Мамдані використаємо для створення прототипу експертної системи, яка була б реалізована у вигляді системи нечіткого виведення і давала б змогу визначити максимальну ефективність від вкладу депозиту. Для прикладу оберемо суму депозиту в розмірі 100 000 грн. Візьмемо дані для чотирьох різних банків:

- Приватбанк;
- Ощадбанк;
- Абанк;
- Credit Agricole bank.

Головними параметрами для отримання максимальної ефективності від вкладу депозиту будуть: розмір депозиту, відсоткова ставка, рівень довіри до банку та додаткові можливості (таблиця 4.3, таблиця 4.4, таблиця 4.5, таблиця 4.6, таблиця 4.7) [22].

Таблиця 4.3 – Перелік евристичних продукційних правил

№ п/п	Вхідні значення				Вихідне значення
	Розмір депозиту	Відсоткова ставка	Рівень довіри	Додаткові можливості	Ефективність від вкладу
1.	Низький	Низька	Низький	Низькі	Низька
2.	Середній	Низька	Низький	Низькі	Низька
3.	Середній	Низька	Середній	Низькі	Низька
4.	Середній	Висока	Середній	Низькі	Низька
5.	Високий	Низька	Низький	Низькі	Низька
6.	Високий	Висока	Високий	Високі	Висока
7.	Високий	Висока	Середній	Високі	Висока
8.	Середній	Висока	Середній	Високі	Висока
9.	Середній	Висока	Високий	Високі	Висока
10.	Високий	Висока	Середній	Високі	Висока

Таблиця 4.4. Розмір депозиту

№ п/п	Рівень	Шкала від 0 до 100
1.	Низький	0–30
2.	Середній	31–70
3.	Високий	71–100

Таблиця 4.5 – Відсоткова ставка

№ п/п	Рівень	Критерій	Шкала від 0 до 30
1.	Низька	Депозит не є ефективним	0–15
2.	Висока	Депозит у цілому є ефективним	15–30

Таблиця 4.6 – Рівень довіри

№ п/п	Рівень	Критерій	Шкала від 0 до 1
1.	Низький	Банк не є популярним, спостерігається відтік клієнтів	0,1–0,3
2.	Середній	Населення у цілому банку довіряє, банк має хороші фінансові показники та перспективи розвитку	0,3–0,7
3.	Високий	Великий банк, що давно завоював довіру клієнтів на ринку, має великий капітал, хорошу репутацію	0,7–1

Таблиця 4.7 – Додаткові можливості

№ п/п	Рівень	Критерій	Шкала від 0 до 1
1.	Низькі	Банк надає обмежені послуги, має вузьку систему банкоматів та відділень	0–0,5
2.	Високі	Можливості інтернет-банкінгу, прями зв'язки з іноземними банками, надання послуг із використанням новітніх технологій	0,5–1

Емпіричні знання в даній проблемній сфері представимо у формі таких евристичних продукційних правил (таблиця 4.3).

На першому етапі формується база нечітких лінгвістичних правил. Для всіх змінних визначаються відповідні лінгвістичні змінні (таблиця 4.2–4.6). У нашому випадку таких лінгвістичних змінних чотири: розмір депозиту, відсоткова ставка, рівень довіри і додаткові можливості (таблиця 4.8).

Таблиця 4.8 – Ефективність від вкладу

№	Рівень	Шкала від 0 до 1
1.	Низька	0 – 0,3
2.	Висока	0,7 – 1

Для розроблення та дослідження системи нечіткого виводу було використано програмне середовище MatLab, а саме редактор функцій приналежності систем нечіткого виводу Membership Function Editor.

Для вхідної змінної «Розмір депозиту» було задано функцію приналежності `gaussmf` (рисунок 4.2), яка формується з використанням гаусівського розподілу та дозволяє задавати асиметричні функції приналежності.

Для вхідних змінних «Відсоткова ставка», «Рівень довіри» було задано функцію приналежності `trimf`; для змінної «Додаткові можливості» – `trapezmf` (рисунок 4.2). Найпростіші функції приналежності трикутна (`trimf`) і трапецієподібна (`trapezmf`) формуються з використанням кусочно-лінійної апроксимації (рисунок 4.2).

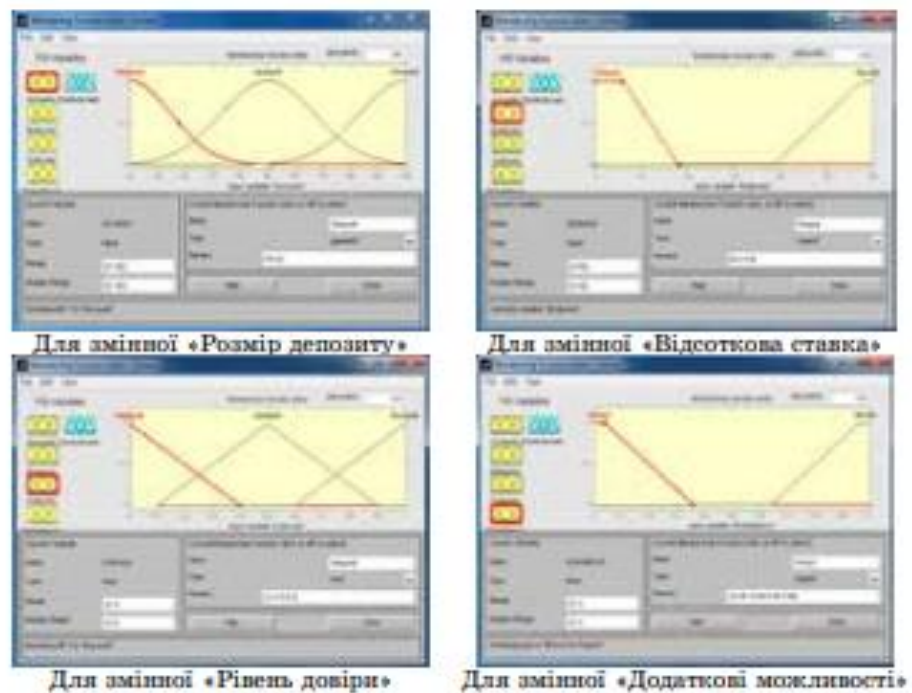


Рисунок 4.2 – Завдання функцій приналежності для змінних

Наступним кроком проводиться агрегація, тобто процедура визначення ступеня істинності умов по кожному з правил системи нечіткого виводу. До її початку задаються відомими значення істинності всіх підумов системи

нечіткого виведення, тобто множина значень $V = \{b_i'\}$. Далі розглядається кожне з умов правил системи нечіткого виводу. Якщо умова правила є нечітке висловлювання, то ступінь його істинності дорівнює відповідному значенню b_i' . Якщо ж умова складається з декількох підумов, причому лінгвістичні змінні в підумові попарно не дорівнюють один одному, то визначається ступінь істинності складного висловлювання на основі відомих значень істинності підумови. Для визначення результату нечіткої кон'юнкції може бути використано одну з формул 4.8–4.10:

$$T(D \wedge E) = \min \{T(D), T(E)\}, \quad (4.8)$$

$$T(D \wedge E) = T(D) * T(E), \quad (4.9)$$

$$T(D \wedge E) = \max \{T(D) + T(E) - 1, 0\}. \quad (4.10)$$

Для визначення результату нечіткої диз'юнкції може бути використано одну з формул 4.11–4.13:

$$T(D \vee E) = \min \{T(D), T(E)\}, \quad (4.11)$$

$$T(D \vee E) = T(D) + T(E) - T(D) * T(E), \quad (4.12)$$

$$T(D \vee E) = \min \{T(D) + T(E), 1\}, \quad (4.13)$$

При цьому значення e_i' використовуються як аргументи відповідних логічних операцій. Тим самим знаходяться кількісні значення істинності всіх умов правил системи нечіткого виводу. Етап агрегування вважається закінченим, коли будуть знайдені всі значення e_i'' для кожного з правил R_k , що входять у розглянуту базу правил P системи нечіткого виводу. Цю множину значень позначимо через

$$E'' = \{e_1'', e_2'', \dots, e_n''\}.$$

На наступному кроці проводиться активізація для знаходження ступеня істинності кожного з підвисновків правил нечітких продукцій. До початку цього етапу передбачаються відомими значення істинності всіх умов системи нечіткого виведення, тобто множина значень $E = \{e_i\}$, і значення вагових коефіцієнтів F_i для кожного правила. Далі розглядається кожен із висновків правил системи нечіткого вивода. Якщо висновок правила є нечітке висловлювання, то ступінь його істинності дорівнює алгебраїчному добутку відповідного значення b_i на ваговий коефіцієнт F_i . Якщо ж висновок складається з декількох підвисновків, причому лінгвістичні змінні в підвисновках попарно не дорівнюють один одному, то ступінь істинності кожного з підвисновків дорівнює алгебраїчному добутку відповідного значення e_i на ваговий коефіцієнт F_i . Таким чином, знаходяться всі значення s_k ступенів істинності підвисновків для кожного з правил R_k , що входять у розглянуту базу правил. Дану множину значень позначимо через

$$H = \{h_1, h_2, \dots, h_q\},$$

де q – загальна кількість підвисновків у базі правил [4, 5].

Після знаходження множини $C = \{c_1, c_2, \dots, c_q\}$, визначаються функції належності кожного з підвисновків для розглянутих вихідних лінгвістичних змінних методом нечіткої композиції «min-активація» (формула 4.13) [4, 5]:

$$\mu'(y) = \min \{c_i, \mu(y)\} \quad (4.13)$$

де $\mu(x)$ – функція приналежності терма, який є значенням деякої вихідної змінної w_j , заданої на універсумі Y .

Етап активізації вважається закінченим, коли для кожної з вихідних лінгвістичних змінних будуть визначено функції приналежності нечітких

множин їх значень, тобто сукупність нечітких множин: H_1, H_2, \dots, H_q .

Далі проводиться акумуляція з метою знаходження функції приналежності для кожної з вихідних лінгвістичних змінних множини

$$Q = \{q_1, q_2, \dots, q_s\}.$$

До початку даного етапу передбачаються відомими значення істинності всіх підвисновків для кожного з правил R_k , що входять у розглянуту базу правил P системи нечіткого виводу, у формі сукупності нечітких множин: H_1, H_2, \dots, H_q , де q – загальна кількість підвисновків у базі правил.

Далі послідовно розглядається кожна з вихідних лінгвістичних змінних $w_j \in W_i$ пов'язані з нею нечіткі множини: $H_{j1}, H_{j2}, \dots, H_{jq}$.

Результат акумуляції для вихідної лінгвістичної змінної w_j означається як об'єднання нечітких множин $H_{j1}, H_{j2}, \dots, H_{jq}$ за однією з формул.

Етап акумуляції вважається закінченим, коли для кожної з вихідних лінгвістичних змінних буде визначено функції приналежності нечітких множин їх значень, тобто сукупність нечітких множин:

H_1', H_2', \dots, H_s' де s – загальна кількість вихідних лінгвістичних змінних у базі правил системи нечіткого виводу

Наступним етапом є дефазифікація, тобто знаходження звичайного (не нечіткого) значення для кожної з вихідних лінгвістичних змінних множини

$$Q = \{q_1, q_2, \dots, q_s\}.$$

До початку цього етапу передбачаються відомими функції приналежності всіх вихідних лінгвістичних змінних у формі нечітких множин:

$$H_1', H_2', \dots, H_s',$$

де s – загальна кількість вихідних лінгвістичних змінних у базі правил системи нечіткого виводу.

Далі послідовно розглядається кожна з вихідних лінгвістичних змінних $q_j \in Q$, до якої належить нечітка множина H_j' . Результат дефазифікації для вихідної лінгвістичної змінної w_j визначається у вигляді кількісного значення $u_j \in R$. Дефазифікація вважається закінченою, коли для кожної з вихідних лінгвістичних змінних буде визначено кількісні значення у формі деякого дійсного числа, тобто у вигляді

$$u_1, u_2, \dots, u_s,$$

де s – загальна кількість вихідних лінгвістичних змінних у базі правил системи нечіткого виводу.

Визначаємо ефективність від депозитних вкладень для чотирьох банків за алгоритмом Мамдані (рисунок 4.3).



Рисунок 4.3 – Значення ефективностей для банків за алгоритмом Мамдані

Результуючу нечітку множину, що відповідає логічному виведенню за всіма правилами, показано в нижньому прямокутнику останнього стовпця графічного вікна. У цьому ж прямокутнику червона вертикальна лінія відповідає чіткому значенню логічного виведення, отриманого в результаті дефазифікації. Таким чином, ефективність для першого банку дорівнює 0,497, для другого – 0,5, для третього – 0,501, для четвертого – 0,5.

Далі проводимо нечітке логічне виведення і визначимо ефективність для всіх банків (рисунок 4.3).

Отримано однакове значення ефективності для чотирьох банків, яке дорівнює 0,496.

Визначаємо ефективність вкладень. Для цього проводимо відповідні налаштування в системі MatLab (рисунок – 4.4).

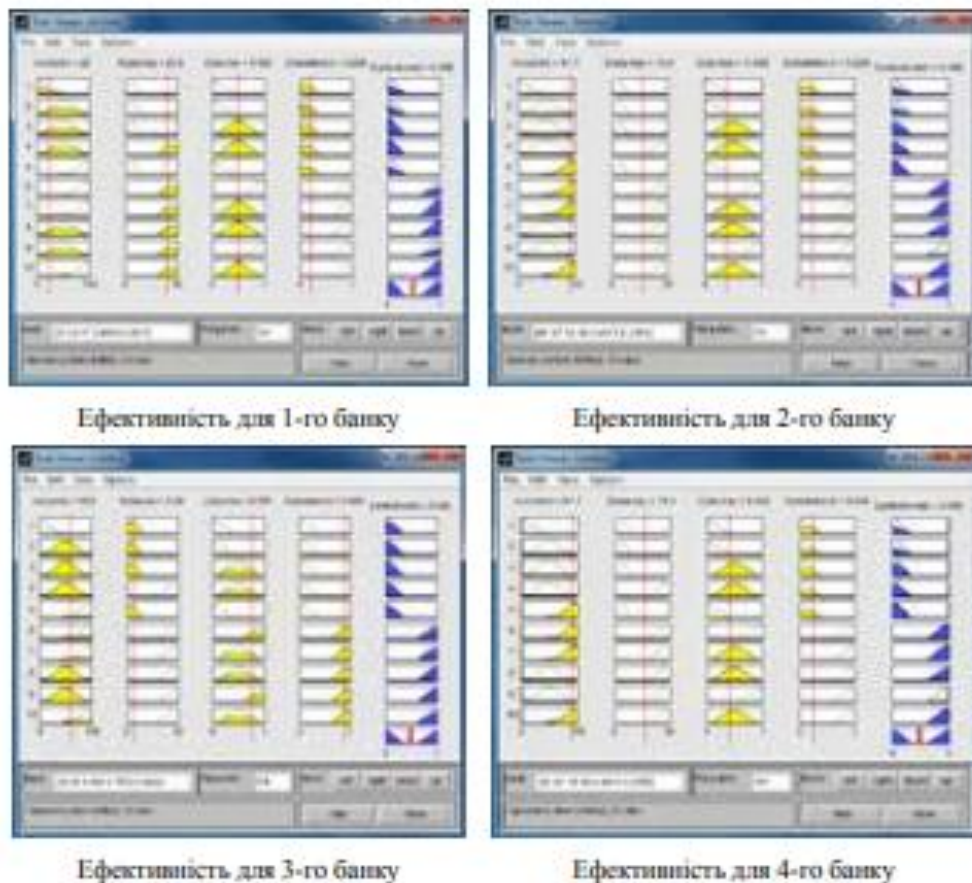


Рисунок 4.4 – Значення ефективностей для банків

Значення оцінок для всіх проектів узагальнимо в таблиці – 4.9.

Таблиця 4.9 – Експертні оцінки ефективності від вкладу депозиту в чотирьох банках

Експерти	Досвідченість	Банки			
		P1	P2	P3	P4
D1	0,9	0,497	0,5	0,501	0,5
D2	0,85	0,496	0,496	0,496	0,496
D3	0,95	0,523	0,514	0,485	0,514

На останньому етапі знайдемо остаточну узагальнену оцінку кожного проекту. Для цього розрахуємо ступені привабливості як середні значення агрегованих експертних оцінок проектів за формулою (4.14) [5]:

$$D_i = \frac{\sum_{t=1}^k v_t * D_{it}^n}{\sum_{t=1}^k v_t} \quad (4.14)$$

Відповідно до знайдених нормованих значень ступенів ефективності, на пропорційній основі визначимо значення інвестування для кожного банку виходячи з наявного бюджету 100000 грн (таблиця – 4.10).

Таблиця 4.10 – Значення обсягів вкладення

	Банки			
	P1	P2	P3	P4
Розмір вкладів	25204	25096	24604	25096

Таким чином, найбільш ефективним буде вкладення до першого банку.

Висновки. Таким чином, алгоритми нечіткого виводу сприяють зваженому, обґрунтованому вибору та оцінці ефективності депозитних вкладень. Їх використання дасть змогу включати в аналіз не тільки кількісні, але й якісні змінні, оперувати лінгвістичними критеріями та нечіткими вхідними даними. За допомогою нечіткої логіки можна швидко моделювати складні динамічні системи і порівнювати їх із заданим ступенем точності.

Для банків система нечіткого висновку дасть змогу якісно провести аналіз ситуації на ринку банківських послуг, виробити управлінські рішення щодо підвищення якості депозитних послуг для своїх клієнтів, зберегти конкурентоздатність. Пересічному громадянину дана система дасть змогу прийняти зважене рішення щодо вибору банку. При цьому враховується не тільки депозитна ставка, але й розмір депозиту, рівень довіри до банку, його розмір, інноваційні можливості тощо [23].

На рисунку 4.5 показан Control surface ефективності розміщення депозитів

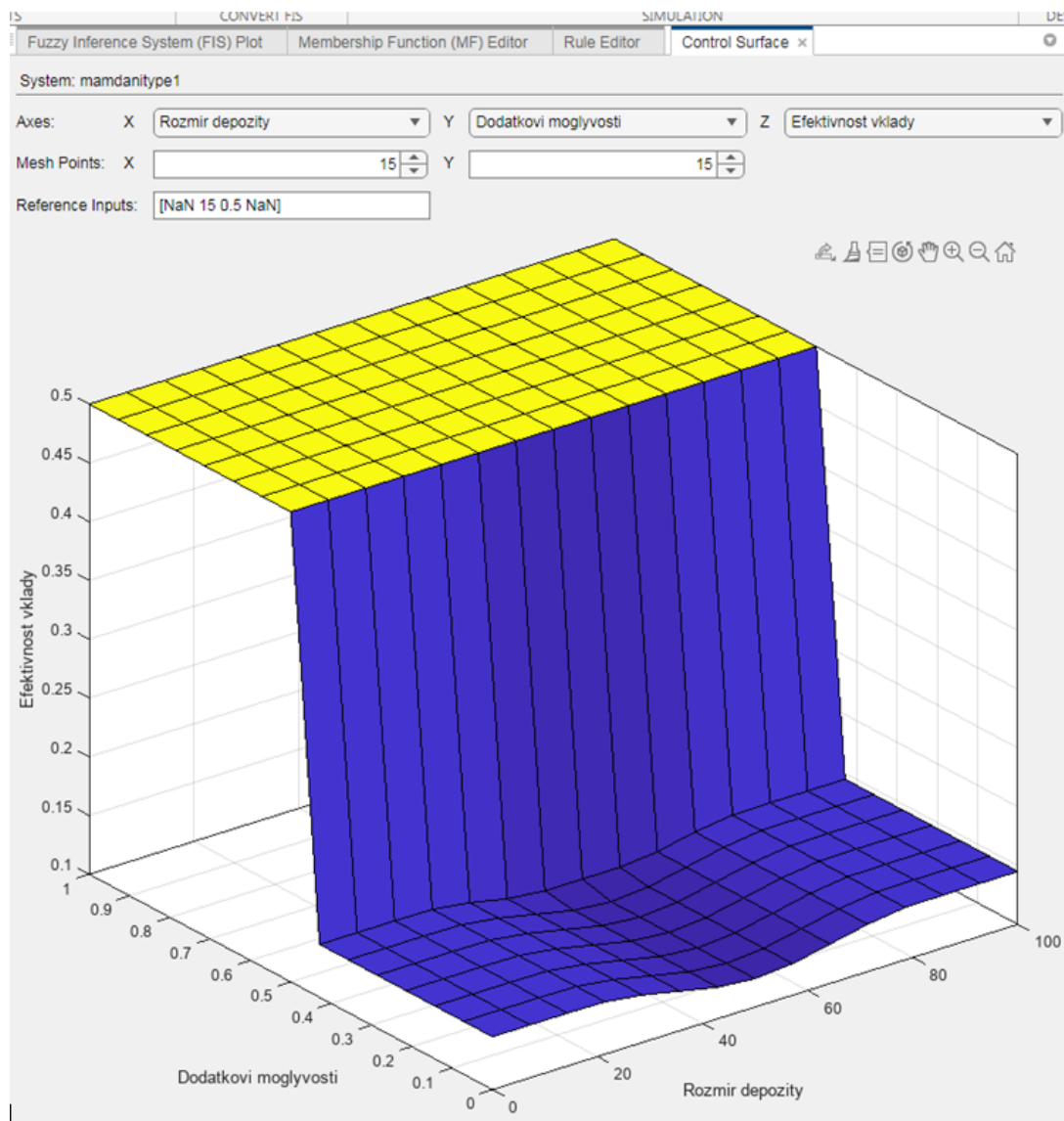


Рисунок 4.5 – Control surface ефективності розміщення депозитів

5. SEO ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ

5.1 Поняття SEO

SEO-просування сайту – це найбільш ефективний та вигідний канал для отримання клієнтів із пошукових систем.

У SEO цільова аудиторія – це люди, яких можна залучити на веб-сайт, оскільки вони зацікавлені у послугах або продуктах. Цільова аудиторія, яка також називається ідеальною або купівельною аудиторією, включає існуючих клієнтів, які вже використовують пошукові системи для пошуку вашого сайту. Виявлення ідеальної аудиторії, її мотивації та потреб є основою SEO-роботи.

SEO – не просто набір технік та методів, а ціла стратегія, яка покращує видимість сайту в інтернеті, приваблює більше цільової аудиторії та збільшує конверсію.

Але як зрозуміти, чи ефективна ваша SEO-стратегія? Для аналізу ефективності просування сайту існують показники, які дають змогу вимірювати та аналізувати різні аспекти SEO.

Органічний трафік – це кількість користувачів, які приходять на ваш сайт із пошукових систем без оплачених рекламних кампаній. Органічний трафік також є одним із основних джерел доходу для багатьох сайтів, адже це трафік із високою ймовірністю конверсії. Загальна кількість користувачів показує, наскільки популярним є сайт та скільки людей повертаються до нього знову.

Ключові слова – це слова та фрази, за якими користувачі шукають інформацію у пошукових системах. А тому позиція за ключовим словом – це ранг, який займає ваш сайт у пошукових результатах за конкретним запитом. Чим вища ваша позиція, тим більше трафіку ви отримаєте з пошукових систем.

Позиція ключового слова залежить від багатьох факторів, таких як релевантність контенту на вашому сайті, авторитет сайту, швидкість завантаження, мобільна адаптація та інші. Необхідно стежити за позиціями веб сайту за ключовими словами, щоб визначити, які запити приносять найбільше трафіку та конверсій, а які потребують оптимізації.

Позиції за ключовими словами можна вимірювати за допомогою різних сервісів, наприклад, SemRush, Ahrefs або Serpstat.

Видимість сайту – це відсоток користувачів, які знаходять веб сайт у пошукових результатах. Чим більший видимий сайт, тим більше потенційних клієнтів можна залучити. Видимість та результати просування сайту можна покращити, використовуючи різні SEO-техніки, як вибір правильних ключових слів, створення цікавого та корисного для цільової аудиторії контенту, отримання якісних зворотних посилань, оптимізація мета-тегів та заголовків тощо.

Зворотні посилання – це посилання з інших сайтів на ваш сайт.

Конверсія – це дія, яку має зробити користувач на сайті цільову дію. Конверсії – це кінцева мета та показники ефективності SEO, адже вони демонструють, наскільки результативно ваш сайт задовольняє потреби та очікування користувачів.

Тег метаопису – це короткий і лаконічний опис вмісту вашої сторінки.

Він також надає пошуковим системам опис для цілей індексу пошукової системи. Тег опису не відображається на самому веб-сайті.

Пагінація – це порядкова нумерація сторінок, що призначена для швидкого переходу на наступну (або попередню) сторінку.

XML-Sitemap – файл для роботів пошукових систем з переліком всіх сторінок сайту у форматі XML. Він потрібен, щоб пошукові системи ефективніше сканували та індексували вміст сайту [24].

SEO – це не одноразова справа, а постійний процес оптимізації та покращення сайту для пошукових систем та користувачів.

5.2 SEO характеристика сайтів банків

В цій дипломній роботі, за допомогою краулерів та пошукових програм, проведена аналітика веб сайтів українських банків.

Під час веб аналізу були задіяні такі програми:

- Redirect Paht;
- SEO Meta;
- Serpstat;
- SEO Minion.

Були проаналізовані деякі, окремі параметри SEO аналітики:

- наявність на сайті безпечного протоколу та URL;
- структура сайту та його аудит;
- сформованність XML карта (за допомогою файлу robots.txt);

ПРИВАТБАНК.

Наявність на сайті безпечного протоколу (рисунок 5.1):

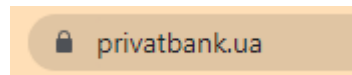


Рисунок 5.1 – Контроль безпечного протоколу сайту Приватбанк

URL: <https://privatbank.ua/>

Status Code	URL	IP	Page Type	Redirect Type	Redirect URL
200	https://privatbank.ua/	99.83.167.35		normal	none none

Структура:

Title = [ПриватБанк – беремо і робимо]

Description – Обслуговування приватних клієнтів, підприємців, підприємців малого та середнього бізнесу. Інтернет-Банк. Філі та представництва. Адреси банків та терміналів самообслуговування

H1| Приватбанк – лідер серед банк України

прописати заголовок H2;

H2 | Приватним особам

- H2** | Заощадження
- H2** | Заощадження, список 2
- H2** | Заощадження, список 3
- H2** | Кредити на будь-що
- H2** | Цільові кредити
- H2** | Інфо та сервіси
- H2** | Партнери
- H2** | Партнери, список 1
- H2** | Партнери, список 2
- H2** | Партнери, список 3
- H2** | З кредитним лімітом
- H2** | Дебетові картки
- H2** | Додаткові картки
- H2** | Круті штуки
- H2** | Порівняти
- H2** | Поради
- H2** | Поради, список 1
- H2** | Поради, список 2
- H2** | Платежі, список 1
- H2** | Платежі, список 2
- H2** | Платежі, список 3
- H2** | Платежі, список 4
- H2** | Перекази, список 1
- H2** | Перекази, список 2
- H2** | Перекази, список 3
- H2** | Послуги, список 1
- H2** | Послуги, список 2
- H2** | Налаштування cookie
- H2** | Магічні кешбеки в «Привіт»
- H4** | Рекомендовані продукти

Н4 | Картки

Н4 | Дякуємо за Вашу заявку

Н4 | Дякуємо, що зацікавились продуктом!

Н4 | Дякуємо за Вашу заявку

Н4 | Дякуємо, що зацікавились продуктом!

Н4 | Акції

Н4 | Популярні послуги

Н4 | Приват24

Н4 | Добро

Н4 | Останні новини

Н4 | У пошуках найближчого відділення, банкомата чи термінала самообслуговування?

Ключові слова (Keywords): банкінг, інтернет банк, мобільний, онлайн, кредит, депозит, переказ, квиток, платіж, курс валют, карта, платіжні карти, кредитка, віддалений банкінг, адреса, банкомат, відділення, гривня, долар, євро, скарбничка, відкрити депозит

Тези.

Магічні кеш беки в «Привіт» / Переглянути пропозиції.

Відкритий граф (Open Graph) (рисунок 5.2).



Рисунок 5.2 – Відкритий граф Приватбанк

<https://dwfvpbrjajfs.cloudfront.net/media/default/0001/01/2fe6cc7f500c21bfbd4b3d49126270cb0b1c0e24.jpeg>

Сформованність XML карти (рисунок 5.3):

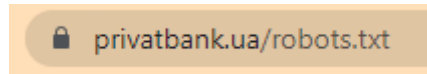


Рисунок 5.3 – XML карти Приватбанк

```
User-agent: *
Crawl-delay: 1
Host: privatbank.ua
Disallow: /search/*
Disallow: /*utm_
Disallow: /admin/*
Disallow: /handbook/standart
Disallow: /handbook/cp
Disallow: /handbook/jr
Disallow: /handbook/pv
Disallow: /handbook/sg
Disallow: /handbook/mb
Disallow: /vip/premium-business-banking
Disallow: /swagger*
Disallow: /api*
Disallow: /rest*
Disallow: /phpmyadmin*
Disallow: /static*
Disallow: /version*
Disallow: /docs*
Disallow: /graphql*
Disallow: /ui*
Disallow: /v1*
```

Disallow: /install*

Disallow: /doesnt*

Disallow: /bonita*

Disallow: /login*

Allow: *.jpg

Allow: *.png

Allow: *.gif

Sitemap: <https://privatbank.ua/sitemap.xml>

ОЩАДБАНК

Наявність на сайті безпечного протоколу (рисунок 5.4):

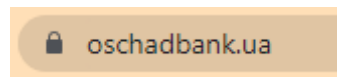


Рисунок 5.4 – Контроль безпечного протоколу сайту Приватбанк

URL: <https://www.oschadbank.ua/>

Status Code	URL	IP	Page Type	Redirect Type	Redirect URL
200	https://www.oschadbank.ua/	45.223.20.127		normal	none none

Структура:

Title = [Ощадбанк ✓ Мій банк. Моя країна]

Description – Банківські послуги від Ощадбанку ✓ Кредитування та відкриття депозитів ⚡ Послуги для корпорацій, бізнесу та фізичних клієнтів ✓ Надійний банк твоєї країни ★

H4 | Меню

H4 | Моя безбар'єрність

H4 | мої знижкобонуси від WOG

H4 | програма «Національний кешбек»

H4 | оформлюйте в додатку «Мобільний Ощад»

H4 | Новий сервіс онлайн кредитування підприємців

H4 | Персональний банкінг

Keywords missing (Ключові слова відсутні).

Тези:

- Ощадбанк / Моя безбар`єрність.
- Ощадбанк / Мої знижкобонуси від WOG.
- Ощадбанк / Програма «Національний кешбек».
- Оформлюйте в додатку «Мобільний Ощад».
- Новий сервіс онлайн кредитування підприємців.
- Ощадбанк / Персональний банкінг.
- Відкритий граф (Open Graph) (рисунок 5.5):

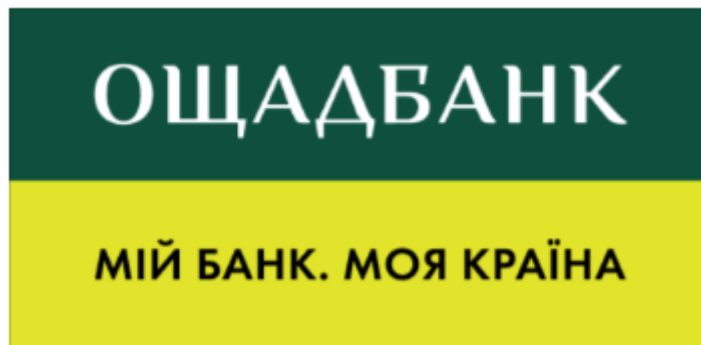


Рисунок 5.5 – Відкритий граф Ощадбанк

<https://www.oschadbank.ua/uploads/2/10665-logo.png>

Сформованність XML карти (рисунок – 5.6):

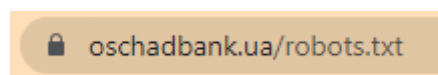


Рисунок – 5.6. XML карти Ощадбанк

User-agent: *

Disallow: /sites

Disallow: /search

Disallow: /ua/

Disallow: /?

Disallow: /*?

Disallow: /index.php

Sitemap: <https://www.oschadbank.ua/sitemap.xml>

АБАНК

Наявність на сайті безпечного протоколу (рисунок – 5.7):

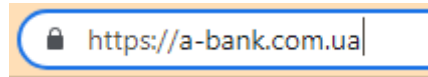


Рисунок 5.7 – Контроль безпечного протоколу сайту Абанк

URL <https://a-bank.com.ua/>

Status Code	URL	IP	Page Type	Redirect Type	Redirect URL
200	https://a-bank.com.ua/	52.214.189.127		normal	none none

Структура:

Title = [абанк • цінуємо стосунки]

Description – абанк24 – отримай картку в телефоні за декілька хвилин. У нас в АТБ – знижки до 50%, на Bolt – до 20%, купа кешбеків та вигідних кредитів. Переходь за посиланням і переконайся сам у вигодах

Headline відсутні (No header has been found).

Ключові слова (Keywords): абанк, абанк24, кредити, депозити, банківські карти, кредити під авто, кредитні карти, мобільний додаток, онлайн платежі, фінансові послуги, лояльність, кешбек, інвестиції, валютні операції, банківські операції, кредитування, АТБ, Вигода, Болт, оплата частинами, плати частинами, частями, картка, банкомати, переказ коштів, знижки, Visa, MasterCard, мобільні платежі, QR-коди, транзакції, рахунки, відкриття рахунків, персональні пропозиції, фоп, карта, abank, loans, deposits, bank cards, car loans, credit cards, mobile app, online payments, loyalty, cashback, investments, currency, auto loans, АТБ, pay in parts, ATMs, money transfers, discounts, Visa cards, MasterCard, mobile payments, QR codes, transactions, accounts, banking services, fop.

Тези:

– Абанк / Дія. Картка / Картка для виплат за програмою єКнига.

– Абанк / Отримайте 1000 ₪ грошової допомоги за програмою «Зимова «Підтримка»».

- Абанк зробив апгрейд.
- Будь незалежним разом з Абанк.
- Абанк / Плати частинами.
- Абанк / Картка «АТБ».
- Абанк / Вигода.
- Абанк / Volt.

Відкритий граф (Open Graph) (рисунок 5.8):



Рисунок 5.8 – Відкритий граф Абанк

<https://static.a-bank.com.ua/u/image/2024/10/8/Ioh6zCwjJ/telegram-cloud-document-2-5197397219753351027.jpg>

Сформованість XML карта (рисунок 5.9):



Рисунок 5.9 – XML карти Абанк

XML карта не піддається перевірці.

Висновок: Сформована XML карта на сайті Абанку відсутня.

CREDI AGRICOLE BANK

Наявність на сайті безпечного протоколу (рисунок 5.10):

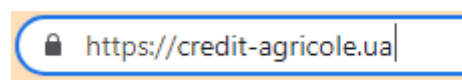


Рисунок 5.10 – Контроль безпечного протоколу сайту Credi Agricole bank

URL <https://credit-agricole.ua/>

Status Code	URL	IP	Page Type	Redirect Type	Redirect URL
200	https://credit-agricole.ua/	176.114.0.241		normal	none none

Структура:

Title = [Креді Агріколь Банк – ТОП-3 найнадійніших в Україні | Credit Agricole Bank]

Description – Credit Agricole пропонує високу якість обслуговування відповідно до Європейських стандартів. Серед послуг: ✓ Інтернет-банкінг ✓ кредит готівкою ✓ депозити ✓ страхування ✓ кредити на авто ✓ преміум банкінг ✓ послуги агро-бізнесу ✓ РКО ✓ кредитні картки ✓ послуги.

H1 | Credit Agricole Ukraine

H3 | Інформація для споживачів та інших осіб, які належать до захищеної категорії

H5 | Контакт центр Credit Agricole

Keywords missing (Ключові слова відсутні).

Тези:

- 1000 грн на картку національний кешбек.
- Розрахунки заряджають на круті подарунки.
- Відкривайте картку національний кешбек у застосунку СА+.
- Різдвяний затишок.
- Відкрий онлайн ФОП-рахунок, виграй грошовий подарунок.
- Лізинг автомобілів Renault.
- Annual gathering 2024.
- Фінансові результати Credit Agricole Bank за III квартал і 9 місяців 2024 року.
- Розвиватися ефективно і стало.
- Ламаємо вартість кредиту навпіл.
- Вигідний кеш бек – повертаємо Ваш чек.

- 45 млн грн для київського обласного перинатального центру.
- Креді агріколь є лідером з кешменеджменту в Україні.
- Кешбек на лізинг автомобілів, техніки та обладнання для малого та середнього бізнесу.
- Credit agricole дарує преміумзнижки на пальне.
- Код довіри Credit Agricole Bank.
- Вигідна пара для Вашого бізнесу.
- Мобільний застосунок СА+.
- Знову з Вами для Ваших звершень.

Відкритий граф (Open Graph) (рисунок –5.11):



Рисунок 5.11 – Відкритий граф Credi Agricole bank

<https://credit-agricole.ua/storage/settings/logo-credit-agricole-jp-160.jpg>

Сформованість XML карти (рисунок – 5.12):

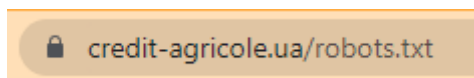


Рисунок 5.12 – XML карти Credi Agricole bank

User-agent: *

Disallow: /admin

Disallow: /questionnaire

Disallow: /search

Disallow: /*sid=*

Disallow: /*?

Disallow: /*&

Disallow: /*=

Allow: /*.css

Allow: /*.js

Allow: /*.svg

Allow: /*.png

Allow: /*.jpeg

Allow: /*.jpg

Allow: /*.webp

Allow: /sitemap.xml

Disallow: /*.pdf

Disallow: /*.docx

Disallow: /*.doc

Disallow: /*.rtf

Disallow: /*.xlsx

Disallow: /*.xls

Disallow: /*.xml

Disallow: /*.p7s

Sitemap: <https://credit-agricole.ua/sitemap.xml>

МОТОР – БАНК

Наявність на сайті безпечного протоколу (рисунок – 5.13):

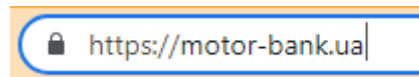


Рисунок 5.13 – Контроль безпечного протоколу сайту Мотор – банк

URL <https://motor-bank.ua/>

Status Code	URL	IP	Page Type	Redirect Type	Redirect URL
200	https://motor-bank.ua/	193.151.90.56	normal	none	none

Структура:

Title =[МоторБанк - Головна сторінка]

Description - МоторБанк, м. Запоріжжя

Н1 | Про банк

Н2 | Відділення та банкомати

Н2 | Є запитання? Залишайтеся на зв'язку!

Н3 | Приватним клієнтам

Н3 | Для бізнесу

Н3 | Про Банк

Н3 | Дякуємо за Вашу заявку!

Ключові слова (Keywords): Банк

Тези:

- 100% акцій АТ «Мотор – банк» належать державі Україна!
- Надійний двигун Вашого майбутнього.

Відкритий граф (Open Graph) (рисунок – 5.14):



Рисунок 5.14 – Відкритий граф Мотор – банк

<https://motor-bank.ua/bitrix/templates/ukr/img/logo.png.webp>

Сформованність XML карти (рисунок – 5.15):

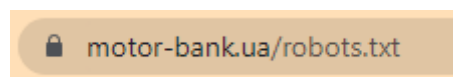


Рисунок 5.15 – XML карти Мотор – банк

User-agent: * (Користувач-агент: *)

Allow: / (Дозволити: /)

Висновок: XML карта на сайті Мотор - банку відсутня.

5.3 Аналіз доменів українських банків

За допомогою програми Serpstat був виконан аналіз доменів українських банків.

Домен (Domain name) – унікальний буквено-цифровий набір символів, що визначає сайт в пошукових системах і для відвідувачів. Іншими словами, доменне ім'я – ім'я сайту в інтернеті [25] (рисунок – 5.16, рисунок – 5.17, рисунок – 5.18, рисунок – 5.19, рисунок – 5.20 та таблиця – 5.1).

ПРИВАТБАНК.

Інформація по домену

Трафік	Видимість	Ключові фрази	Нові	Втрачені	Виросли	Впали
4 293 880	961.3	3 911 018	25 919	28 723	21 468	24 459

Індексація домену

Індекс Google	Індекс Bing
9 850	N/A

Видимість за рік

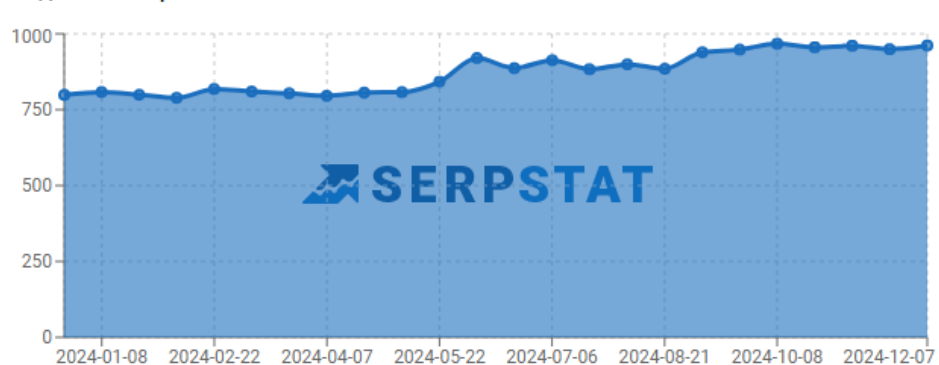


Рисунок 5.16 – Інформація по домену Приватбанк

ОЩАДБАНК

Інформація по домену

Трафік	Видимість	Ключові фрази	Нові	Втрачені	Виросли	Впали
1 141 233	243.68	960 271	14 105	11 934	8 826	9 839

Індексація домену

Індекс Google	Індекс Bing
3 860	N/A

Видимість за рік

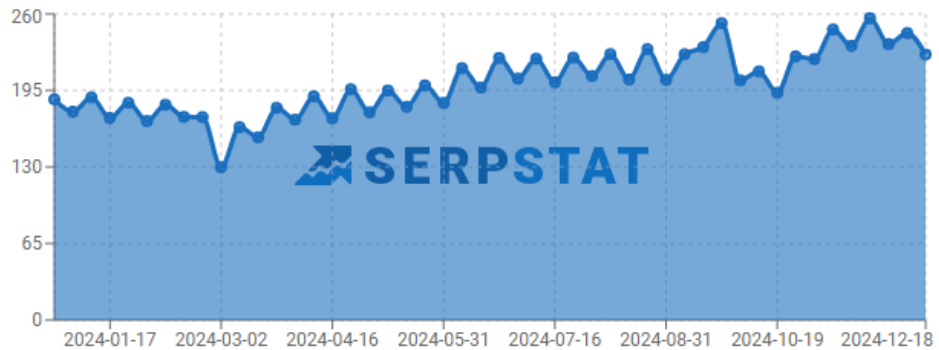


Рисунок 5.17 – Інформація по домену Ощадбанк

АБАНК

Аналіз домену

Google UA | 398.2K

Інформація по домену

Трафік	Видимість	Ключові фрази	Нові	Втрачені	Виросли	Впали
145 775	51.49	398 152	6 352	4 906	3 583	3 118

Індексація домену

Індекс Google	Індекс Bing
1 310	N/A

Видимість за рік

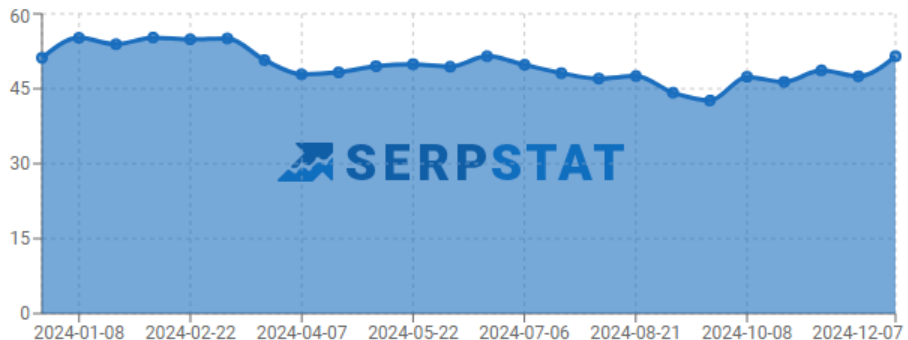


Рисунок 5.18 – Інформація по домену Абанк

CREDI AGRECOL BANK

Аналіз домену

Google UA | 324.2K

Інформація по домену

Трафік	Видимість	Ключові фрази	Нові	Втрачені	Виросли	Впали
91 861	41.85	324 196	4 475	3 794	2 987	3 054

Індексация домену

Індекс Google	Індекс Bing
3 240	N/A

Видимість за рік

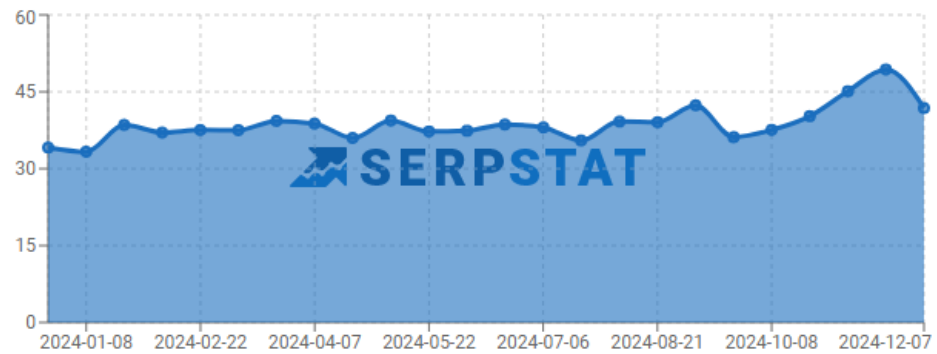


Рисунок 5.19 – Інформація по домену Credi Agrecol bank

МОТОР – БАНК

Інформація по домену

Трафік	Видимість	Ключові фрази	Нові	Втрачені	Виросли	Впали
2 136	1.19	26 646	525	565	249	216

Індексация домену

Індекс Google	Індекс Bing
827	N/A

Видимість за рік

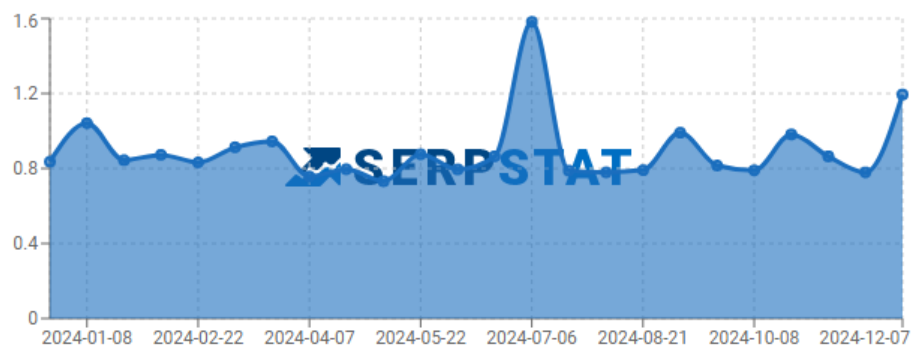


Рисунок 5.20 – Інформація по домену Мотор – банк

Таблиця 5.1 – Аналіз доменів українських банків

№	Банк	Трафік	Види мість	Ключові фрази	Нові домени	Індекс Google
1.	Приватбанк	4293880	961.3	3911018	25919	9850
2.	Ощадбанк	1141233	243.68	960271	14105	3860
3.	Абанк	145775	51.49	398152	6352	1310
4.	Credi Agrecol bank	91861	41.85	324196	4475	3240
5.	Мотор - банк	2136	1.19	26646	525	827

Деякі пояснення до таблиці 5.1.

"Нові" – фрази, які або недавно додали, або вони раніше не показувалися в топ-100 Google, а зараз увійшли.

Індекс Пошуку Google – це алфавітний показчик, де є запис для кожного слова на проіндексованих веб-сторінках. Під час індексації відбувається додавання даних про веб-сторінку до записів про всі слова, що містяться на ній.

ВИСНОВКИ

В дипломній роботі були приведені поняття депозита, розглянуті юридичні сторони його укладення з боку зору обох учасників банківського договору, тобто з боку зору само банка та клієнтів, які укладають банківський договір. Були розглянуті переваги укладення депозита, як для банка, так і для клієнтів банка.

В дипломній роботі була наведена когнітивна модель банківської системи з врахуванням сучасних умов, на які значний вплив оказує існуючий на даний час в країні воєний стан. Був зроблен висновок, що значний вплив на розрахунок облікової ставки в НБУ оказує існуючий рівень інфляції, тобто зі зростанням рівня інфляції повинна зростати і облікова ставка, яка в свою чергу впливає на розрахунок депозитної ставки в банках України.

Ефективність депозитного договору, враховуючи різні фактори впливаючи на оформлення депозитного договору, була наведена за допомогою нечіткого програмування за системою MatLab.

Проналізувавши депозитні програми українських банків був зроблений висновок про те, що найбільш перспективними депозитними програмами в умовах військового положення є договори строком на 6 місяців з можливістю їх поповнення; а також депозитні договори строком на 1 рік, але в останньому випадку є додатковий ризик збереження грошових коштів, через відсутність політичної стабільності в країні.

Згідно з отриманими даними можна зробити наступні висновки:

- найбільш розвинутими банками є Приватбанк та Ощадбанк, це відображає трафік, що відбувається на головні сайти цих фінансових установ;
- одним з видів конверсії, що відбувається на сайтах фінансових установ є запит о залученні коштів громадян та пропозиції відкриття депозитних вкладів, в тому числі під час проведення бойових дій в країні. Своєї актуальності серед населення України ця пропозиція від банків

України не втратила і під час бойових дій в країні, хоча і в декілька менших об'ємах;

– найбільш частіше інформацію стосовно українських банків шукають на території, підконтрольній Україні;

– активне проведення бойових дій на території України відобразилось в тому числі на налогах, накладаємих на банківські вклади;

– ключові слова добре відображають запити цільової аудиторії;

– алгоритми нечіткого виводу дають змогу приймати рішення в умовах відсутності або неповної інформації, що уможлиблює їх застосування, наприклад, у банківській діяльності.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Obozrevatel.UA - НБУ знизив облікову ставку в'яте з початку великої війни: що буде з відсотками за кредитами та депозитами. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/ekonomika-glavnaya/economy/nbu-zniziv-oblikovu-stavku-vpyate-z-pochatku-velikoi-vijni-scho-bude-z-vidsotkami-za-kreditami-ta-depozitami.htm>.

2. Національний Банк України - Інфляція залишатиметься помірною, а економіка надалі відновлюватиметься у 2024–2026 роках – Інфляційний звіт НБУ [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiya-zalishatimetsya-pomirnoyu-a-ekonomika-nadali-vidnovlyuvatimetsya-u-20242026-rokah--inflyatsiyniy-zvit-nbu>.

3. WikiLegalAid - Особливості укладення договорів банківського вкладу (в тому числі відшкодування коштів за вкладом у випадку ліквідації банків). [Електроний ресурс] – Режим доступу: [https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D1%83%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%83_\(%D0%B2_%D1%82%D0%BE%D0%BC%D1%83_%D1%87%D0%B8%D1%81%D0%BB%D1%96_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D1%88%D1%82%D1%96%D0%B2_%D0%B7%D0%B0_%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D0%BC_%D1%83_%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D0%BA%D1%83_%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0](https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9E%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D1%83%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%83_(%D0%B2_%D1%82%D0%BE%D0%BC%D1%83_%D1%87%D0%B8%D1%81%D0%BB%D1%96_%D0%B2%D1%96%D0%B4%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D1%88%D1%82%D1%96%D0%B2_%D0%B7%D0%B0_%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D0%BE%D0%BC_%D1%83_%D0%B2%D0%B8%D0%BF%D0%B0%D0%B4%D0%BA%D1%83_%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0)

%D1%86%D1%96%D1%97_%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%96%D0%B2).

4. Інфляція залишатиметься помірною, а економіка надалі відновлюватиметься у 2024–2026 роках – Інфляційний звіт НБУ [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiya-zalishatimetsya-pomirnoyu-a-ekonomika-nadali-vidnovlyuvatimetsya-u-20242026-rokah--inflyatsiyniy-zvit-nbu>.

5. Закон України Про платіжні послуги. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text>.

6. Цивільний Кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР). [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

7. Конституція України - Розділ II / права, свободи та обов'язки людини і громадянина. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.

8. Постанова Великої Палати Верховного Суду від 10 квітня 2019 року у справі № 463/5896/14-ц. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://verdictum.ligazakon.net/document/82065661>.

9. Netpeak Що таке SMM і як працює маркетинг у соціальних мережах. Гайд для початківців. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-smm-i-yak-pratsyue-marketing-u-sotsial-nikh-merezhakh-gayd-dlya-pochatkivtsiv/>.

10. Wiki Wend – SimilarWeb. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://www.wikiwand.com/uk/articles/SimilarWeb>.

11. Хостинг Україна Що таке ключові слова? [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukraine.com.ua/blog/seo-optimization/chto-takoe-klyuchevie-slova.html>.

12. Приватбанк – [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://privatbank.ua/>

13. Ощадбанк – [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/>

14. Абанк – [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://a-bank.com.ua/>

15. Креді Агріколь банк – [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://credit-agricole.ua/>

16. Мотор – банк – [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://motor-bank.ua/>

17. Elit Web Трафік сайту Що це таке та як його подивитися? [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-trafik-sajta-i-kak-ego-poschitat><https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-trafik-sajta-i-kak-ego-poschitat>

19. Idea Digital Agency Ділимося досвідом з онлайн-маркетингу. Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://ideadigital.agency/blog/>

18. Все про гроші – Що потрібно знати про депозити? [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://vseprogroshi.com.ua/shho-potribno-znati-pro-depoziti.html>

19. Фонд Гарантування Вкладів Фізичних Осіб Нормативно-Правові Акти Фонду [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://www.fg.gov.ua/dokumenti/normativno-pravovi-akti-fondu>

20. Центр економічної стратегії Економіка України у 2023 році: головне [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://ces.org.ua/ukrainian-economy-in-2023-tracker-overview/#:~:text=%D0%97%D0%B0%D0%B2%D0%B4%D1%8F%D0%BA%D0%B8%20%D1%96%D0%BD%D0%BE%D0%B7%D0%B5%D0%BC%D0%BD%D1%96%D0%B9%20%D1%84%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B9%20%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B7%D1%96%20%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%BD%D1%96,%D0%BF%D1%96%D0%BA%D1%83%20%D1%83%2038%2C4%20%D0%BC%D0%BB%D1%80%D0%B4>.

21. Elib LNTU – Інноваційна форма інвестицій. [Електроний ресурс] – Режим доступу: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/ENP%20finish/page12.html#:~:text=%D0%92%D0%BE%D0%BD%D0%B8%20%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B0%D1%8E%D1%82%D1%8C%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D1%96%2C%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D1%96,%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B8%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8%20%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%D0%BC%20%D1%88%D0%BB%D1%8F%D1%85%D0%BE%D0%BC.

22. Бакурова, А. В. Моделювання поведінки атрактивних структур на прикладі фінансової паніки в Україні [Текст] / А. В. Бакурова, Г. І. Мацшина // Держава та регіони. – 2009. – Т. 3. – С. 5 – 13.

23. Яровенко Г.М. Оцінка ефективності від депозитних вкладень на основі алгоритмів нечіткого виведення. [Електроний ресурс] / Г.М. Яровенко, А.І. Сковронська // Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. – 2017. – Вип. 15. – С. 632 – 637. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/126.pdf>.

24. Go IT Що це таке? Та як працює пошукова оптимізація? [Електроний ресурс] – Режим доступу: <https://goit.global.ua/articles/seo-shcho-take-ta-iak-pratsiuie-poshukova-optymizatsiia/>.

25. Host Pro - Що таке домен? [Електроний ресурс] – Режим доступу: [https://hostpro.ua/wiki/ua/domains/what-is-domain/#:~:text=%D0%94%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%20\(Domain%20name\)%20%E2%80%93%20%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9,%D1%86%D1%96%20%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D0%B8%D0%B](https://hostpro.ua/wiki/ua/domains/what-is-domain/#:~:text=%D0%94%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%20(Domain%20name)%20%E2%80%93%20%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9,%D1%86%D1%96%20%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D0%B8%D0%B)

7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B0%D1%8E%D1%82%D1%8C%D1%81
%D1%8F%20%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B0%20%
D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B2%D0%BE.