

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР ЗДВН
КАФЕДРА ФІНАНСІВ І ПІДПРИЄМНИЦТВА
ЛЦДН у м.КОНОТОП
(місто знаходження НКП)

До захисту допускається
Завідувач кафедри, проф.
_____ В.М.Боронос
« ____ » _____ 20__ р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

НА ТЕМУ:

Діяльність комерційних банків з надання цифрових продуктів і послуг в сучасних умовах (на прикладі ПАТ «ПУМБ»)

Освітній рівень “Бакалавр”

Спеціальність «Фінанси, банківська права та страхування»

Керівник роботи:

(підпис)

О. В. Циганенко

(ініціали, прізвище)

Студент:

(підпис)

Є.В Пилипенко

(ініціали, прізвище)

Група:

РЕФЕРАТ

Дипломна робота. 40 с., 4 рис., 5 табл., 23 джерела.

Мета роботи – розробка рекомендацій щодо удосконалення цифрових послуг і продуктів в комерційних банках в сучасних економічних умовах (на прикладі ПАТ «ПУМБ»).

Об'єкт дослідження – діяльність комерційних банків України з надання цифрових продуктів і послуг.

Методи дослідження – індукції і дедукції, класифікація, узагальнення, спостереження, аналіз, синтез.

Клієнтоцентричність, персоналізація пропозиції, мобільність - ключові складові діяльності комерційних банків з надання цифрових продуктів і послуг в сучасних економічних умовах. Для ефективної їх реалізації потрібно вирішувати завдання, сфокусовані на клієнтському досвіді, а також на впровадженні інновацій, що підтримують лояльність клієнтської бази. При цьому цифровий банк повинен розвиватися зі швидкістю, що відбуваються навколо змін.

У першому розділі розкрито теоретичні основи банківської діяльності на сучасному етапі і виявлено сучасні проблеми впровадження цифрових послуг і продуктів в комерційному банку.

У другому розділі проаналізовано організаційні засади банківської діяльності з надання цифрових послуг в сучасних економічних умовах.

У третьому розділі розроблено пропозиції щодо вдосконалення діяльності банку ПАТ «ПУМБ» з надання цифрових продуктів і послуг.

РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ, БАНК, ДІЯЛЬНІСТЬ, ЦИФРОВІ ПОСЛУГИ, АНАЛІЗ, ПОСЛУГИ, КЛІЄНТИ.

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ	3
ВСТУП	5
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ І ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ І ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	8
1.1 Теоретичні основи діяльності комерційного банку з надання цифрових продуктів і послуг	8
1.2 Організаційні аспекти роботи комерційного банку з надання цифрових продуктів і послуг в сучасних економічних умовах	14
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ З НАДАННЯ ЦИФРОВИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ПУМБ»	22
2.1 Аналіз цифрових банківських продуктів і послуг в банківській системі	22
2.2. Аналіз діяльності ПАТ «ПУМБ»	24
2.3 Оцінка розвитку цифрового банкінгу ПАТ «ПУМБ»	26
3 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ПОСЛУГ І ПРОДУКТІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	29
3.1 Сучасні проблеми впровадження цифрових послуг і продуктів у комерційному банку	29
3.2 Пропозиції щодо вдосконалення діяльності ПАТ «ПУМБ» з надання цифрових продуктів і послуг	32
ВИСНОВКИ	35
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	38

ВСТУП

Актуальність теми дипломної роботи. В сучасних економічних умовах відбувається тотальна цифровізація продуктів і послуг. Банківська сфера опинилася в центрі змін і найближчим часом кардинально зміниться. Питання про те, чи залишаться в майбутньому банки - вже вирішене і не на користь банків, а на користь глобальної цифрової та локальної експоненційних економік, спрямованих на формування ефективного ринку капіталу.

Цифрова революція в банківській сфері триває, в результаті чого найбільші кредитні організації впроваджують зручні онлайн-рішення та інтернет-банки, а третина населення України вже активно ними користуються.

Цифрове банківське обслуговування популярне. Так, проведений Visa опитування серед 36 тисяч європейців показало, що мобільні платежі і онлайн-банкінг використовують 91% жителів Туреччини, 89% жителів Данії, 87% жителів Норвегії, 86% жителів Швеції і 87% жителів Ізраїлю. В Україні для здійснення банківських запитів і операцій інтернет використовують близько 50% громадян. При цьому темпи зростання цифровізації банківського обслуговування в Україні вище, ніж в Європі - 7% в рік проти 3% .

Затребуваними інноваціями в даний час є продукти, в які входить таке поняття як нові інформаційні технології, і ринкові, де мається на увазі використання вже не тільки фізичних, а й віртуальних просторів для економічної діяльності. Цифровізація несе серйозні виклики існуючим бізнес-моделям, в тому числі в банках, які сьогодні проходять процес трансформації по всьому світу. Швидко зростає обсяг ринку мобільних і безконтактних платежів, P2P сервісів, цифрових валют тощо.

Банки досліджують можливості застосування технологій блокчейн, big data і ін. Для банківської сфери інноваційні процеси набувають особливого значення, в результаті чого відбувається впровадження цифрових послуг і банківських продуктів, в тому числі віртуальний банк, мобільний банкінг,

безконтактні платежі, віртуальні гаманці, фінансові помічники, штучний інтелект, що аналізує всі персональні витрати та прибуток клієнта і т. д.

Інноваційними напрямками розвитку банківської сфери є впровадження і застосування нових високотехнологічних рішень, а також мінімізація готівкових платежів клієнтів банків; впровадження ідентифікаційного комплексу в роботу банків; повний перехід на електронний документообіг; підвищення рівня захищеності виконуваних через віртуальний і мобільний банкінг транзакцій; спрощення користувальницького банкінгу та розширення спектра дистанційних (віртуальних) продуктів і послуг банків.

Основне інноваційне поле банківського сектора розташоване саме в сфері віртуалізації даних і роботи з ними через Інтернет, що має переваги: відмова від фізичних відділень, підвищення надійності банкінгу і збільшення швидкодії банківських систем.

Клієнтоцентричність, персоналізація пропозиції, мобільність - ключові складові діяльності комерційних банків з надання цифрових продуктів і послуг в сучасних економічних умовах. Для ефективної їх реалізації потрібно вирішувати завдання, сфокусовані на клієнтському досвіді, а також на впровадженні інновацій, що підтримують лояльність клієнтської бази. При цьому цифровий банк повинен розвиватися зі швидкістю, що відбуваються навколо змін. Для підтримки інноваційного ритму банку необхідна гнучкість, яку може забезпечити Agile-культура - як в розробці рішень, так і в архітектурі побудови ІТ-систем. Нові цифрові продукти банку все частіше створюють власні digital-команди, які об'єднують компетенції бізнесу, ІТ та маркетингу. Більшість великих банків прагнуть зосереджувати цифрову експертизу всередині, історично розташовуючи великими ІТ-відділами та фокусуючись на самописних рішеннях.

Мета роботи – розробка рекомендацій щодо впровадження цифрових послуг і продуктів в комерційних банках в сучасних економічних умовах (на прикладі ПАТ «ПУМБ»).

Завдання дослідження, які поставлені та вирішені для досягнення мети роботи:

- розглянуто теоретичні основи надання банківських послуг і продуктів в умовах цифрової економіки.

- з'ясовано організаційні аспекти роботи комерційного банку з надання цифрових продуктів і послуг в сучасних економічних умовах;

- проаналізовано цифрові банківські продукти і послуги в банківській системі України та ПАТ «ПУМБ»;

- надано оцінку розвитку цифрового банкінгу ПАТ «ПУМБ»;

- виявлено сучасні проблеми впровадження цифрових послуг і продуктів у комерційному банку

- надано пропозиції щодо вдосконалення діяльності ПАТ «ПУМБ» з надання цифрових продуктів і послуг

Об'єкт дослідження – діяльність комерційних банків України з надання цифрових продуктів і послуг.

Предмет дослідження – відносини, які виникають в процесі діяльності комерційних банків з надання цифрових послуг і продуктів.

Методи дослідження – індукції і дедукції, класифікація, узагальнення, спостереження, аналіз, синтез.

Структура роботи. Основна частина дипломної роботи складається з трьох розділів.

У першому розділі розкрито теоретичні основи банківської діяльності на сучасному етапі і виявлено сучасні проблеми впровадження цифрових послуг і продуктів в комерційному банку.

У другому розділі проаналізовано організаційні засади банківської діяльності з надання цифрових послуг в сучасних економічних умовах.

У третьому розділі розроблено пропозиції щодо вдосконалення діяльності банку ПАТ «ПУМБ» з надання цифрових продуктів і послуг.

Фактологічну основу роботи становлять чинні нормативно-правові акти, що регламентують функціонування банківської системи; звітні дані банків й аналітичні матеріали ПАТ «ПУМБ».

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ І ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ І ПРОДУКТІВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Теоретичні основи діяльності комерційного банку з надання цифрових продуктів і послуг

Теоретично банком є підприємство, установа, що є самостійною господарською одиницею, яка має право юридичної особи, виробляє і реалізує специфічний продукт (банківські послуги).

Незважаючи на те, що банки існують досить давно, питання про сутність банку є дискусійним.

Банки здійснюють специфічну діяльність, яка має конкретний характер і цільову спрямованість. Вони створюють послуги, які значно відрізняються від інших послуг підприємницького сектора.

Комерційний банк є елементом банківської системи. Це означає, що він повинен:

- володіти такими властивостями, які дозволяють йому бути органічною частиною цілого (мати статус банку, ліцензію на право здійснення банківських операцій), працювати за загальними правилами;

- функціонувати в рамках загальних і специфічних законів, юридичних норм суспільства;

- бути здатним до саморегулювання (реагування і пристосування до навколишнього середовища), розвитку і вдосконалення;

- взаємодіяти з іншими елементами банківської системи.

Діяльність банківських установ різнопланова. На сьогоднішній день банки проводять різні види операцій. Вони не тільки організовують грошовий оборот і кредитні відносини, а й фінансують економіку, роблять купівлю-продаж цінних паперів, а в деяких випадках здійснюють посередницькі операції і управління майном. Кредитні установи консультують, беруть участь в

обговоренні законодавчих та народно-господарських програм, ведуть статистику, мають свої підсобні підприємства.

На сучасному етапі основою діяльності комерційного банку є надання цифрових продуктів і послуг, в тому числі розрахункових операції входять в стандартний пакет функцій, здійснюваних банками. Якщо говорити про банки з надання цифрових продуктів і послуг, то необхідно розглянути теоретичну сутність віртуальних банків, до яких зараховують інтернет-банки, інтернет-банкінг, деякі послуги банків, які вони надають віддалено, в режимі реального часу.

Віртуальний банк є банк, який виробляє свою діяльність виключно з використанням мережі Інтернет. Даний вид банку не має фактичних представництв, виключаючи юридичну адресу. У концепції реалізації віртуального банку передбачається відмова від філій надання банківських послуг, а також перехід на канали обслуговування віртуального типу.

До продуктів цифрової економіки можна віднести практично всі товари і послуги, які можна купити і / або продати, отримати і використовувати не відходячи від комп'ютера (планшета, смартфона або іншого цифрового пристрою). Всі вони складають продукти цифрової економіки.

Банківські цифрові послуги і продукти - це ті послуги і продукти комерційних банків, які здійснюється із застосуванням засобів обчислювальної техніки і телекомунікацій.

Цифровий банкінг - це концепція діяльності банку, заснована на застосуванні цифрових технологій при побудові внутрішніх процесів банку, які проходять п'ять основних етапів:

1-й етап. Поява Digital-каналів: мережі банкоматів, інтернет-банк, мобільний банк, чат-боти. Починаються цифрові зміни в бізнесі. У центрі екосистеми знаходиться користувач, який хоче взаємодіяти з банком по будь-яким доступним каналам у зручний йому час.

2-й етап. Поява Digital-продуктів: Big Data, безконтактні платежі, віртуальні картки, штучний інтелект, машинне навчання. За допомогою

передового сучасного софта створюються продукти E2E (end to end), покликані цілодобово задовольняти фінансові запити клієнтів.

3-й етап. Створення повного циклу цифрового обслуговування. Банки не тільки додають digital-сервіси до своїх традиційних продуктів, створюються нові цифрові бізнеси, а й повністю змінюють бізнес-моделі, розширюють межі свого бізнесу. Використання Digital-інструментів стають дійсно глобальними.

4-й етап. Створення Digital Brain. «Цифровий мозок» безперервно в автоматичному режимі вивчає дані у всіх бізнес-сегментах, відділах, продуктових лініях і послуг, що дає організації більше можливостей.

5-й етап. Створення «цифрового ДНК» - нової системи координат для прийняття стратегічних рішень протягом усього життєвого циклу банку.

Проаналізувавши сучасну літературу за тематикою цифрових послуг і продуктів в комерційному банку, помітили, що в даний час немає сформульованої класифікації цифрових послуг і продуктів в комерційному банку, тому в даній роботі зробили спробу виділити види на основі виділених етапів цифрової трансформації комерційних банків (рис. 1.1).



Рис.1.1 – Класифікація цифрових послуг і продуктів комерційного банку

В умовах цифрової економіки широко використовується ідентифікаційний комплекс, який використовує ідентифікацію клієнта по його біометричних даних, найпопулярніший з яких відбиток пальця (при наявності такої можливості у пристрої, який використовується).

Компанія FICO вводить психометрический вид скорингу (кредитоспроможності) як технологію психометрії (аналіз і розпізнавання психологічного портрета), що дозволяє визначити стабільність позичальника і його бажання повернути позикові кошти, і біометрії (аналіз і розпізнавання алгоритмів зовнішніх фізичних даних) - компанія Visionlabs створила систему крос-платформову систему розпізнавання особи LUNA, в основному призначена для аутентифікації через смартфони.

Таким чином, можна говорити про те, що особливостями цифрових послуг в банківському секторі є:

- 1) технологія електронного обслуговування клієнта;
- 2) ідентифікація клієнта за його біометричних даних;
- 3) зниження тимчасових витрат на банківське обслуговування клієнта і т.д.

Багато суперечок серед банківських фахівців викликає такий цифровий продукт як криптовалюта. Криптовалюта - це цифрова валюта, одиницею якої є монета або коін (coin), яка має двоступеневий захист від підробки: по-перше, вона являє собою цифровий зашифрований код (інформацію) і по-друге передбачає використання електронного підпису для ідентифікації користувача. Така валюта повністю виключає втручання третіх осіб в її реалізацію, зокрема самого банку, позбавляючи його можливості контролю над проведеними транзакціями. Найбільшим попитом серед та успішними комерційними банківськими інноваціями є інновації в сегменті Інтернет і мобільного банкінгу, через велику затребуваність серед користувачів банківських послуг.

В даний час всі мобільні пристрої стали дуже зручним інструментом для роботи з банківськими активами, як для фізичних, так і для юридичних осіб.

Найбільш прогресивна аудиторія найчастіше обирає банк, орієнтуючись на якість його мобільних сервісів з урахуванням вигідних банківських послуг. Прості і зручні у використанні мобільні додатки і сайти сприяють вдосконаленню пропонованих послуг і лояльності вже залучених користувачів і дозволяють банкам купувати нових клієнтів.

Банки надають клієнтам можливість оплати товарів / послуг зі смартфонів за допомогою технології NFC (Near Field Communication - дослівно «комунікація ближнього поля»), що означає спеціальний комунікаційний стандарт, призначений для зв'язку між собою компактних пристроїв на близькій відстані (до 10 см). Така особливість дозволяє вбудовувати NFC-модулі в різні смарткарти, ключі для замків з електронним управлінням і в альтернативні предмети, позбавлені батареї. NFC перетворює мобільний телефон у віртуальну банківську карту.

Безконтактні безготівкові розрахунки - не тільки модний тренд, але і зручність користування, вся суть якої в непотрібності брати з собою пластикові карти, сам платіж проходить миттєво (при близькому контактуванні), що не вимагає введення ПІН-коду, як у випадку з традиційними банківськими послугами.

Технологія безконтактної оплати NFC (Near Field Communication) була розроблена ще в 2004 році, проте широкого поширення набула лише кілька років тому завдяки застосуванню в віртуальному банкінгу. Користувачам смартфонів, розумних годинників або спеціальних пластикових карт більше не потрібно вводити будь-які дані для доступу до своїх рахунків - досить просто прикласти до спеціального пристрою гаджет або карту для переказу коштів на рахунок, цей сервіс став можливим за рахунок синхронізації цифрових потоків, спеціалізованих банківських картридерів і нових технологічних приладів.

Віртуальні гаманці. Мова йде про віртуальний простір під шефством певного банку, в якому можна синхронізувати всі свої пластикові та дисконтні карти, навіть якщо рахунки карт відкриті в інших банках. В результаті ми отримуємо цифровий аналог фізичного гаманця.

Фінансові помічники. Штучний інтелект, що аналізує всі персональні витрати і прибуток клієнта, здатний вивести загальну статистику витрат і пропонує поради щодо їх оптимізації клієнту. Вперше така послуга була запущена в 2015 році Альфа Банком в додатку Sense.

Соціальний скоринг. Банки все частіше застосовують Big Data, щоб передбачати поведінку своїх клієнтів. Це стосується кредитоспроможності клієнтів, завдяки синхронізації з соціальними мережами, яка ґрунтуватиметься не тільки на віці і офіційної документації, а й з соціальної активності в Інтернет мережі.

Поява і глобалізація мережі Інтернет дозволила багатьом сферам бізнесу оцифруватися, першими на шлях віртуалізації встали банки. Саме з них починається таке поняття як «віртуальне підприємство» - кооперація виробничих сил через мережу Інтернет за рахунок використання сучасних інформаційних технологій.

Віртуальне підприємство - це динамічна, відкрита бізнес-система. У сучасному світі нікого вже не дивує поняття віртуального банку, причому воно вже міцно увійшло в повсякденний побут. Віртуальний банк розташований в мережі Інтернет, зберігаючи свої дані дискретно в хмарних сховищах або на спеціальних комплексах. Це двох- категорійна система, що включає дані про рахунки і дозволяє займатися віддалено. В даний час трактування віртуального банку зазнала деяких змін, тепер в це поняття включаються не тільки «цифрові банки», а й класична банківська структура, яка використовує в своїй діяльності віртуальний банкінг.

Створенню першого повністю віртуального банку передувало впровадження систем дистанційного обслуговування клієнтів. Зокрема, інтернет-банкінгу, (On-line banking - e-banking - Internet banking) (IB) - надання банківських послуг через електронні канали передачі інформації, в тому числі через Internet набуло широкого поширення в світі. Інтернет банкінг є сьогодні невід'ємною частиною будь-якої банківської установи. On-line banking відкрив клієнтам банку нові можливості - отримати інформацію про стан свого рахунку, а також провести ті чи інші операції тепер стало можливим без відвідування відділення. А смс-повідомлення допомагають оперативно відслідковувати кожну дію за рахунком.

Клієнти банків все рідше використовують офлайнові послуги і відвідують офіси банку лише за необхідності.

В таких умовах і виникає ідея створення повністю віртуального банку (СБ) - без відділень і офісів. Сайт банку і є його головним і єдиним відділенням: тут можна отримати відомості про послугу або підключити її, скористатися продуктами банку, контролювати стан рахунку, а також отримувати консультації фахівців банку в онлайн-режимі. Всі у вигаді: банк економить на створенні і розвитку регіональної мережі, а клієнти отримують більш швидке і зручне обслуговування.

Net-only bank (віртуальний банк) - банк, який здійснює свою діяльність виключно через Internet, що не має фактичних представництв, за винятком юридичної адреси.

Віртуальний банк цілком і повністю діє у всесвітній павутині. У такої системи існує дві категорії: пасивна та активна. В першу включені всі дані про поточний рахунок, а активна дозволяє дистанційно маніпулювати фінансами.

Перший віртуальний банк «Security First Network Bank» відкрився в жовтні 1995 р в США. За перші півтора року існування середній приріст капіталу «Security First Network Bank» становив 20% в місяць, активи досягли 40 мільйонів доларів, а кількість клієнтських рахунків - 10 тисяч. Сьогодні банк є одним з кращих віртуальних банків в світі.

1.2 Організаційні аспекти роботи комерційного банку з надання цифрових продуктів і послуг в сучасних економічних умовах

Організаційні аспекти роботи комерційного банку полягають в тому, що банк являє собою досить складну структуру, що виконує безліч різноманітних операцій. Організація діяльності комерційного банку обумовлена особливостями проведених операцій і полягає в наступному:

1. В процесі надання банківських послуг переважає рух фінансового капіталу - здебільшого у формі залучених клієнтських коштів.

2. Банк є розрахунковим центром і посередником у фінансових операціях інших економічних суб'єктів: від благополуччя банку залежить збереження і швидкість обороту їх коштів. Оскільки грошові кошти обертаються набагато швидше інші активи, реагувати на негативні економічні тенденції слід оперативно.

3. Діяльність банку знаходиться під постійним контролем Центрального банку, проводиться постійна оцінка системи управління ризиками, виконання економічних нормативів. Це накладає певні обмеження на обсяги і структуру проведених операцій і також має братися до уваги в процесі аналізу.

Діяльність банків полягає в проведенні певних процедур щодо грошових одиниць, цінних паперів і майна. Загальна назва цих дій - банківські операції. Частина з них відбувається з ініціативи самих банків, частина – за вимогою їх клієнтів. Процедури, що здійснюються за ініціативою банків, зазвичай спрямовані на отримання ними прибутку, а в окремих випадках - на забезпечення власної діяльності.

В організації роботи комерційного банку важливу роль відіграють клієнти. Клієнт банку - це юридична або фізична особа, яка користується послугами комерційного банку. Клієнтом банку є будь-яка особа, яка звернулася в банк для здійснення кредитних, депозитних, розрахункових, валютних та інших банківських операцій.

Якщо говорити про класифікацію операцій з приватними клієнтами, то Г. Г. Коробова, наприклад, виділяє кредитні операції, операції з цінними паперами, посередницькі операції, валютні операції, касові операції, операції з пластиковими картками та дистанційне банківське обслуговування. Запропонована класифікація представлена в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Класифікація операцій, які здійснюють фізичні особи у комерційних банках

Підстава	Групування операцій	Характеристика
Залежно від важливості	Основні	Операції, які для банку найбільш значущі
	Додаткові	Можуть бути відсутніми в переліку обов'язкових операцій, спрямованих на залучення нових клієнтів
Період появи	Традиційні	Операції, здійснювані банком тривалий час
	Сучасні	Операції, які виникли під впливом науково-технічного прогресу, спрямовані на вдосконалення обслуговування клієнтів
Характер операції	Кредитні	Розміщення коштів
	Депозитні	Залучення коштів
	Розрахунково-касові	Розрахункові і касові операції, включаючи валютні
	Інші	неосновні банківські операції, спрямовані на отримання додаткового прибутку

Спектр операцій, пропонованих банками клієнтам, різноманітний.

Процедури, що здійснюються за ініціативою клієнтів, переслідують цілі, що визначаються самими клієнтами (банки теж можуть отримувати прибуток при їх проведенні). Вони можуть бути спрямовані на захист заощаджень від знецінення, одержання прибутку або отримання грошових коштів у тимчасове користування. Найбільш поширені операції, які проводились по відношенню грошових одиниць або цінних паперів, діляться на кілька основних категорій: грошові перекази, валютні операції, обслуговування карт, обслуговування рахунків (РКО), кредитні операції, інкасація, депозитні операції, лізинг, біржові операції.

Існують і інші види процедур, що проводяться банками за власною ініціативою або за дорученням фізичних або юридичних осіб. Банк може виступати не тільки кредитором або позичальником, а й гарантом, поручителем чи посередником. Для здійснення всіх видів його діяльності потрібна відповідна ліцензія.

Розглядаючи організаційні аспекти роботи віртуального комерційного банку важливо відзначити важливість надання цифрових продуктів і послуг в сучасних економічних умовах.

У даній моделі банку не відбувається спілкування клієнта з працівником банку реально, а воно визначається різноманітними багатоканальними системами надання послуг, до яких можна віднести, наприклад, банкомати, додатки мобільного банкінгу та ін. Саме завдяки їм забезпечується прямий доступ клієнтів до банківських послуг незалежно від їх територіального розташування.

У зв'язку зі зростанням ролі мережевих банків пропонуються різні моделі взаємодії клієнтів з віртуальними фінансовими організаціями. наприклад, існують моделі взаємодії клієнтів з віртуальним банком в залежності від займаного сегмента (таблиця 1.2)

Таблиця 1.2 – Моделі взаємодії клієнтів з віртуальним банком за сегментами

Сегмент	Масовий	UPPER MASS	VIP
Відеоконсультант	Оператор контактного центру (КЦ)	Співробітник спеціальної лінії в КЦ	Співробітник VIP лінії в КЦ або персональний менеджер
Допомога Сервіси	Обслуговування сервісних запитів	Обслуговування сервісних запитів	Обслуговування сервісних запитів
Скарги і претензії	Онлайн рішення скарг і претензій	Онлайн рішення скарг і претензій	Онлайн рішення скарг і претензій
Продажі	Онлайн оформлення заявок на прості продукти (кредити, кредитні картки, іпотеку)	Онлайн оформлення заявок на прості продукти (кредити, кредитні картки, іпотеку). Онлайн консультування з з фінансового планування	Онлайн оформлення заявок кредити, кредитні картки, іпотеку. Онлайн консультування з з фінансового планування та фінансовому складним продуктам. Онлайн сервіс: консьерж-служби. експерти
Точка контакту	Мобільний телефон, планшет, дзвінок з сайту, BIG PAD, банкомат	Мобільний телефон, планшет, дзвінок з сайту, BIG PAD, банкомат	Мобільний телефон, планшет, дзвінок з сайту, BIG PAD, банкомат, банк в телевізорі

Віртуальні банки цілком здатні замінювати звичайні банки, так як вони успішно виконують більшість банківських функцій на фінансовому ринку країни. Вони абсолютно реально здійснюють розрахункові операції клієнтів і перекази грошових коштів, накопичувальні (депозитні) операції, проводять обмінні валютні операції, а також можуть здійснювати кредитування як віртуальних, так і реальних суб'єктів комерційної діяльності. Необхідно відзначити, що в даний час більшість цих функцій саме віртуальні банки здійснюють швидше і надійніше, ніж звичайні банки.

Єдиний вид послуг, який не можуть самотійно надавати віртуальні банки, - це касове обслуговування. Для видачі готівки своїм клієнтам віртуальні банки використовують мережу банкоматів і терміналів, що належать іншим банкам або, наприклад, банківського консорціуму, в який входить даний віртуальний банк.

Ключовими перевагами даних моделей для банку є:

- можливість надавати послуги найвищої якості у всіх точках присутності банку;
- скорочує черги;
- оптимізує витрати на: управління кадрами, рекрутинг висококваліфікованих фахівців, оренду приміщень і т.п.
- знижує витрати на оплату трафіку;
- забезпечує мобільність (термінали можна переміщати, можна використовувати для визначення оптимальних місць розміщення точок продажів);
- підвищує лояльність клієнтів;
- сприяє збільшенню кількості клієнтів і зростання продажів;
- формує імідж банку - інноваційний, який дбає про поліпшення якості обслуговування з точки зору клієнтів:
- забезпечується допомога і консультування цілодобово в будь-якій точці світу;
- спілкування з живою людиною поза відділенням;

- дозволяє ефективно планувати робочий час: немає необхідності стояти в чергах, шукати потрібних людей, телефонувати, багаторазово заповнювати документи і т.д .;

- віртуальна присутність банку в торгових центрах, на транспорті, офісах самообслуговування, на підприємствах, у партнерів;

- можливість отримати якісну консультацію провідних експертів банку;

- подати скаргу без необхідності візиту в офіс;

- дозволяє продемонструвати наочні матеріали, документи.

В умовах цифрової економіки банківському бізнесі організація роботи банку зосереджена на трьох ключових напрямках діяльності: клієнтський досвід, операційні процеси і бізнес-моделі (рис. 1.2).



Рис.1.2 – Організаційні напрями діяльності банку в умовах цифрової економіки

Клієнтський досвід включає в себе сукупність всіх відчуттів і вражень, які отримує клієнт при купівлі товарів або послуг на протязі всього часу взаємодії з постачальником, починаючи від пошуку інформації, її оцінки та до безпосереднього контакту, покупки, використання і навіть участі в поширенні позитивної інформації серед людей свого кола. Для оцінки вражень необхідно налагодити з клієнтом зворотний зв'язок, а для того, щоб управляти ними, слід

мати уявлення про переваги, моделях поведінки і ієрархії цінностей тих чи інших груп клієнтів.

Клієнтський досвід (Customer Experience) є інструментом зворотного зв'язку в системі інтелектуального аналізу даних. Завдяки ініціативам по використанню цифрових технологій банківське обслуговування клієнтів може бути значно кращим.

Комерційні банки пропонують самообслуговування за допомогою цифрових інструментів (наприклад, клієнтські мобільні додатки), які дозволяють клієнту заощадити час, при цьому відбувається економія грошей банку.

Операційні процеси банку полягають в наданні цифрових продуктів і послуг, які тісно пов'язані з технологіями великих даних і їх аналізу, штучним інтелектом, роботизації, біометрії, хмарними технологіями, відкритими інтерфейсами (API), а також технологіями розподілених реєстрів і інше.

Ситуація, що формує модель банківського бізнесу орієнтована на доставку продуктів клієнтам за допомогою процесингового центру: ця модель заснована на цифровому розподілі даних в мережевому світі; вона зводиться до цифровій обробці даних і автоматизованого надання послуг; банківські установи націлені на зниження витрат заради забезпечення мінімізації витрат на обробку транзакцій.

Виділяють наступні бізнес-моделі цифрового банку:

1. «digital bank brand» (бренд цифрового банку). Вона має на увазі створення традиційним банком окремого бренду для побудови цифрового бізнесу.

2. «digital bank channel» (цифровий канал банківського обслуговування) передбачає створення банком додаткових цифрових каналів обслуговування на додаток до наявних. Банк, який використовує дану модель, розширює можливості клієнтів, пропонуючи їм різні способи і канали обслуговування

3. «digital bank subsidiary» (цифровий дочірній банк). Дана модель цікава тим, що дочірній банк спочатку створюється як цифровий. Необхідність

створення окремого цифрового банку може виникнути, коли традиційний банк не здатний швидко реагувати на зміни потреб клієнтів.

4. «digital native bank» (істинний цифровий банк). До даної моделі відносяться банки, які спочатку позиціонують себе як цифрові і будують свою діяльність, використовуючи цифрові технології.

2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ З НАДАННЯ ЦИФРОВИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ПУМБ»

2.1 Аналіз цифрових банківських продуктів і послуг в банківській системі

Сьогодні дистанційне банківське обслуговування в Україні надають багато фінансових установ. Найбільш успішними і технологічними учасники ринку вважають інтернет-сервіси ПриватБанку, Ощадбанку, АльфаБанку, VTB Банку, ПУМБ, Райффайзен Банку Аваль, УкрСиббанку та Укрсоцбанку (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Найбільш технологічні інтернет-сервіси банків

Назва банку	Перелік електронних банківських послуг з дистанційного обслуговування клієнтів
ПриватБанк	«Клієнт-банк»; Інтернет-Клієнт-банк; мобільний банкінг; «Приват-24 Corporate»
Ощадбанк	Інтернет-банкінг; мобільний банкінг; термінали для здійснення платежів
Альфа-Банк	«Інтернет-банкінг + SMS-банкінг + e-mail-банкінг», пакет послуг «Альфа-Престиж»
VTB	Банк Клієнт-банк, GSM-банкінг, інтернет-банкінг VTBOnline
ПУМБ	банкомати, термінали для здійснення платежів, GSM-банкінг, інтернет-банкінг ПУМБ Online
Райффайзен Банк Аваль	Інтернет банкінг + мобільний банкінг + Аваль-телефон
УкрСиббанк	комбінація «Інтернет-банкінг + SMS-банкінг + e-mail-банкінг»
Укрсоцбанк	Інтернет-банкінг UkrsozbankOnline, Мобільний банкінг, SMS-банкінг, Контакт-центр,

Популярність онлайн-розрахунків у країні щороку зростає. За даними консалтингової компанії McKinsey & Company, сьогодні за допомогою комп'ютерів і гаджетів українці проводять близько 40% розрахунків. У Польщі ж, наприклад, через цифрові канали проходить 96% роздрібних платежів і переказів коштів.

Найбільше інтернет-банкінгом користуються люди віком 25–34 роки, серед них активних користувачів – 43%. У решті вікових категорій їхня частка не перевищує 22% [2]. Водночас частка користувачів Інтернету серед різних вікових категорій є вищою і має стабільну тенденцію до зростання (рис.2.1).

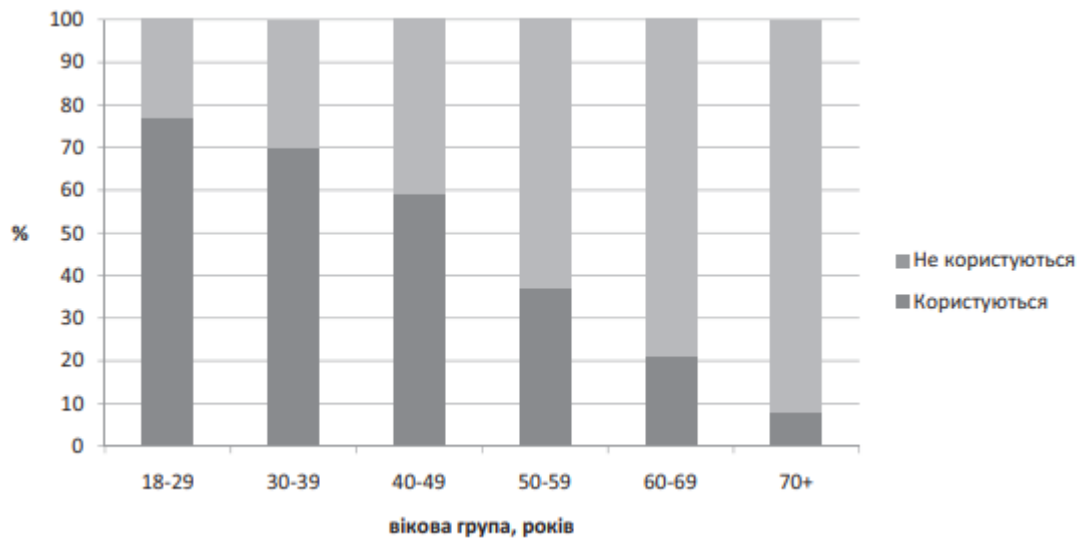


Рис. 2.1 – Частка користувачів Інтернету серед різних вікових груп в Україні

Зазначена тенденція, безумовно, свідчить про значні перспективи для розвитку цифрового банкінгу і дозволяє спрогнозувати загострення конкуренції в цьому сегменті ринку.

Ринок найбільш популярних видів електронного банкінгу, таких як мобільний та Інтернет-банкінг, в Україні стрімко зростає і вже перейшов за позначку в 100 млрд. грн. на рік [1]. Загальну характеристику ринку електронного банкінгу. подано в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Характеристика розвитку електронного банкінгу в Україні

Тип характеристики	Приклад в Україні
Віковий діапазон користувачів	25–30 років, серед них активних юзерів – 43%
Гендерний розподіл користувачів	Чоловіки: 56,7% Жінки: 43,3%
Групи банків – учасників	Активний вихід на ринок середніх та малих банків
Найбільш популярні види електронного банкінгу	Мобільний банкінг та Інтернет-банкінг (об'єм операцій 100 млрд. грн.)
Рівень здійснення онлайн-платежів із використанням комп'ютерів та гаджетів	60% розрахунків
Рівень операційних витрат банку	4,5% від активів

Основні види банківських онлайн-продуктів	Перегляд виписок за рахунками; оформлення депозитів; погашення кредитів; обмін валют; переказ грошей; замовлення додаткової пластикової картки; поповнення мобільного телефону; здійснення різних видів платежів; купівля білетів; оформлення страхового полісу
Цінові параметри підключення та обслуговування онлайн-сервісів	У 92,5% банків є безкоштовним

Сьогодні ринок електронного банкінгу знаходиться на стадії вдосконалення. Основний активний розвиток відбувався протягом останніх 10 років: створено і впроваджено перші необхідні сервіси й технології передачі даних, запущений швидкісний мобільний Інтернет 4G.

2.2 Аналіз діяльності ПАТ «ПУМБ»

ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ПЕРШИЙ УКРАЇНСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ БАНК» (далі – ПАТ «ПУМБ» або «Банк») зареєстровано НБУ в грудні 1991 року. В 2011 році до ПАТ «ПУМБ» було приєднано ПАТ «Донгорбанк», у 2015 році – АТ «БАНК РЕНЕСАНС КАПІТАЛ».

Банк має статус відповідальної особи Банківської групи ПАТ «ПУМБ», до складу якої входять: ПАТ «ПУМБ», ТОВ «ІК ТЕССЕРА КАПІТАЛ» та 4 страхові компанії. ПАТ «ПУМБ» належить до групи банків з приватним капіталом та є універсальним банком, діяльність якого зосереджена на комерційних, роздрібних й інвестиційнобанківських операціях. Згідно з ліцензією НБУ Банк може виконувати повний спектр банківських операцій. ПАТ «ПУМБ» співпрацює з банківськими установами України та зарубіжжя, має широку мережу кореспондентських відносин з банками кореспондентами інших країн, позиціонує себе на ринку банківських послуг як універсальний банк, що надає широкий спектр послуг [9].

Клієнти мають доступ до широкої продуктової лінійки та ряду сервісів, серед яких: Інтернет-банкінг PUMB online, мобільний банкінг і транзакційний банкінг, факторинг та документарні операції. Протягом останнього часу приватні клієнти Банку отримали можливість оплачувати покупки та послуги за

допомогою смартфонів через сервіс Android Pay, а корпоративні клієнти – інноваційний сервіс «Онлайн ЕЦП», який дозволяє підписувати платежі в інтернет-банкінгу та інші документи за допомогою електронно-цифрового підпису в будь-якому браузері.

У 2018 році Банк отримав сертифікат відповідності комплексної системи захисту інформації в депозитарних системах обліку, що підтверджує відповідність вимогам законодавства щодо захисту інформації при її обробці в інформаційних та інформаційно-телекомунікаційних системах депозитарного обліку банку.

Основним акціонером ПАТ «ПУМБ» є ТОВ «СКМ Фінанс» (володіє 92,2433% акцій), що входить до складу потужної фінансово-промислової групи «СКМ», яка контролюється громадянином України паном Р. Л. Ахметовим [9].

Розглянемо основні показники діяльності ПАТ «ПУМБ» (табл.2.3)

Таблиця 2.3 – Основні фінансові показники діяльності ПАТ «ПУМБ»

Показник	2015	2016	2017	2018	2019
Активи, млн. грн.	35439,32	37643,81	44552,61	46532,33	49917,16
Кошти клієнтів, млн. грн.	24238,31	26383,16	32657,60	36527,11	39297,93
Власний капітал, млн. грн.	4777,26	3664,38	4048,30	4873,26	6361,58
Доходи, млн. грн.	6677,34	7878,12	7089,37	7676,18	9140,54
Витрати, млн. грн.	6623,15	9632,86	6722,36	6890,35	7103,02
Чистий операційний дохід, млн. грн.	3590,03	3850,00	3441,57	4729,37	5854,57
Прибуток до сплати податку, млн. грн.	-140,82	-2155,45	447,57	952,57	2372,25
Чистий прибуток, млн. грн.	54,20	-1754,74	367,014	785,83	2037,52
Доходність активів, %*	0,15	-	0,82	1,69	4,08
Доходність капіталу, %*	1,13	-	9,07	16,13	32,03

Як бачимо з наведених даних про діяльність ПАТ «ПУМБ», можемо сказати, що банк має позитивну динаміку зміни даних, що є основними показниками щодо характеристики діяльності. Так, впродовж 2015 – 2019 рр. Активи банку збільшилися на 14477,84 млн. грн.

Клієнтські кошти протягом аналізованого періоду демонстрували позитивну динаміку – приріст (без урахування девальвації національної валюти) за підсумками 2016 року сягнув 17%, за підсумками минулого року перевищив 9%. Нарощення клієнтських коштів відбувалося переважно за рахунок корпоративних клієнтів. Залежності від коштів приватних осіб Банк не має – останніми сформовано менше третини пасивів. Власний капітал змінився в позитивному напрямку на 1584,32 млн. грн., чистий прибуток також збільшився з 54,2 до 2037,52млн. грн. Дохідність активів та капіталу також мали динаміку до збільшення.

Тобто, дані про діяльність підприємства говорять про те, що здійснення діяльності є стабільним та безризиковим для загального економічного становища.

На нашу думку, можна стверджувати, що максимальні результати діяльності банку не можливо досягнути без застосування всіх можливих шляхів покращення роботи, в тому числі, до способів покращення ефективності діяльності можна віднести інтернет-банкінг. В ПАТ «ПУМБ», є мережа онлайн самообслуговування під назвою ПУМБ-онлайн, де кожен клієнт банку може самостійно використовувати особистий онлайн-кабінет та здійснювати практично всі необхідні платежі та перекази.

2.3 Оцінка розвитку цифрового банкінгу ПАТ «ПУМБ»

Клієнтами Банку є велика кількість приватних осіб та підприємств різних галузей економіки. Вагому роль у розширенні клієнтської бази відіграє картковий бізнес. Банк є принциповим членом міжнародних платіжних систем Visa і MasterCard та працює на власному процесинговому центрі, який є одним із найбільших операторів послуг у сфері емісії та обслуговування БПК (обслуговує понад 2600 банкоматів ПАТ «ПУМБ» і понад 20 банків-партнерів, об'єднаних загальним брендом «Радіус») [10].

Добре розвинена інфраструктура обслуговування БПК, а також приналежність Банку до фінансово-промислової групи сприяють залученню великої кількості підприємств на обслуговування за зарплатними проектами. Процесинговий центр Банку має власний сайт, який забезпечує комфортну взаємодію з партнерами та клієнтами. У 2017 році банк оновив систему інтернет-банкінгу «ПУМБ Online 2.0», зробив її більш зручною для клієнта. Додані нові можливості для клієнтів: переказ з рахунку на карту і з карти на рахунок, погашення кредитів картою, самостійне скидання пароля/розблокування запису та ін. На кінець року інтернет-банкінг ПУМБ налічував 172 тис. активних користувачів. ПУМБ вивчає задоволеність клієнтів за допомогою різних інструментів: зовнішніх досліджень, програми «Таємний покупець», внутрішніх спеціалізованих опитувань, скарг та пропозицій. Таким чином, банк має у своєму розпорядженні максимально повну інформацію про відгуки та поведінку клієнтів при взаємодії з банком. Зібрана і проаналізована інформація допомагає зрозуміти, чи правильні наші стандарти, чи задовольняють вони сьогодні потреби українського ринку та клієнтів. У 2017 році банк почав щомісяця збирати понад 30 000 оцінок лояльності в різних точках контакту і на різних етапах життя наших клієнтів. Для повноцінного аналізу причин виставлених оцінок і розробки необхідних дій для покращення клієнтського досвіду банк проводить понад тисячу глибинних інтерв'ю зі своїми клієнтами. Систематизуючи дості, визначає, що дійсно важливо клієнтам, чому в першу чергу потрібно приділити увагу.

Цифровий банкінг потрібен для того, щоб користуватися своїми грошима, не витрачаючи на це зайвого часу ті не відволікаючись від основних справ, що важливо в веденні бізнесу та підприємницької діяльності. Більшість банків таку послугу надають, що і називається цифровим банкінгом.

Переваги цифрового банкінгу.

Одна з корисних послуг - регулярне списання з рахунків. Достатньо один раз налаштувати шаблони платежів, наприклад щомісячну оплату за мобільний зв'язок або дитячий садок, і вказати необхідний розпорядок цих відрахувань. У

вказану клієнтом дату за вказаними реквізитами банк буде регулярно виконувати необхідну операцію.

Звичайно, в будь-який момент можна подивитися детальну статистику доходів і витрат, використовувати цю інформацію для планування бюджету.

За допомогою інтернет-банкінгу можна і заробляти гроші на власних заощадженнях, у багатьох банках, якщо клієнт відкриває депозит онлайн, йому надають додатковий бонус до базової ставки: зазвичай 0,25-0,5%, рідше - 1-5%.

Крім поповнення, банкіри зазвичай надають можливість достроково розірвати депозит онлайн. При умові, що конкретна депозитна програма передбачає таку можливість. От тільки не в усіх банках цим можна скористатися. Наприклад, у ПриватБанку, Укрсоцбанку, УкрСиббанку та ПУМБі така послуга є [11].

ПАТ «ПУМБ» активно застосовує політику розвитку цифрового банкінгу, постійно доповнюючи та оновлюючи доступні можливості онлайн-обслуговування. Крім того, що велика кількість операцій здійснювана в особистому інтернет-кабінеті набагато швидша в часі, оформлення та здійснення платежів також можливе без додаткових сплат комісії, що означає економічну вигідність користування цифровим банкінгом.

3 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ПОСЛУГ І ПРОДУКТІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

3.1 Сучасні проблеми впровадження цифрових послуг і продуктів у комерційному банку

На сьогоднішній день спостерігається відсутність належного законодавчого регулювання цифрового банкінгу. Нормативні документи, які регламентують заходи українських банків щодо ідентифікації клієнтів та вивчення їх операцій, не враховують багатьох аспектів дистанційного банківського обслуговування і потребують доробки.

Подібна ситуація загрожує тим, що контрольна функція держави не реалізується повною мірою. Це може привести до розвитку шахрайства і появи гострих проблем з боку кібербезпеки. Як з боку клієнтів, так і з боку банків, може спостерігатися зловживання відсутністю правил ведення діяльності. Подібна ситуація може призвести до погіршення фінансового стану кредитного ринку, втрати кредитної репутації банківського сектора і складанню негативного емоційного фону у потенційних клієнтів.

Поряд з вищевикладеної проблемою гостро стоїть і раніше згадана кібербезпека. Ця проблема є комплексною, оскільки поділяється на дві інші:

- проблема економічної безпеки;
- проблема ідентифікації особистості клієнта.

Серед проблем захисту банківської діяльності від загроз зовнішнього і внутрішнього характеру все більше актуалізується необхідність забезпечення охорони фінансових ресурсів, захисту інформації та майна комерційного банку, створення системи фінансової безпеки. Крім цього, банки в своїй діяльності нерідко стикаються з шахрайством, з нелегальним відмиванням коштів, витоком інформації, з порушенням комерційної таємниці, з організованою злочинністю і т.д.

До основних проблем економічної безпеки можна віднести забезпечення і захист ІТ-інфраструктури, збереження цілісності та конфіденційності інформації, а також протидія шахрайству.

Розгляд проблеми ідентифікації особистості слід починати з самого визначення її поняття. Отже, віддалена ідентифікація - процедура первинного знайомства банку з клієнтом, що здійснюється в онлайн-режимі за різними біометричними параметрами: відбитки пальців, голос людини, контури особи і навіть малюнок сітківки очей. Дана процедура є досить проблематичною внаслідок недовіри до процесу збору біометричних даних з боку клієнтів. В цьому аспекті також важлива проблема безпечного збереження біопараметрів громадян.

Не можна не взяти до уваги можливість випадків внесення в систему даних під чужим ім'ям і здійснення зловмисниками операцій під ім'ям іншого громадянина.

Наступна проблема впровадження цифрового банкінгу полягає в нерозвиненості інфраструктури. Незважаючи на високий рівень технологічного прогресу, все ще існують райони, в яких інтернет-з'єднання слабке або зовсім відсутнє. З цієї причини просування онлайн-обслуговування в такі райони може бути ускладнене. Ситуація погіршується і технологічним відставанням України від передових європейських країн на 5-8 років.

Проблема довіри населення до впровадження цифрового банкінгу в повсякденне життя і готовності до нього. Найчастіше простежується висока ступінь обережності по відношенню до нововведень. Так, наприклад, людина, яка користувалася традиційним обслуговуванням, буде сумніватися в гарантованості збереження і забезпечення безпеки його особистих даних. Також її сутність полягає в низькому рівні фінансової та технологічної грамотності деяких верств населення, яке призводить до відмови від користування цифровими ресурсами і засобами зв'язку на користь аналогових. Неможливо не врахувати і орієнтованість високотехнологічних продуктів за

віковими категоріями. Впровадження нових технологій передбачає готовність клієнта до змін і розвитку.

Розглядаючи сучасні проблеми впровадження цифрових послуг і продуктів в комерційному банку, експерти називають брак висококваліфікованих кадрів в сфері фінансів.

Проникаючи на ринок фінансових послуг, небанківські фінансові організації можуть зруйнувати традиційні зв'язки банків з їх клієнтами і відпрацьовану систему продажів клієнту банківських послуг.

Інноваційний цифровий розвиток банківської сфери розширює свої кордони і в майбутньому може являти собою єдиний цифровий економічний простір з широким ринком провайдерів, якими будуть виступати банки. А розвиток електронних грошей може привести до того, що обсяг безготівкових розрахунків через банківську систему суттєво збільшиться, монополія центральних банків по емісії готівки буде незначна, клієнтська і дохідна база емісійних і комерційних банків зменшиться, значимість банків в економіці скоротиться.

Основними інноваційними напрямки розвитку банківської сфери в умовах цифрової економіки є впровадження і застосування нових високотехнологічних рішень:

- мінімізація готівкових платежів клієнтів банків;
- впровадження ідентифікаційного комплексу в роботу банків;
- повний перехід на електронний документообіг;
- підвищення рівня захищеності виконуваних через віртуальний і мобільний банкінг транзакцій;
- спрощення користувальницького банкінгу та розширення спектра дистанційних (віртуальних) продуктів і послуг банків.

В результаті сучасні цифрові рішення скорочують витрати, покращують якість обслуговування клієнтів і відкривають нові можливості для збільшення прибутку.

Зараз банки вже не можуть бути просто постачальниками фінансових послуг: для збереження конкурентоспроможності, вони змушені шукати нові можливості для якості і зручності надання фінансових послуг своїм клієнтам.

3.2 Пропозиції щодо вдосконалення діяльності ПАТ «ПУМБ» з надання цифрових продуктів і послуг

З метою вдосконалення діяльності ПАТ «ПУМБ» з надання цифрових продуктів і послуг були розроблені наступні пропозиції (рис. 3.1)

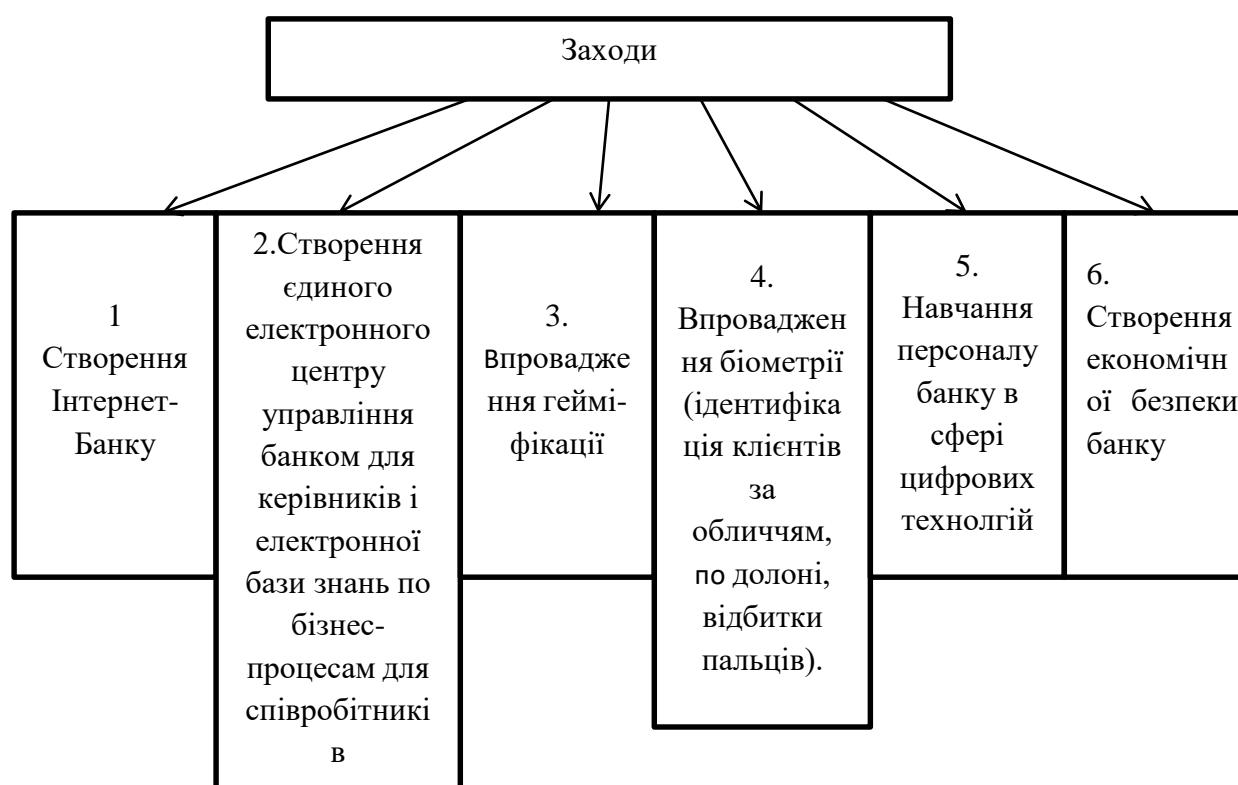


Рис.3.1 – Пропозиції щодо вдосконалення діяльності банку ПАТ «ПУМБ» з надання цифрових продуктів і послуг

1. Створити Інтернет-Банк - це система дистанційного банківського обслуговування, призначена для здійснення передачі електронних документів між клієнтом і банком з використанням телекомунікаційних каналів зв'язку і

без використання спеціалізованого програмного забезпечення. Взаємодія здійснюється через веб-оглядач.

Пропонуємо наступні основні види електронних документів в системі Інтернет-Банк:

- розпорядження на здійснення переказів грошових коштів з банківського рахунку;
- інформація про рух грошових коштів з банківського рахунку;
- документи, пов'язані з проведенням валютних операцій та валютного контролю;
- документи, визначені іншими договорами з банком (реєстри виплат за договорами на здійснення зарплатних проектів);
- документи у вільному форматі з можливістю прикріплення файлів.

Функціональні можливості:

- введення, редагування, передача і отримання електронних документів в банк;
- контроль за поточним станом електронних документів;
- обробку електронних документів, не прийнятих в банку;
- підтримка системи названих шаблонів електронних документів;
- управління ключами шифрування і електронного підпису;
- підтримка експорту-імпорту електронних документів з ІС;
- довідник курсів валют;
- робота з валютними документами і документами валютного контролю: паспорта угод, довідки про валютні операції, заяву на переклад, доручення на купівлю валюти, доручення на продаж валюти і доручення на обов'язковий продаж валюти (заповнення, печатка, підпис і відправка в банк).

2. Створити єдиний електронний центр управління банком для керівників, і електронна база знань по бізнес-процесам для співробітників. Для побудови цифрового банку дуже важливо швидке прийняття рішень і швидке навчання новим бізнес-процесам і технологіям. Керівникам банку повинна бути доступна повна детальна статистика по всіх пріоритетних бізнес-процесах банку.

3. Пропонуємо впровадження Гейміфікація - це застосування принципів комп'ютерних ігор до програмних продуктів, додатків для вирішення повсякденних задач і сайтам. Гейміфіціювати призначений для користувача інтерфейс - не означає просто взяти і змусити його працювати за принципом гри Space Invaders. Мова йде про впровадження таких ігрових принципів, як заробляння користувачами очок або пошук однакових візуальних елементів. У сфері банкінгу ми спостерігаємо безліч експериментальних рішень: від нарахування балів за використання нових сервісів до переходу на новий рівень за відкриття вкладу.

Основна мета Гейміфікація в банкінгу - стимулювати регулярну взаємодію клієнта з банком, тобто змусити його частіше відкривати додаток або сайт. В результаті клієнти будуть активніше використовувати цифрові канали і менше навантажувати фізичні відділення банку (обслуговувати останні, зрозуміло, дорожче). Насмілимося припустити, що ця функція не затребувана більшістю користувачів, і тому залишиться опціональною.

Головне, на відміну від інших цифрових ініціатив, Гейміфікація не може дати скільки-небудь помітного результату. Після нетривалих експериментів банки відмовляться від Гейміфікації.

4. Пропонуємо впровадження біометрії (ідентифікація клієнтів по обличчю, по долоні, відбитки пальців). Біометрія є надійною формою захисту даних від шахрайства, оскільки біометричну ідентифікацію, проведenu одночасно по обличчю і голосу, неможливо підробити.

5. Приділити увагу навчанню персоналу банку, так як в ході розвитку цифрової економіки необхідний кваліфікований персонал, готовий до постійного розвитку та змін. Необхідно організувати крос-функціональні команди (центри компетенції), що складаються з експертів з різних напрямків і працюють разом на постійній основі. Корпоративна культура банку повинна бути орієнтована на цифровий бізнес і інновації.

ВИСНОВКИ

За результатами роботи можна зробити наступні висновки:

1. Теоретично комерційний банк можна визначити, як фінансова організація, основні види діяльності якої - залучення і розміщення грошових коштів, а також проведення розрахунків шляхом надання цифрових послуг і продуктів в сучасних умовах.

2. Темпи розвитку банківської системи, як правило, корелюють із загальними темпами розвитку економіки країни. Розглянувши сутність цифрової економіки, зробили висновок про те, що цифровізація економіки є важливою складовою економічного розвитку більшості країн і може стати інституційною основою сталого зростання виробництва і рівня життя людей в майбутньому. Розвиток практично всіх галузей економіки, в тому числі банківської сфери схильне до цифровізації в тій чи іншій мірі. Тому можна говорити, що цифрова економіка є основною причиною інновацій в банківській сфері і її наслідки для діяльності комерційних банків.

Банківська інноваційна діяльність орієнтована на гармонізацію інтересів банку, споживачів і суспільства в цілому в рамках створення продуктів і послуг більш високої цінності, ніж у конкурентів. В умовах розвитку цифрової економіки підвищується якість банківських послуг. З появою і використанням віртуальних банків пов'язана значна кількість переваг для клієнта. Клієнтам немає необхідності особисто відвідувати банк, що дозволяє значно економити час, до того ж існує можливість управляти своїми фінансовими засобами і краще їх контролювати 24 години на добу, а також миттєво реагувати на зміну ситуації на фінансових ринках.

Банківська сфера знаходиться під впливом трансформації економіки в цифрову, сучасні інформаційні технології дозволяють комерційним банкам частину своїх послуг звести на новий рівень, тим самим залучаючи нових клієнтів і знижуючи витрати по їх обслуговуванню. Це обумовлює створення та

функціонування віртуальних банків, впровадження різноманітних цифрових послуг і продуктів.

Говорячи про наслідки, до нових можливостей діяльності комерційних банків з надання цифрових продуктів і послуг в сучасних економічних умовах можна віднести такі позиції, як:

- зменшення кількості фізичних офісів, що дозволить скоротити витрати на їх утримання і оптимізувати обслуговування;
- підвищення кількості мобільних офісів, які зможуть надавати свої послуги клієнтам, які не мають можливості скористатися послугами банку по віддаленим каналах обслуговування;
- розробка нових мобільних сервісів, які зможуть знизити ціни на послуги, що надаються, відповідно залучити нових клієнтів і скоротити витрати на обслуговування;
- вдосконалення внутрішніх каналів передачі інформації, які дозволять оптимізувати внутрішню взаємодію співробітників і скоротити часові витрати на виконання операції.

3. Виявивши різноманітність цифрових послуг і продуктів в комерційному банку, визначили, що цифрова економіка в банківській сфері розвивається за кількома напрямками:

- дистанційна ідентифікація особистості;
- платежі, перекази і позики;
- штучний інтелект;
- великі дані, аналіз даних.

4. Проаналізувавши сучасні проблеми впровадження цифрових послуг і продуктів в комерційному банку, виділили такі основні:

- скорочення кількості банків, таких як середні і малі гравці ринку;
- зменшення кадрового резерву і перехід до більш кваліфікованим і унікальним співробітникам, які в дефіциті на сьогоднішньому ринку праці;
- підвищення рівня конкуренції;

- потреба в швидкому переході до інноваційної специфіці банківської діяльності;
- гостру нестачу матеріальних і людських ресурсів для реалізації.
- ризики, пов'язані з забезпеченням безпеки;
- високі витрати і збитковість на початковому етапі;
- використання процедур, які виходять за рамки регуляторних та наглядових вимог;
- несумісність застарілої інфраструктури та інноваційних технологій
- низька фінансова грамотність населення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Банківське майбутнє в контексті стагнації економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/news/-/340320/bankivske-majbutnye-vs-stagnatsiya-ekonomiky>.
2. Виговська Л. 100 млрд. грн. на рік. Ринок мобільного та інтернет-банкінгу б'є рекорди / Л. Виговська, М. Оліярник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.nv.ua/ukr/publications/100-mlrd-na-rik-rinokmobilnogo-ta-internet-bankingu-v-ukrajini-b-je-rekordi-108675.html>.
3. Владимирова, И. Г. Компании будущего: организационный аспект [Текст] / И. Г. Владимирова // Менеджмент за рубежом. – 2009. – № 2. – С. 21–24.
4. Клієнти зможуть відкрити рахунок у банку за допомогою селфі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vcourse.ua/ua/business/otkryt-schet-v-banke-s-pomoshchyu-selfi.html>.
5. Огієнко В. І. Розвиток Інтернет-банкінгу в контексті формування конкурентних переваг банків / В. І. Огієнко, І. М. Боярко // Фінансовий простір. – 2013. – № 4 (12). – С. 44–52.
6. Пантелеєва Н. М. ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ: ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ / Н. М. Пантелеєва. // Класичний приватний університет. – 2017. – №3. – С. 69–70.
7. Прес-реліз Київського міжнародного інституту соціології «Динаміка використання Інтернету в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kiis.com.ua>.
8. Про затвердження Інструкції про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті [Електронний ресурс] // 09.04.2004. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0368-01>.
9. Рейтинговий звіт PUMB 001-013 short про оновлення кредитного рейтингу та рейтингу надійності банківських вкладів (депозитів) [Електронний ресурс] // CreditRating. – 2015. – Режим доступу до ресурсу:

https://about.pumb.ua/Content/CmsFile/ru/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0_Credit_Rating_27032015.pdf

10. Рейтинговий звіт PUMB 001-020 short про оновлення кредитного рейтингу та рейтингу надійності банківських вкладів (депозитів) [Електронний ресурс] // CreditRating. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: http://www.credit-rating.ua/img/files/reports/report_987C83EF-9DF3-44AE-A391-1B9EC4D7A37F.pdf

11. Ринок P2P-кредитування в Україні досяг 5 млрд. грн. Світовий ринок оцінюють у \$64 млрд. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ufi.net.ua/ua/novyny-rynku/256-rynok-p2p-kredytuvannia-v-ukraini-dosiah5-mlrd-hrn-svitovyi-rynok-otsiniuiut-v-usd-64-mlrd>.

12. Розвиток банківської системи України [Текст] : монографія / О. І. Барановський [та ін.] ; за заг. ред. О. І. Барановського ; НАН України ; ДУ "Інститут економіки та прогнозування". – К. : Ін-т економіки та прогнозування, 2008. – 584 с

13. Савенко С. За ними майбутнє [Електронний ресурс] / Сергій Савенко // Finance.ua. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/416199/za-nymu-majbutnye>

14. Советы банкира: онлайн-переводы P2P упрощают жизнь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://24tv.ua/ru/sovety_bankira_onlajnperevody_p2p_uproshhajut_zhizn_n554692.

15. Тренды развития мобильного банкинга для МСБ в 2018 году [Електронний ресурс]. — 2018. — Режим доступу: <https://cis.smebanFking.club/38402FtrendyFrazvitiyaFmobilnogoFbankingaFdlyaFmsbF2018>

16. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ria.ru/science/20170616/1496663946.html>

17. Шерман А. Манифест МІТ – надвигается третья волна банковских инноваций [Електронний ресурс] / А. Шерман. – Режим доступу : <http://bankir.ru/publikacii/20161020/manifest-mit-nadvigaetsya-tretya-volna-bankovskikhinnovatsii-10008185>.

18. Щетинін А. І. Гроші та кредит / А. І. Щетинін. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 440 с. – (Видання 4-те, перероблене та доповнене).

19. Яблоновський Д. Тенденции развития рынка платежных карт и дистанционных банковских сервисов [Електронний ресурс] / Д. Яблоновський ; відділ фінансових досліджень GfK Ukraine. – Режим доступу : http://www.gfk.ua/imperia/md/content/fkukraine/presentations/ema_cards_presentation.pdf – 07.12.2013.

20. Яким чином банки розвиватимуть цифрові послуги для населення у 2012–2015 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ua.prostobank.ua/e_banking/dumki/yakim_chinom_banki_rozvivatimut_tsifrov_i_poslugi_dlya_naselennya_u_2012_2015_rokah

21. Які новинки в е-банкінгу з'явилися і були впроваджені в 2016 році? – коментують експерти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.prostobank.ua/internet_banking/stati/kakie_novinki_prineset_klientam_2_017_god_v_sfere_internet_bankinga_mnenie_ekspertov.

22. Skinner C. Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank [Text] / C. Skinner. — Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd., 2014. — 320 p

23. The BAI Global Innovation Awards [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bai.org/globalinnovations/awards/categories>