

5. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/72-1-8>

УДК 336.011

Семенча І.Є.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Олексієнко В.В.

студентка,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Semencha Iona, Oleksiienko Vlada

Oles Honchar Dnipro National University

БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ САМООБСЛУГОВУВАННЯ: АНАЛІЗ ЗМІСТУ ТА СПЕЦИФІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

У статті відзначено, що за бурхливого розвитку процесів діджиталізації в банківській діяльності в останній період ретельного розгляду потребує група послуг, що виникла як її наслідок. Проведений аналіз термінології багатьох сучасних думок авторів показав, що не існує сталого терміну, а сам спектр послуг потребує визначення суттєвих специфічних характеристик. В ході дослідження визначили та розглянули три групи специфічних характеристик для такого виду послуг з точки зору механізму надання банківської послуги. Визначили, що змістоутворюючою серед них буде група специфічних характеристик обслуговування. Довели, що самостійність отримання банківських послуг буде найголовнішою специфічною характеристикою. Отже, в статті запропоновано всі послуги, що пов'язані зі діджиталізацією в банку, об'єднати терміном «банківські послуги самообслуговування».

Ключові слова: банківські послуги, механізм надання, діджиталізація, специфічні характеристики, зміст послуги, самообслуговування.

Постановка проблеми. З розвитком технологій усі сфери людського життя піддаються діджиталізації. І сфера банківської діяльності не є сьогодні винятком. Рівень розвитку електронних послуг банку прямо пов'язаний з його майбутнім. Адже бути конкурентоспроможним сьогодні для будь-якого банку в Україні означає реалізовувати якнайбільше банківських продуктів на базі ІТ-технологій. Ефективно реалізовувати такі сучасні тенденції в своїй діяльності, на нашу думку, неможливо, поки залишається чітко невизначеним (або неоднорідним за розумінням) сам зміст таких послуг та специфічні ознаки, на які повинен спиратися банківський маркетинг в процесі їх розробки та подальшого вдалого просування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз показав, що розглядом діджиталізації бан-

ків займалися як іноземні, так і вітчизняні вчені. В працях Андрушків І.П., Надієвець Л.М. [1], Ситника І.П., Фоміної В.С. [2], Акименко Н.В., Мамонтенко Н.С. [3] та інших вивчалися види та способи впровадження інноваційних технологій у банківський сектор.

Формулювання цілей статті. Метою статті стало з'ясування змісту та специфічних ознак послуг, що виникають в банківській діяльності в процесі діджиталізації.

Виклад основного матеріалу. Із самого початку хочемо відмітити, що поки не реалізовано мету окресленого дослідження, не визначено точний термін, який би повністю відповідав специфіці послуг під час діджиталізації банківської діяльності, пропонуємо такі послуги умовно називати «digital-послуги банку».

Узагальнення підходів щодо термінології даного виду банківських послуг

Термін, яким позначається даний вид послуг	Автор(и), які застосовують відповідний термін, та джерело згадування
Електронний банкінг	Pakhnenko O., Hacar D., Yatsenko V. [4] William L. Hosch [5] Гаряга Л.О. [6, с. 391]
Дистанційні банківські послуги (remote banking)	Радіонова Н.Й., Терещук В.В. [7] Чкан І.О., Чкан А.С. [8]
Комбіноване банківське обслуговування	Домінова І.В. [9, с. 85]
Послуги самообслуговування (self-service)	Шпильовий В.А. [10, с. 30]
Дистанційна платіжна операція	Закон України «Про платіжні послуги» [11]
Фінансові технології (fintech)	Гаряга Л.О. [6, с. 391] Семенов А.Ю., Цирулик С.В. [12, с. 328] НБУ [13]
Internet banking	Wan-Rung Lin, Yi-Hsien Wang, Yi-Min Hung [14] Khedmatgozar H.R. [15] Al-Hattami H.M., Abdullah A.A.H., Khamis A.A.A. [16] Rekha I.S., Basri S., Kavitha T.C. [17] Радіонова Н.Й., Терещук В.В. [7]
Online banking	Emad Hashiem Abualsauod, Asem Majed Othman [18] Jibril A.B., Kwarteng M.A., Chovancova M., Bode J. [19] Ahmed R.R., Romeika G., Kauliene R., Streimikis J., Dapkus R. [20]

Джерело: складено авторами

Проведений аналіз публікацій вітчизняних та закордонних науковців, присвячених цій тематиці, показав, що немає єдиного підходу щодо теоретичного розуміння між авторами. Всі терміни, що використовувались при вивченні digital-послуг банків, було узагальнено та представлено у табл. 1.

Отже, як видно з табл. 1, думки авторів стосовно терміну, що позначає digital-послуги банку, як серед вітчизняних, так і серед закордонних авторів розділилися. Хтось із авторів через використаний термін підкреслює те, що digital-послуги банку надаються в дистанційному режимі, хтось зосереджується на тому, що клієнт здійснює обслуговування самостійно, хтось більше враховує значення технологічності в наданні таких послуг. Тобто, такий стан вказує на потребу у впорядкуванні та необхідності теоретичного розгляду змістовного наповнення та формулювання назви digital-послуг банку як окремого їх різновиду.

Крім того, треба відмітити, що сам цей факт говорить про те, що даний вид банківських послуг має свої, відмінні від інших, специфічні характеристики. Виділимо та узагальнимо їх:

1. Самообслуговування – отримання digital-послуги банку передбачає здійснення клієнтом самостійних дій як для обраного виду продукту, введення всіх вхідних даних про себе в ході операційної діяльності, так і в отриманні інформації про здійснення даної послуги від банку (що у звичних умовах, як правило, робить касир банку).

2. Дистанційність – передбачає, що клієнт може отримати послугу від банку, не відвідуючи безпосередньо відділення, знаходячись в будь-якому територіальному розташуванні від нього.

3. Технологічність – всі такі послуги можливі за умови впровадження банком певних спеціальних ІТ-технологій та/або специфічних приладів.

Але слід зазначити, що тільки цими специфічними характеристиками digital-послуги банку не обмежуються. Крім того, вважаємо не зовсім коректним в їх назвах вказувати тільки одну характеристику, нехтуючи іншими, за незрозумілих причин до цього, без наявного спеціального обґрунтування.

Таким чином, для уникнення теоретичної мішанини та усунення невизначеності у термінології пропонуємо в цьому дослідженні спочатку визначити всі специфічні характеристики digital-послуг банку, далі визначити найсуттєвіші, змістоутворюючі, а тільки потім, наприкінці вже розглянути можливі коректні варіанти їх назви.

Відомо, що будь-яка банківська послуга передбачає певний механізм надання. Наведемо схематичне представлення такого механізму:

З огляду на схему, подану на рис. 1, визначення характеристик будь-яких послуг може бути одразу розподілене на такі групи:

Група 1. Специфічні характеристики самої послуги (це важливі характеристики з боку банку).

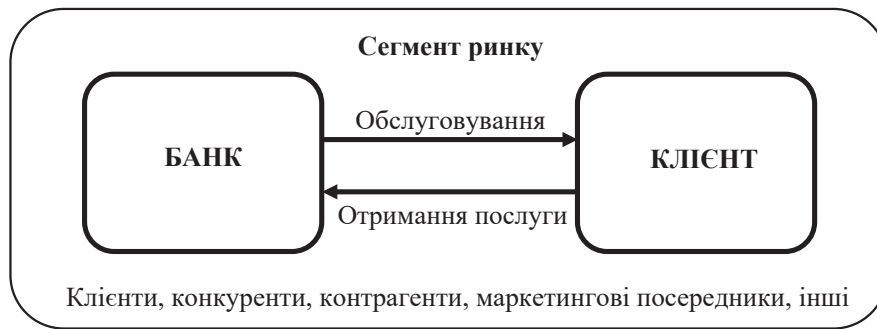


Рис. 1. Загальна схема механізму надання банківської послуги

Джерело: авторська розробка

Група 2. Специфічні характеристики ринку, до яких належить послуга (важливі характеристики з точки зору результатів діяльності банку на певному ринковому сегменті).

Група 3. Специфічні характеристики обслуговування (важливі характеристики щодо взаємодії «банк – клієнт» в розрізі ефективної діяльності з надання послуг та задоволення потреб клієнтів, тобто з точки зору досягнення обопільної мети).

Спираючись на такий розподіл, виділимо та розглянемо специфічні характеристики digital-послуг банку.

Група 1. Специфічні характеристики самої digital-послуги банку:

- універсальність – перелік можливих продуктів пропонуються банком без врахування клієнтського портрета (кожен клієнт за своїми потребами із загального переліку наданих банком продуктів обирає ті, які потребує);

- комплексність – банк пропонує відразу весь спектр банківських продуктів, тобто, клієнт отримує відразу комплексне уявлення про свої можливості щодо співпраці з цим банком;

- вартісність – крім витрат на розробку та впровадження банківських продуктів, потрібні витрати на обладнання, програмний продукт (може і не один), захист інформації та фінансових ресурсів банку, налагодження безперебійної роботи інформаційних мереж та персонал, що їх обслуговує;

- ризиковість на високому рівні, причинами якої можуть бути: 1) банальна відсутність у клієнтів або в життєвому просторі клієнтів необхідних приладів для здійснення такого обслуговування; 2) відсутність необхідного мережевого або Internet зв'язку, відсутність електроенергії, що унеможливають їх самостійне обслуговування; 3) страхи клієнтів при здійсненні фінансових операцій самостійно та в режимі, де можливі технічні

- збої; 4) фінансова необізнаність клієнтів; 5) хакерські атаки та махінації, що відкривають допуск до закритої фінансової інформації як клієнтів, так і банку, та/або призводять до її знищення; 6) розповсюджені схеми крадіжок грошей.

Група 2. Специфічні характеристики ринку:

- дистанційність – користування digital-послугами банку можливе без територіальної прив'язки до відділень банку;

- відтермінована конкурентність – результат від впровадження digital-послуг банк отримує не відразу (терміни залежать від активної позиції банку розвивати даний вид послуг), але потім, безперечно, підвищує конкурентну позицію банку серед інших.

Група 3. Специфічні характеристики обслуговування:

- технологічність digital-послуг банку;

- самообслуговування;

- забезпечення захисту процесу обслуговування;

- знеособленість в обслуговуванні – клієнт взаємодіє не з працівниками банку, а з ботом або із IT-програмою за допомогою підказок.

Вважаємо, що внутрішні характеристики digital-послуг банку, безперечно, важливі, але це стосується внутрішніх банківських процесів та візій й фінансової готовності банку їх надавати.

Ринкові характеристики також більше важливі для банку як для суб'єкта фінансових ринків.

І тільки характеристики обслуговування, на нашу думку, описують двосторонні процеси, що при отриманні digital-послуг торкаються як внутрішньої операційної діяльності банків, так і особливостей в діях клієнтів.

Отже, вважаємо, що суттєві ознаки, які б могли лягти в основу терміну для цього виду послуг, потрібно визначати саме з групи 3 специфічних характеристик.

Детальніше розглянемо специфічні характеристики самообслуговування digital-послуг банку.

Щодо технологічності, відомо, що до digital-послуг банку відносять: мобіл-банкінг, Інтернет-банкінг, АТМ, термінали, NFC-оплати.

ІТ-складова (технологічна), як ми вважаємо, не є змістоутворюючою характеристикою, адже жодна фінансова операція в банку (будь-яка) не здійснюється сьогодні без використання спеціальних приладів та програмних продуктів.

Дистанційність також не може бути змістоутворюючою характеристикою, оскільки багато ПК, терміналів, АТМ розміщуються у відділеннях банку. Отже, ця характеристика не є 100% виконуваною у всіх випадках.

Якщо проаналізувати, то видно, що всі ці послуги здійснюються виключно самим клієнтом без безпосередньої участі співробітників банку, тобто, одноосібно, в результаті самообслуговування.

Знеособленість є похідною характеристикою від самообслуговування та тільки ще більше посилює його значення.

Забезпечення захисту самого процесу обслуговування та, як наслідок, зменшення ризиковості

таких послуг, теж дуже важливе, але ця специфічна характеристика є похідною від ефективності реалізації банком технологічної частини, тобто має вторинне значення.

Отже, робимо висновок, що ключовою специфічною характеристикою із всіх, що належать до групи 3, буде самостійність їх отримання.

Таким чином, умовно названі на початку статті digital-послуги банку пропонуємо в подальшому називати за основною специфічною характеристикою, а саме терміном «банківські послуги самообслуговування».

Висновки. Таким чином, в ході дослідження вперше було проаналізовано всі можливі специфічні характеристики банківських послуг, які породжуються процесом діджиталізації на фінансових ринках, з різних позицій їх надання. Такий теоретичний аналіз дозволив визначити, що цей вид послуг коректніше буде називати терміном «банківські послуги самообслуговування». Цей термін точно передає як зміст таких послуг, так і відображає саму найсуттєвішу, змістоутворюючу їх ознаку.

Список літератури:

1. Andrushkiv I. P., Nadiyevets L. M. Digitalization in the Banking Sector: International and Domestic Practices. *The Problems of Economy*. 2018. Vol. 4. P. 195–200. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2018-4-195-200>
2. Ситник І. П., Фоміна В. С. Вплив фінтеху на розвиток сучасних платіжних систем України. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2019. Вип. 2. № 51. С. 139–143.
3. Akymenko N. V., Mamontenko N. S. Bank System in the Digital Economy. *Business Inform*. 2021. Vol. 5. P. 333–338. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-333-338>
4. Pakhnenko O., Nacar D., Yatsenko V. Digitalization of financial services in European countries: Evaluation and comparative analysis. *Journal of International Studies*. 2021. Vol. 14. № 2. P. 267–282. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2021/14-2/17>
5. William L. Hosch Electronic banking. *Britannica* : веб-сайт. URL: <https://www.britannica.com/topic/electronic-banking> (дата звернення: 22.11.2021).
6. Гаряга Л. О. Розвиток фінансового ринку в умовах цифровізації економіки. *Бізнес Інформ*. 2018. № 11. С. 388–393.
7. Радіонова Н. Й., Терещук В. В. Розрахункові операції за допомогою дистанційних банківських послуг: переваги та недоліки. *Ефективна економіка*. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4784> (дата звернення: 22.11.2021).
8. Чкан І. О., Чкан А. С. Електронний банкінг для бізнесу і населення як запорука розвитку ринкової інфраструктури. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.58>
9. Домінова І. В. Особливості та ризики банківського обслуговування клієнтів в умовах функціонування електронного банкінгу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 24. Ч. 2. С. 83–88.
10. Шпильовий В. А. Підходи до класифікації банківських послуг. *Економіка та держава*. 2016. № 1. С. 27–30.
11. Про платіжні послуги : Закон України від 30 червня 2021 р. № 1591-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (дата звернення: 22.11.2021).
12. Семенов А. Ю., Цирулик С. В. Тенденції розвитку Fintech послуг на світовому та вітчизняному ринках фінансових послуг. *Бізнес Інформ*. 2018. № 10. С. 327–334.
13. Стратегія розвитку фінтеху в Україні 2025 року. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-fintehu-v-ukrayini-do-2025-roku> (дата звернення: 22.11.2021).

14. W-R Lin, Y-H Wang, Y-M Hung Analyzing the factors influencing adoption intention of internet banking: Applying DEMATEL-ANP-SEM approach. *Plos One*. 2021. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0227852> (дата звернення: 22.11.2021). DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0227852>
15. Khedmatgozar H. R. The impact of perceived risks on internet banking adoption in Iran: a longitudinal survey. *Electronic Commerce Research*. 2021. Vol. 21. № 1. P. 147–167.
16. Al-Hattami H. M., Abdullah A. A. H., Khamis A. A. A. Determinants of intention to continue using internet banking: Indian context. *Innovative Marketing*. 2021. Vol. 17. № 1. P. 40–52. DOI: [https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.04](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.04)
17. Rekha I. S., Basri S., Kavitha T. C. Acceptance of internet banking: Comparing six theoretical models. *Indian Journal of Finance*. 2021. Vol. 14. № 3. P. 7–21. DOI: <https://doi.org/10.17010/ijf/2020/v14i3/151073>
18. Emad H. A., Asem M. O. A study of the effects of online banking quality gaps on customers' perception in Saudi Arabia. *Journal of King Saud University – Engineering Sciences*. 2020. Vol. 32. № 8. P. 561–562. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jksues.2019.09.001>
19. Jibril A. B., Kwarteng M. A., Chovancova M., Bode J. Do socio-economic factors impede the engagement in online banking transactions? Evidence from Ghana. *Banks and Bank Systems*. 2020. Vol. 15. № 4. P. 1–14. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(4\).2020.01](https://doi.org/10.21511/bbs.15(4).2020.01)
20. Ahmed R. R., Romeika G., Kauliene R., Streimikis J., Dapkus R. ES-QUAL model and customer satisfaction in online banking: Evidence from multivariate analysis techniques. *Oeconomia Copernicana*. Vol. 11. № 1. P. 59–93. DOI: <https://doi.org/10.24136/oc.2020.003>

References:

1. Andrushkiv I. P., Nadiyevets L. M. (2018) Digitalization in the Banking Sector: International and Domestic Practices. *The Problems of Economy*, vol. 4, pp. 195–200. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2018-4-195-200>
2. Cytnyk I. P. (2019) Vplyv fintekhu na rozvytok suchasnykh platizhnykh system Ukrainy [The influence of fintech on the development of modern payment systems in Ukraine]. *Business Navigator*, vol. 2, no. 2, pp. 139–143.
3. Akymenko N. V., Mamontenko N. S. (2021) Bank System in the Digital Economy. *Business Inform*, vol. 5, pp. 333–338. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-333-338>
4. Pakhnenko O., Hacar D., Yatsenko V. (2021) Digitalization of financial services in European countries: Evaluation and comparative analysis. *Journal of International Studies*, vol. 14, no. 2, pp. 267–282. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2021/14-2/17>
5. William L. Hosch Electronic banking. *Britannica*: website. Available at: <https://www.britannica.com/topic/electronic-banking> (accessed 22 November 2021).
6. Hariaha L. O. (2018) Rozvytok finansovoho rynku v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky [Development of the financial market in the conditions of digitalization of economy]. *Business Inform*, no. 11, pp. 388–393.
7. Radionova N. Y., Tereshchuk V. V. (2016) Rozrakhunkovi operatsii za dopomohoiu dystantsiinykh bankivskykh posluh: perevahy ta nedoliky [Settlement operations with the help of remote banking services: advantages and disadvantages]. *Efektivna ekonomika*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4784> (accessed 22 November 2021).
8. Chkan I. O., Chkan A. S. (2020) Elektronnyi bankinh dlia biznesu i naselennia yak zaporuka rozvytku rynkovoї infrastruktury [Electronic banking for business and individuals as a guarantee of market infrastructure development]. *Efektivna ekonomika*, no. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7769> (accessed 22 November 2021). DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.58>
9. Dominova I. V. (2017) Osoblyvosti ta ryzyky bankivskoho obsluhovuvannia kliientiv v umovakh funktsionuvannia elektronnoho bankinhu [Features and risks of banking customer service under the conditions of electronic banking]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series Economic Sciences*, vol. 24, pp. 83–88.
10. Shpylovy V. (2016) Pidkhody do klasyfikatsii bankivskykh posluh [Approaches to classification of banking services]. *Journal «Ekononika ta derzhava»*, no. 1, pp. 27–30.
11. Pro platizhni posluhy : Zakon Ukrainy vid 30 chervnia 2021 r. № 1591-IX / Verkhovna Rada Ukrainy [About payment services]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (accessed 22 November 2021).
12. Semenoh A. Yu., Tsyruyk S. V. (2018) Tendentsii rozvytku Fintech posluh na svitovomu ta vitchyznianomu rynkakh finansovykh posluh [Trends in the development of Fintech services in the global and domestic financial services markets]. *Business Inform*, no. 10, pp. 327–334.

13. Stratehiia rozvytku fintekhu v Ukraini 2025 roku. Natsionalnyi bank Ukrainy [Strategy for the development of fintech in Ukraine until 2025]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-fintehu-v-ukrayini-do-2025-roku> (accessed 22 November 2021).
14. W-R Lin, Y-H Wang, Y-M Hung (2021) Analyzing the factors influencing adoption intention of internet banking: Applying DEMATEL-ANP-SEM approach. *Plos One*. Available at: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0227852> (accessed 22 November 2021). DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0227852>
15. Khedmatgozar H. R. (2021) The impact of perceived risks on internet banking adoption in Iran: a longitudinal survey. *Electronic Commerce Research*, vol. 21, no. 1, pp. 147–167.
16. Al-Hattami H. M., Abdullah A. A. H., Khamis A. A. A. (2021) Determinants of intention to continue using internet banking: Indian context. *Innovative Marketing*, vol. 17, no. 1, pp. 40–52. DOI: [https://doi.org/10.21511/im.17\(1\).2021.04](https://doi.org/10.21511/im.17(1).2021.04)
17. Rekha I. S., Basri S., Kavitha T. C. (2021) Acceptance of internet banking: Comparing six theoretical models. *Indian Journal of Finance*, vol. 14, no. 3, pp. 7–21. DOI: <https://doi.org/10.17010/ijf/2020/v14i3/151073>
18. Emad Hashiem Abualsauod, Asem Majed Othman (2020) A study of the effects of online banking quality gaps on customers' perception in Saudi Arabia. *Journal of King Saud University – Engineering Sciences*, vol. 32, no. 8, pp. 561–562. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jksues.2019.09.001>
19. Jibril A. B., Kwarteng M. A., Chovancova M., Bode J. (2020) Do socio-economic factors impede the engagement in online banking transactions? Evidence from Ghana. *Banks and Bank Systems*, vol. 15, no. 4, pp. 1–14. DOI: [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(4\).2020.01](https://doi.org/10.21511/bbs.15(4).2020.01)
20. Ahmed R. R., Romeika G., Kauliene R., Streimikis J., Dapkus R. (2020) ES-QUAL model and customer satisfaction in online banking: Evidence from multivariate analysis techniques. *Oeconomia Copernicana*, vol. 11, no. 1, pp. 59–93. DOI: <https://doi.org/10.24136/oc.2020.003>

SELF-SERVICE BANKING: ANALYSIS OF CONTENT AND SPECIFIC CHARACTERISTICS

The article determines the demand for streaming by content and specific characteristics for banking services that connect with digitalization from a theoretical point of view. Analysis of publications and articles shows the usage of different terminologies such as electronic banking, remote banking, self-service, mixed banking service, distance payment system, fintech, internet banking, online banking. As a result of terminology variation, a synthesis of research in this field become inaccurate. Thus, this article proposes eliminating the previous terminology that describes banking services only by one characteristic. In our opinion, this approach is incorrect. By the way, the authors do not substantiate it. All characteristics that connect with this type of banking services we recommend to classified into three groups: specific features of services, specific distinctions of the market to which the service belongs, specific maintenance characteristics. Each group has a description of the features of such services. The first group has universality, complexity, value and peril. The remoteness and delayed competitiveness include in the second group. The characteristics of the last group are technological effectiveness, self-service, protection of the service process, the impersonality of service. The comparative analysis and generalization of the research show that internal characteristics and markets characteristics can not be the most important in the definition of the terms. This group of characteristics replicate only one side of the process in providing banking services. This group of characteristics replicate only one side of the process in providing banking services – the bank as a financial market entity. Only the third group of specific characteristics satisfy both sides until the mentioned mechanism. Hence, the content-forming characteristic must be in the third group. The analysis of the listed specific characteristics has proved that only «self-service» can be content-forming. The most accurate way to determine the variation of digital banking services is using the term «banking self-service».

Key words: banking services, mechanism for providing, digitalization, specific characteristics, content of service, self-service.