

Микола ГЛУХИЙ
студент факультету банківського бізнесу
Тернопільський національний економічний університет
Науковий керівник:
к.е.н., доцент кафедри банківської справи Чайковський Я.І.

ІННОВАЦІЇ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Завдяки постійному удосконаленню дистанційного обслуговування, Україна успішно прямує в бік цифрової трансформації надання банківських послуг. З кожним днем зростає кількість банківських організацій, готових надати своїм користувачам послуги на базі мобільних додатків. Такий стан повністю відповідає світовим трендам, сприяючи стрімкому розвитку банківських сервісів.

Переслідуючи мету максимально знизити витрати і підвищити якість послуг, що надаються, банки все частіше починають озиратися в бік штучного інтелекту. Наприклад, широке поширення набули спеціальні унікальні програми – чат-боти. З їх допомогою відбувається обмін повідомленнями з клієнтами в месенджерах (Viber, WhatsApp, Telegram та інші), інноваційні програми можуть не тільки консультувати клієнтів, але й здійснювати різні банківські операції.

Окрім підтримки чат-ботів, за останній рік збільшилась кількість безконтактних розрахунків як MasterCard, PayPass і VisapayWave дають можливість проводити операції, просто піднісши пластикову картку до терміналу. Також великим кроком в безготівкових платежах є введення ПАТ «ПриватБанк» розрахунків телефоном, якщо забули карту – підтримка ApplePay та GooglePay.

Дуже зручним є на ринку банківських послуг саме мобільний банкінг, який дозволяє клієнту проводити операції з своїми картками не йдучи до відділення банку, що значно економить час. Звісно лідером таких операцій є система Приват24 якою користуються мільйони українців щоб провести такі операції:

- оформити грошовий переказ;
- оплатити товар і вартість послуг;
- здійснити обмін валюти;
- оплатити комунальні послуги.

Віртуальні інтернет-банки почнуть витіснити традиційні.

Вже зараз на ринку банківських послуг здійснюють свою діяльність такі онлайн-банки як AllyBank, DiscoverBank і First Internet Bank. За своїми функціональними можливостями вони нітрохи не поступаються традиційним банкам. Навпаки, вони доступні клієнтам в будь-якому місці, де є зв'язок з інтернетом. Інтернет-банки своїм клієнтам пропонують ті ж самі послуги, що й традиційні, створюючи при цьому ще й комфортні умови. Клієнтам не потрібно їздити до банківських установ для заповнення різного роду паперів. Ще однією вагомою перевагою інтернет-банків перед своїми конкурентами стане перехід на цифрову валюту. Подібного роду сервіс існує і в Україні – це MonoBank.

Ще одною інноваційною технологією яка має право на життя є база даних – блокчейн.

Це система у якій відсутній центр управління. Всі процеси що відбуваються в ній – відбуваються без контролю вищих інстанцій. Інформація, що зберігається в блокчейні існує як загальна база даних, яка постійно звіряється. Такий спосіб використання мережі має очевидні переваги. База даних блокчейну не зберігається в якомусь єдиному місці, а це означає, що він зберігає записи дійсно публічно і вони легко перевіряються. Не існує

централізованої версії цієї інформації, яку б міг пошкодити хакер. Копії зберігаються на мільйонах комп'ютерів одночасно, і її дані доступні для всіх бажаючих в Інтернеті.

Блокчейн-мережа існує в стані консенсусу - автоматично перевіряє сама себе кожні десять хвилин. Свого роду самостійний аудит цифрової екосистеми. Мережа погоджує кожну відбувається транзакцію з інтервалом в десять хвилин. Кожна група цих операцій валідації згадується як «блок». З цього випливають два важливих властивості:

Прозорість - дані впроваджені в мережу в цілому, і вони за визначенням є публічними.

Він не може бути зруйнований - зміна будь-якої одиниці інформації в блокчейні вимагає використання гігантської обчислювальної потужності, щоб підмінити інформацію у всій мережі.

Ще одним видом інноваційних послуг що вже частково використовуються та будуть розвиватись далі є випуск Смарт-карток. Більшість зарубіжних банківських і парабанківських систем користуються смарт-картками на базі яких і функціонують. Приватбанк випускає смарт-картки лише для VIP клієнтів як доповнення до карток преміум рівня і вище. На нашу думку, у майбутньому цю тенденцію необхідно буде змінити. Банку доцільно буде вжити таких заходів:

- випуск смарт-карток для усіх клієнтів за їх бажанням;
- впровадження технологічної і технічної бази для розширеного обслуговування смарт-карток в Україні;
- поширення ідеї смарт-картки не лише серед фізичних осіб (НСМЕП) але і серед юридичних осіб, великих підприємств;
- співпраця з системою Національних масових електронних платежів;
- розширення функціональності смарт-карток, забезпечення надійного захисту операцій з їх використанням.

У всьому є свої переваги та недоліки, отже, перейдемо до них.

Інтернет-банкінг - більш досконала модифікація системи «Клієнт-Банк». Зберігаючи всі переваги попередника, інтернет-банкінг має масу додаткових переваг для клієнтів банку:

- Немає необхідності ставити додаткове ПЗ на комп'ютер;
- Клієнт має можливість отримувати найоперативнішу інформацію про стан свого банківського рахунку (інформація про кошти, що надійшли на адресу клієнта, стає доступною клієнтові одночасно з надходженням даної інформації в банк);
- Весь обмін документами між клієнтом і банком здійснюється в електронному вигляді, і від клієнта не потрібно надання підтверджуючих документів на паперових носіях. Тим не менш, банк не знімає з себе зобов'язань в наданні за першою вимогою клієнта будь-яких банківських документів у вигляді паперових копій.

Що до недоліків можна зазначити відносно більш низький рівень захисту в порівнянні з системою «Клієнт-Банк» і документарних оформленням транзакцій.

Про інтернет-банки можна сказати наступне:

Переваги: безкоштовний рахунок; безкоштовне зняття готівки в банкоматах; безкоштовні чеки; маленька плата за перевищення кредитного ліміту; відсотки на поточний рахунок.

Недоліки: не можна покласти готівку на рахунок, відсутність відділень.

Смарт-картки – нове покоління пластикових карток, також мають свої переваги та недоліки у роботі з ними.

Переваги:

- забезпечення надійного захисту платежів клієнтів та їх рахунків, що приведе до зміцнення позицій банку серед населення і юридичних осіб;
- інтеграція через смарт-карти до міжнародних і зарубіжних платіжних систем, що збільшить частину клієнтів банку, які здійснюють міжнародні платежі;
- можливість реклами і позиціонування банку як найінноваційнішого і перспективного в Україні, що приведе до росту клієнтської бази і збільшить обсяги інвестицій;
- допомога зі сторони держави при використанні і розвитку НСПЕМ в Україні та ін.

Недоліки:

- складність переходу на системи обслуговування смарт-карток;
- ціна впровадження і використання нових виробничих ліній, спеціалізованих на старт-картках;
- можливі помилки і неточності, через відсутність досвіду роботи з таким продуктом;
- низький рівень ознайомленості населення і підприємств з даним продуктом.

Висновки. В Україні рівень інноваційного потенціалу банків є достатнім, але на сучасному етапі не реалізується в повному обсязі через складну економічну ситуацію в країні. Українські банки, як правило, залучають досвід своїх західних партнерів, що унеможливає набуття власного досвіду унікальних розробок, але скорочує витрати на створення нових продуктів. На сьогодні лише 6 банків (Приватбанк, Ощадбанк, Альфа-банк, Укрсиббанк, ОТП Банк, Платинум банк) працюють за всіма сучасними напрямками інноваційного розвитку.

Література:

1. Банківська система 2015: виклики та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/id=14741673>.
2. Матвійчук Н. М. Розвиток інновацій у сучасній банківській сфері України [Електронний ресурс] / Н.М.Матвійчук, Н.Ю. Бурлачук, Ж.В. Гарбар // Молодий вчений. – 2015. – № 5(2). – С. 28-30. – Режим доступу : [file:///D:/Users/bs/Downloads/molv_2015_5\(2\)_8.pdf](file:///D:/Users/bs/Downloads/molv_2015_5(2)_8.pdf).
3. Чиж Н.М. Банківські інновації: проблеми та перспективи / Н.М. Чиж, М.І. Дзямулич // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». – 2012. – Вип. 9(4). – С. 403–411. – Режим доступу : [file:///D:/Users/bs/Downloads/ecnof_2012_9\(4\)_45.pdf](file:///D:/Users/bs/Downloads/ecnof_2012_9(4)_45.pdf)

Андрій ГНАТИК

*студент факультету банківського бізнесу
Тернопільський національний економічний університет*

Науковий керівник:

к.е.н., доцент кафедри банківської справи Чайковський Я.І.

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ШЛЯХ ДО КЛІЄНТА БАНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Стрімкий розвиток Інтернету та його проникнення практично у всі сфери людської діяльності призвело до формування інтернет-економіки, яка стрімко розвивається.

Дж. Сифоні вважає, що інтернет-економіка розвивається за такими напрямками: інтернет-бізнес, інтернет-комерція, інтернет-маркетинг [1]. Аналізуючи цей та аналогічні підходи (зокрема [2; 3, с. 8-9]) до визначення інтернет-економіки, необхідно зазначити, що у них мова більшою мірою йде про інтернет-бізнес. Його потрібно розглядати як економічну діяльність, яка приносить прибуток або інші