

DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1\(37\)-240-249](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2024-1(37)-240-249)

УДК 336.77

JEL Classification: G21

Олена Яківна Базілінська

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів

Національний університет «Києво-Могилянська академія» (Київ, Україна)

E-mail: olena.bazilinska@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6239-6766>

ResearcherID: [J-5360-2016](https://orcid.org/0000-0001-6239-6766)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ КРЕДИТНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто основні теоретичні аспекти надання кредитних послуг в умовах диджиталізації економіки. Розглянуто особливості впровадження цифрового маркетингу та інтернет-банкінгу у процес реалізації кредитних послуг фінансовими установами. Досліджено хронологію розвитку інтернет-банкінгу у сфері кредитних відносин та проаналізовано специфіку впровадження цифрових технологій вітчизняними банками. Визначено ключові завдання трансформації існуючих кредитних механізмів на засадах диджиталізації. Обґрунтовано, що кредитний механізм в умовах цифровізації економіки є ефективним важелем впливу на процес взаємодії фізичних та юридичних осіб з банківськими та парабанківськими установами на засадах використання цифрових технологій. Розглянуто теоретичні аспекти формування державної політики у сфері реалізації кредитного механізму в контексті диджиталізації економіки. Запропоновано методику оцінювання ефективності кредитного механізму на регіональному ринку цифрових кредитних послуг.

Ключові слова: кредит; банки; кредитні установи; парабанківські установи; кредитні послуги; цифровізація.

Рис.: 2. Табл.: 2. Бібл.: 12.

Актуальність проблеми. У сучасних економічних процесах фінансово-кредитні інструменти та формування ефективних кредитних механізмів відіграють виняткову роль, оскільки є частиною ринкових відносин та пріоритетним завданням державного регулювання економіки. В умовах цифровізації кредитний механізм, з одного боку, впливає на економічний розвиток країни та поширення цифрових технологій у всіх сферах економіки, а з іншого боку, диджиталізація сприяє активізації фінансово-кредитної взаємодії між учасниками кредитного механізму. Нині висока конкуренція в банківській галузі стимулює розвиток і безперервне вдосконалення цифрових технологій. Надання кредитних послуг на основі використання онлайн-технологій є одним із ключових джерел надходжень банківських установ, що зумовлює актуальність адаптації кредитного механізму до нових вимог фінансового ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розвиток ринку кредитних послуг та формування ефективних кредитних механізмів у вітчизняній науці знайшли відображення в напрацюваннях таких дослідників, як М. В. Дубина [1], О. В. Дзюблюк [2], М. М. Забаштанський [3], В. П. Ільчук [4], К. І. Ларіонова [5], І. А. Косач, А. В. Жаворонок [6] та ін. Останнім часом активно розвивається тематика досліджень у сфері забезпечення ефективного розвитку на засадах цифровізації, і в цьому аспекті слід відзначити внесок таких учених, як О. В. Попело, Т. В. Забаштанська [7], Н. В. Іванова [8], І. О. Іртищевої [9] та ін.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Проте актуальності набувають дослідження у сфері підвищення ефективності надання кредитних послуг фінансовими установами в контексті становлення цифрової економіки, що формує необхідність розробки адаптивних кредитних механізмів та подальшого розвитку відповідних теоретико-методологічних аспектів.

Мета статті – поглиблення теоретичних засад управління наданням якісних кредитних послуг та формування кредитного механізму в контексті цифровізації економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Протягом останніх десятиліть фінансово-кредитні установи використовували широкий набір інструментів для просування власних продуктів та послуг. Пандемія COVID-19, а згодом і воєнна агресія РФ прискорили процеси впровадження цифрових технологій у діяльність фінансово-кредитних установ, що зумовило в подальшому удосконалення процесу надання кредитних послуг та його трансформацію. Поширеною управлінською технологією став digital-маркетинг, що дає можливість швидкого зростання конкурентних переваг на фінансовому ринку та отримати стійку конкурентну позицію. Ця концепція заснована на використанні інформаційних технологій для просування банківських продуктів, виходу на нові ринки та збільшення кількості споживачів, що сприяє підвищенню ефективності функціонування фінансово-кредитної установи.

Серед витрат банків значну частку складають витрати на мобільну рекламу, основна мета якої – стимулювання кредитної діяльності та поширення використання мобільних додатків, які покращують функціональне обслуговування клієнтів. Водночас рекламуються послуги банку, страхові та інвестиційні продукти. Важливу роль у просуванні продуктів та послуг відіграють вебсторінки банку, де є доступна інформація про набір фінансово-кредитних послуг конкретної фінансово-кредитної установи, а також надається можливість для виконання операцій онлайн, що сприяє збільшенню кількості клієнтів. Так, на початок 2023 року найбільш популярним серед сайтів українських банків був сайт ПриватБанку, який також увійшов у 10 найбільш відвідуваних європейських банків [10].

Використання SMM-маркетингу (маркетингу в соціальних мережах) вітчизняними фінансово-кредитними установами є однією з основних складових стратегічного розвитку, що сприяє ефективному просуванню кредитних послуг. На сьогодні, за оцінкою аудит-агенції Sasquatch Digital [10] найбільш активно інструменти SMM-маркетингу використовує Ощадбанк. Так, на початок червня 2023 року сторінка банку в мережі Facebook мала 286 тис. підписників (для порівняння – кількість підписників ПриватБанку склала 207 тис., Монобанку – 61 тис.). Контент банку містить більше комерційної інформації, а просування кредитних продуктів відбувається через рекламні інструменти. За кількістю реакцій на публікації Ощадбанк також є лідером у порівнянні з Монобанком та Приватом. Проте активність в Instagram є вищою

для Монобанку, який має також випереджальну динаміку кількості підписників за останні роки. Недостатня залученість фінансово-кредитних установ до активної роботи в соціальних мережах обмежує потенційні можливості використання комплексу маркетингу при просуванні кредитних продуктів в повному обсязі. Як наслідок, ефективний digital-маркетинг є одним з основоположних інструментів успішної діяльності фінансових організацій.

Ринок кредитних послуг зазнав значних трансформацій з орієнтацією на інтернет-банкінг, що дозволяє більшість операцій виконувати шляхом використання мобільного додатку. Дослідження історії становлення інтернет-банкінгу дозволило виділити наступні етапи розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Хронологія розвитку інтернет-банкінгу

Етап	Роки	Характеристика етапу
I	2009-2010	Початок розробки простих додатків замість існуючого СМС-банкінгу, що мають мінімальний функціонал на основі контролю надходжень фінансових коштів.
II	2010-2012	Наповнення додатків інформаційними функціями (баланс рахунків, історія кредитних операцій). Поява функції кредитних платежів.
III	2012-2018	Широке використання цифрових сервісів. Можливість формування виписки за кредитним рахунком, робити переказ за QR-кодом та номером телефону. З'являється функціонал оформлення кредитних продуктів.
IV	2018-2023	Можливість стати клієнтом через мобільний додаток. Підсилення кібербезпеки кредитних операцій онлайн. Мобільний банкінг стає основним медіаканалом для взаємодії в процесі надання кредитних послуг

Джерело: сформовано автором за [11].

Досвід роботи фінансово-кредитних установ свідчить про беззаперечну ефективність інтернет-банкінгу при реалізації кредитних операцій за рахунок спрощення роботи з великими масивами даних та зручності обслуговування кредитних операцій. Про переваги цифрових технологій свідчать позитивні відгуки споживачів та збільшення кількості кредитних послуг. Однак широке використання цифрових технологій вимагає від керівництва установи постійного відстеження стану ринку цифрових послуг, креативності та інноваційності в управлінні, а також підсилення інструментів кібербезпеки (табл. 2).

Здебільшого функціональна наповненість мобільних додатків залежить від вектора розвитку установи та її стратегічних пріоритетів. За свідченнями експертів [12], можливості додатків банків з іноземним капіталом (УкрСиббанка, Отрбанк, Raiffaisen) поступаються функціоналу українських банків. Мотиваційним інструментом щодо удосконалення мобільних додатків та розширення цифрових послуг з обслуговування кредитних операцій є збільшення доходів після залучення нових клієнтів, що вимагає проведення постійних досліджень щодо функціонала інших банків та особливостей розвитку кредитних механізмів в умовах цифровізації в конкретних регіонах.

Таблиця 2

Рейтинг диджитал-функцій, що надаються мобільними додатками банків при обслуговуванні кредитних операцій

Банк	Можливість оскарження клієнтом операції	Заява про шахрайство в кіберполіцію через мобільний додаток	Підтвердження документів при оформленні кредитної операції без візиту до банку	Відкриття кредитної лінії в додатку	Підв'язка карток інших банків
1. Monobank	+	-	+	+	+
2. Sense bank	+	-	+	+	+
3. А-Банк	+	-	+	+	+
4. ПриватБанк	+	-	+	+	+
5. ПУМБ	+	-	-	+	+
6. Укргазбанк	-	-	-	-	+
7. УкрСиббанк	-	-	-	-	+
8. Отпбанк	+	-	-	-	+
9. Raiffaisen	+	-	-	-	-
10. Ощадбанк	-	-	-	-	-

Джерело: сформовано автором за [12].

В умовах цифрової економіки посилюється значення якості фінансово-кредитних послуг, удосконалення існуючих інструментів та механізмів, трансформації функцій та завдань. На підставі цього виділимо ключові завдання трансформації існуючих кредитних механізмів:

- реалізація акумуляційної функції цифровізації економіки;
- фінансове забезпечення виконання завдань цифрової економіки;
- підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів та цифрових технологій в рамках надання кредитних послуг;
- розробка заходів з удосконалення управління інформаційною та економічною безпекою банківських та парабанківських установ.

На нашу думку, кредитний механізм в умовах цифровізації економіки слід розглядати як ефективний важіль впливу на процес взаємодії фізичних та юридичних осіб з банківськими та парабанківськими установами на засадах використання цифрових технологій та впровадження диджитал-процесів у кредитно-фінансові відносини. Кредитний механізм за таких умов виступає частиною єдиної цифрової системи, що охоплює як функціонування фінансово-кредитного ринку, так і діяльність підприємств та організацій всіх форм власності, а також сектору домогосподарств. На нашу думку, в контексті цифровізації кредитний механізм забезпечує можливість цілеспрямованого впливу кредитних установ на розширення спектра інноваційних процесів у фінансовій сфері та створює необхідні умови для активізації кредитних відносин завдяки підвищенню рівня якості банківського обслуговування на основі цифрових технологій. Проте значення кредитного механізму обумовлюється рівнем розвитку диджиталізації в економіці й суспільстві та відповідною державною політикою у цій сфері (рис. 1).

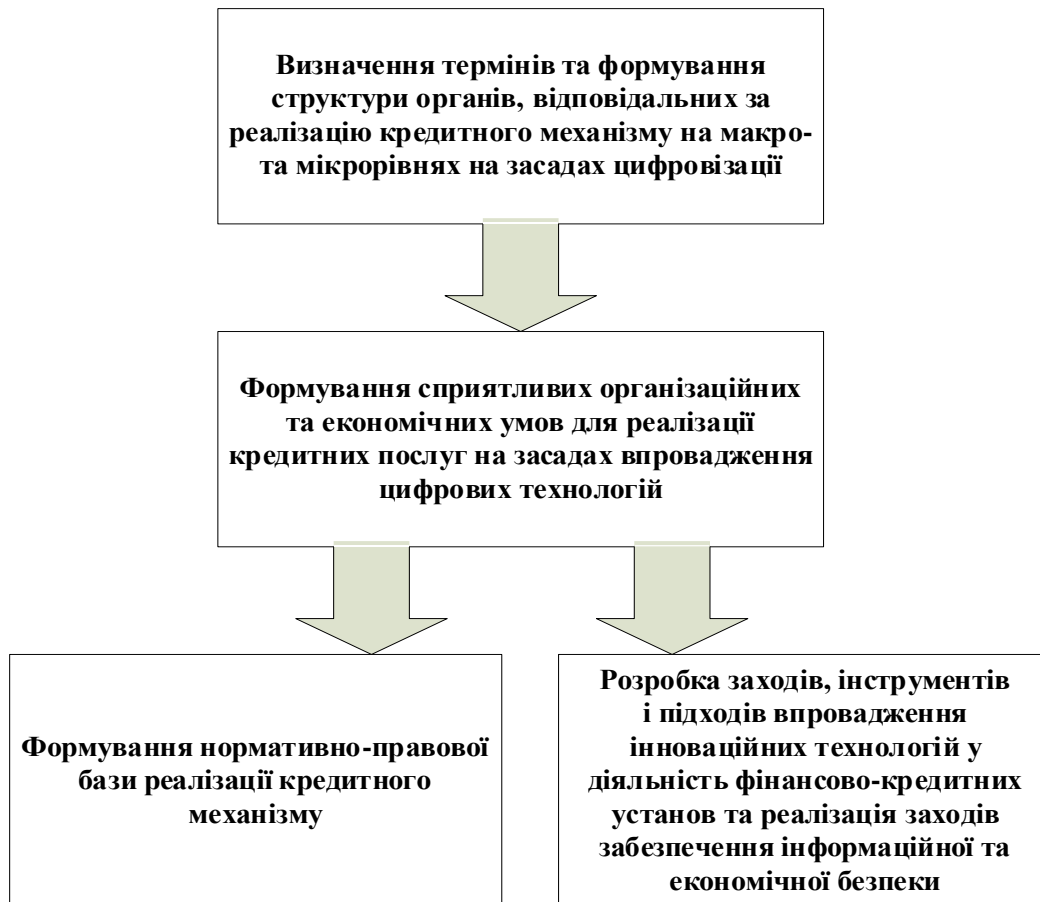


Рис. 1. Формування державної політики у сфері реалізації кредитного механізму в контексті диджиталізації економіки

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, особлива увага має бути приділена інструментам державної фінансово-кредитної політики у взаємозв'язку з розвитком диджиталізації та впровадженням інноваційних цифрових технологій в процес надання фінансово-кредитних послуг, оскільки саме держава є ключовим фактором впливу на становлення цифрової економіки.

Ефективність функціонування кредитного механізму на засадах використання цифрових технологій, що реалізується шляхом трансформації конкретних інструментів, важелів та методів впливу на фінансово-кредитну взаємодію між зацікавленими суб'єктами, залежить від якості впровадження принципів цифровізації. У процесі забезпечення реалізації фінансово-кредитних відносин між економічними суб'єктами цей механізм включає в себе заходи, спрямовані на його адаптацію до відповідних ринкових трансформацій, що відбуваються під впливом цифровізації [12]. Зазначене обумовлює необхідність підвищення ефективності кредитного механізму в умовах становлення цифрової економіки в розрізі окремих регіонів та державної економічної політики загалом, що зумовлює актуальність розробки відповідної методики оцінювання ефективності кредитного механізму (рис. 2).

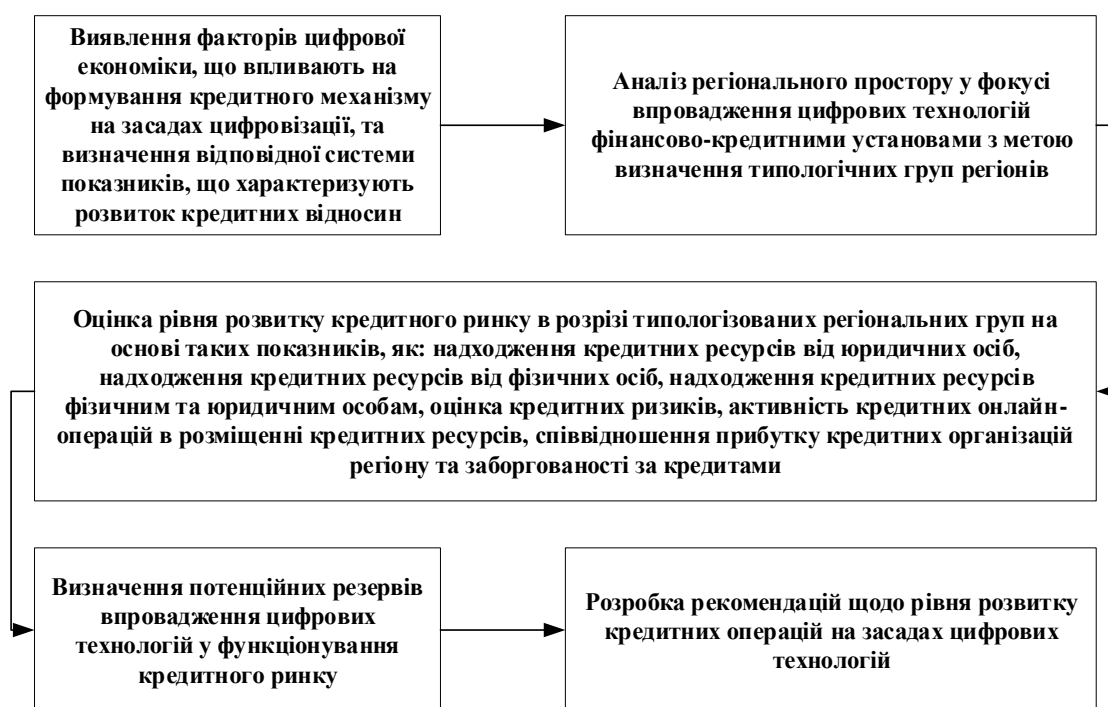


Рис. 2. Методика оцінювання ефективності кредитного механізму на регіональному ринку цифрових кредитних послуг

Джерело: розроблено автором.

Зазначена методика оцінки ефективності кредитного механізму орієнтована на аспекти функціонування цифрової економіки, характеризується комплексністю та врахуванням чинників впливу. Використовуються показники, що визначають рівень розвитку кредитного ринку окремого регіону в умовах цифровізації. Зазначена методика побудована на використанні кількісних показників, на основі яких стає можливим порівняти умови кредитного ринку різних регіонів, конкретні переваги та недоліки. Визначення нормативів за цими показниками дає змогу побачити ступінь відмінності конкретної кредитної системи від ефективно функціонуючої з урахуванням пріоритетів цифровізації.

При використанні методики враховуються такі чинники впливу на формування кредитного механізму:

- ціннісно-менталітетні характеристики суб'єктів кредитного механізму, а саме відношення до кредиту, рівень довіри між учасниками, ризик відмови від виплати кредиту;
- наявність системи критеріїв вибору кредитних установ, у тому числі активне залучення парабанківських організацій;
- ринкова ієрархія учасників кредитних відносин: рівень державного втручання в економіку, рівень обмежень для банків, вплив інтеграційних зв'язків на кредитний ринок;

- нормативно-правове регулювання кредитного ринку та захисту інтересів кредитних відносин;
- рівень розвитку інформаційної інфраструктури кредитного ринку, наявність системи страхування, наявність колекторських інструментів та рівень їхньої адаптованості до ринкових умов;
- організаційно-управлінські характеристики кредитних відносин: можливість захисту кредитного портфеля, рівень диверсифікації кредитних інструментів;
- рівень інституційної насиченості кредитного ринку, можливість розширення ринкових сегментів для банківських та парабанківських установ.

У цьому аспекті актуальним є формування системи моніторингу та прогнозування розвитку фінансово-кредитного механізму в умовах становлення цифрової економіки. Адаптивність зазначеного механізму заснована на наступних принципах:

- реалізація кредитного механізму на засадах використання цифрових технологій сприяє диверсифікованості кредитного продукту;
- використання фінансово-кредитних інструментів повинно одночасно відповідати стратегії цифровізації на макро-, мезо- та мікрорівні.

Отже, при використанні системи моніторингу відбувається узгодження кожного інформаційного рівня фінансово-кредитної взаємодії з іншими рівнями.

Висновки та пропозиції. Функціонування ринку кредитних послуг в умовах становлення цифрової економіки характеризується активізацією процесів диджиталізації, що формує засади нової конкурентної політики між установами-учасниками. Це зумовлено як ринковими чинниками, так і незавершеністю процесу формування відповідного кредитного механізму та системи державного регулювання сфери кредитних відносин. Реалізація кредитного механізму полягає у визначенні соціально-економічних чинників, що визначають майбутні граничні умови для впровадження цифрових технологій у фінансово-кредитну діяльність, тобто увага приділяється інноваційним можливостям та наявним обмеженням функціонування фінансово-кредитних установ. Надалі це вимагатиме регуляторного впливу на формування відповідних умов поширення процесів цифровізації кредитних відносин як на макро-, так і на мікрорівні.

Список використаних джерел

1. Дубина М. В. Роль кредитної системи у забезпеченні фінансової безпеки держави / М. В. Дубина // Стратегія та механізми забезпечення фінансово-економічної безпеки: колективна монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. П. Ільчука. – Чернівці : ЧНТУ, 2017. – С. 39–59.
2. Дзюблюк О. В. Кредитний ризик і ефективність діяльності банку: монографія / О. В. Дзюблюк. – Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2015. – 295 с.

3. Забаштанський М. М. Фінансові важелі активізації кредитно-інвестиційної діяльності банківських установ в Україні / М. М. Забаштанський, Л. Б. Долінський // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2019. – № 3(18). – С. 321-329.

4. Ільчук В. Проблеми розвитку інституційної складової інфраструктурного забезпечення функціонування кредитного ринку України / В. Ільчук, Т. Шпомер // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2021. – № 3(27). – С. 176-189.

5. Ларіонова К. І. Аналіз сучасного стану кредитного ринку України в умовах невідомості [Електронний ресурс] / К. І. Ларіонова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2022. – № 4. – Режим доступу: <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10802/1/39%5B1%5D.pdf>.

6. Косач І. А. Фінансовий механізм інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства: сучасні аспекти / І. А. Косач, А. В. Жаворонок, А. В. Дегтярьов // Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. – 2021. – № 1. – С. 3-9.

7. Забаштанська Т. Маркетингові засади розвитку системи планування інновацій на підприємствах в умовах цифровізації / Т. Забаштанська, О. Попело, М. Нікітенко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2021. – № 4 (28). – С. 153-162.

8. Іванова Н. Цифровий розвиток регіонів України: тренди довоєнного періоду та перспективи післявоєнного відновлення / Н. Іванова // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2022. – № 4(32). – С. 208-217.

9. Іртищева І. О. Цифрова трансформація регіонів України: об'єктивна необхідність, принципи цифрового розвитку та особливості регулювання / І. О. Іртищева, О. Ф. Сенкевич // Регіональна економіка. – 2020. – № 1. – С. 14-21.

10. SMM-аудит, випуск 10: онлайн-комунікації українських банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cases.media/article/smm-audit-vipusk-10-onlain-komunikaciyi-ukrayinskikh-bankiv>.

11. Johns N. Regulating the Digital Economy / N. Johns // ORF Special report. – 2015. – No. 6. – New Delhi.

12. Рейтинг банківських додатків. Чи є конкуренти у моно? Чи зміг «Ощад» обійти «Райф» та OTP? Яке місце у ТОП-10 посідає «Приват»? Дослідження асоціації ЄМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://forbes.ua/money/rejting-bankivskikh-dodatktiv-chi-e-konkurenti-u-mono-chi-zmig-oshchad-obiyti-rayf-ta-otp-yake-mistse-u-top-10-posidae-privat-doslidzhennya-asotsiatsi>.

References

1. Dubyna, M.V. (2017). Rol kredytnoi systemy u zabezpechenni finansovoi bezpeky derzhavy [The role of the credit system in ensuring the financial security of the state]. In V.P. Ilchuk (Ed.), *Stratehiia ta mekhanizmy zabezpechennia finansovo-ekonomichnoi bezpeky – Strategy and mechanisms for ensuring financial and economic security* (pp. 39-59). ChNTU.

2. Dziubliuk, O.V. (2015). *Kredytnyi ryzyk i efektyvnist diialnostibanku [Credit risk and efficiency of the bank activity]*. FOP Palyanitsa V.A.

3. Zabashkanskyi, M.M., & Dolinskyi, L.B. (2019). Finansovi vazheli aktyvizatsii kredytno-investytsiinoi diialnosti bankivskykh ustanov v Ukraini [Financial levers of activation of credit and investment activity of banking institutions in Ukraine]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economics and management*, (3(18)), 321-329.

4. Ilchuk, V., & Shpomer, T. (2021). Problemy rozvytku instytutsiinoi skladovoi infrastruktturnoho zabezpechennia funktsionuvannia kredytnoho rynku Ukrainy [Problems of the development of the institutional component of infrastructural support for the functioning of the credit market of Ukraine]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economics and management*, 3(27), 176-189.

5. Larionova, K.I. (2022). Analiz suchasnoho stanu kredytnoho rynku Ukrainy v umovakh nevyznachenosti [Analysis of the current state of the credit market of Ukraine in the

conditions of uncertainty]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, (4). <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10802/1/39%5B1%5D.pdf>.

6. Kosach, I.A., Zhavoronok, A.V., & Dehtiarov, A.V. (2021). Finansovyi mekhanizm innovatsiino-investytsiinoho rozvytku pidpriemnytstva: suchasni aspekty [Financial mechanism of innovation and investment development of entrepreneurship: modern aspects]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: ekonomika ta upravlinnia – Problems of modern transformations. Series: economics and management*, (1), 3-9.

7. Zabashtanska, T., Popelo, O., & Nikitenko, M. (2021). Marketynhovi zasady rozvytku systemy planuvannya innovatsii na pidpriemstvakh v umovakh tsyfrovizatsii [Marketing principles of the development of the innovation planning system at enterprises in the conditions of digitalization]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economics and management*, (4(28)), 153-162.

8. Ivanova, N. (2022). Tsyfrovyi rozvytok rehioniv Ukrainy: trendy dovoiennoho periodu ta perspektyvy pisliavoiennoho vidnovlennia [Digital development of the regions of Ukraine: trends of the pre-war period and prospects for post-war recovery]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economics and management*, (4(32)), 208-217.

9. Irtyshcheva I.O. (2020). Tsyfrova transformatsiia rehioniv Ukrainy: obiektyvna neobkhdnist, pryntsyipy tsyfrovoho rozvytku ta osoblyvosti rehuliuвання [Digital transformation of the regions of Ukraine: objective necessity, principles of digital development and peculiarities of regulation]. *Rehionalna ekonomika. - Regional economy*, (1), 14-21.

10. SMM-audit, випуск 10: onlayn-komunikatsiyi ukrayins'kykh bankiv [SMM audit, issue 10: online communications of Ukrainian banks]. (n.d.). <https://cases.media/article/smm-audit-vipusk-10-onlain-komunikatsiyi-ukrayinskikh-bankiv>.

11. Johns, N. (December 2015). Regulating the Digital Economy. *ORF Special report*, (6). New Delhi.

12. Reytynh bankivs'kykh dodatktiv. Chy ye konkurenty u mono? Chy zmih «Oshchad» obiyty «Rayf» ta OTP? Yake mistse u TOP-10 posidaye «Pryvat»? Doslidzhennya asotsiatsiyi YEMA [Rating of banking applications. Does mono have competitors? Was "Oschad" able to bypass "Rife" and OTP? What place does "Privat" occupy in the TOP-10? EMA association study]. (n.d.). <https://forbes.ua/money/rejting-bankivskikh-dodatktiv-chi-e-konkurenti-u-mono-chi-zmig-oschad-obiyti-rayf-ta-otp-yake-mistse-u-top-10-posidae-privat-doslidzhennya-asotsiatsi>.

Отримано 04.03.2024

UDC 336.77

Olena Bazilinska

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Finance
National University “Kyiv-Mohyla Academy” (Kyiv, Ukraine)

E-mail: olena.bazilinska@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6239-6766>

ResearcherID: [J-5360-2016](https://orcid.org/0000-0001-6239-6766)

THEORETICAL ASPECTS OF THE CREDIT SERVICES IMPLEMENTATION IN DIGITAL ECONOMY CONDITIONS

The article considers the main theoretical aspects of providing credit services in the conditions of digitalization of the economy. The purpose of the article is to deepen the theoretical foundations of management of the quality credit services provision and the formation of a credit mechanism in the context digitalization. The peculiarities of the implementation of digital marketing and Internet banking in the

process of credit services by financial institutions have been considered. The chronology of the development of Internet banking in the field of credit relations has been studied and the specifics of the introduction of digital technologies by domestic banks has been analyzed. The key tasks of transformation of existing credit mechanisms on the basis of digitalization have been identified. It has been substantiated that the credit mechanism in the conditions of digitalization of the economy is an effective lever of influence on the process of interaction of individuals and legal entities with banking and parabanking institutions based on the digital technologies using. The theoretical aspects of the formation of state policy in the field of implementation of the credit mechanism in the context of digitalization have been considered. It has been noted that special attention should be paid to the instruments of the state financial and credit policy in connection with the development of digitalization and the introduction of innovative digital technologies in the process of providing financial and credit services, since the state is the key factor influencing the formation of the digital economy. A methodology for evaluating the effectiveness of the credit mechanism on the regional market of digital credit services has been proposed. The specified method of assessing the effectiveness of the credit mechanism is focused on aspects of the functioning of the digital economy, characterized by complexity and consideration of influencing factors.

Keywords: credit; banks; credit institutions; parabanking institutions; credit services; digitalization.

Fig.: 2. Table: 2. References: 12.