

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Навчально-науковий інститут новітніх освітніх технологій
Кафедра економічної кібернетики та інформатики

МЕЛЬНАРОВИЧ Олена Сергіївна

Інформаційно-аналітичне забезпечення
діяльності комерційного банку.
Information-analitical support of commercial bank
activityю

спеціальність: 124 - Системний аналіз
освітньо-професійна програма - Системний аналіз

Кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи
САзм-21
О. С. Мельнарович (Балицька)

Науковий керівник:
Данилюк І.В.

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту:

"23" _____ 2022 р.

Завідувач кафедри
Л. М. Буяк

ТЕРНОПІЛЬ - 2022

Вступ.....	3
Розділ I. Економічний зміст інноваційних інформаційних технологій у сфері банківських послуг та їх особливості в системі комплексного обслуговування приватних осіб.....	Error! Bookmark not defined.
1.1.Теоретичні аспекти розвитку та застосування інноваційних технологій в банківській діяльності.....	Error! Bookmark not defined.
1.2.Сучасні підходи до класифікації банківських інновацій.....	Error! Bookmark not defined.
1.3.Електронна комерція в системі комплексного обслуговування приватних осіб.	Error! Bookmark not defined.
Висновки за розділом 1.....	Error! Bookmark not defined.
Розділ II. Аналіз впливу інноваційних технологій на організацію комплексного обслуговування приватних осіб.	Error! Bookmark not defined.
2.1. Інноваційні технології та операційні ризики в системі платежів у сфері дистанційного обслуговування.	Error! Bookmark not defined.
2.2.Організація управління особистими фінансами клієнтів з використанням технології internet banking.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.Особливості використання фінансових технологій в банківській сфері.	Error! Bookmark not defined.
Висновки за розділом 2.....	48
Розділ III. Оптимізація та впровадження інноваційних технологій у банківську діяльність.	Error! Bookmark not defined.
3.1.Сучасні тенденції розвитку інноваційних технологій та особливості їх впровадження.	Error! Bookmark not defined.
3.2. Стратегічні інноваційні технології в банківському бізнес: управління взаємовідносинами з клієнтами та ощадливе виробництво.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.Концепція розвитку інноваційних технологій: «Модельбанку майбутнього».....	Error! Bookmark not defined.
Висновки за розділом 3.....	Error! Bookmark not defined.
Висновок.....	75
Список використаної літератури.....	Error! Bookmark not defined.

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні сфера банківських послуг розвивається в умовах загострення конкуренції, наявності кризисних явищ на світовому фінансовому ринку та характеризується такими тенденціями, як підвищення ролі інноваційних технологій; збільшення обсягу, різноманітності банківських послуг; підвищення частки інноваційних технологій; формування нових сегментів ринку обслуговування клієнтів.

Концепція банківських інноваційних технологій містить два взаємодоповнюючих підходи, які передбачають поєднання поступового покращення та підходу, орієнтованого на «інноваційний розвиток».

Досить довго операційно – бухгалтерські та технічні засоби, які дозволяли у певній мірі оптимізувати банківську діяльність вважалися технологіями. В ході глобалізації процеси автоматизації і телекомунікаційного ноу – хау були впроваджені у всі сфери життя суспільства та стали його складовими.

Таким чином, у більшості випадків нова технологія супроводжується втіленням у стандартний технологічний процес інформаційно – інтелектуального забезпечення, що базується на науково – технічному прогресі, прогресивних змінах в технології управління з метою продажу інновацій кінцевому споживачеві. Отже, діяльність у сфері банківських послуг необхідно уявляти як багатогранний процес, а банківські технології досліджувати комплексно.

На сучасному етапі розвитку банківської системи виникає необхідність впровадження інноваційних технологій, сучасних методів та моделей управління, що орієнтовані на підвищення конкурентоздатності. Ефективна діяльність вітчизняних комерційних банків є важливою умовою подальшого

економічного розвитку країни та зумовлює темпи зростання всієї української економіки.

Комунікаційні технології, новітні засоби зв'язку, програмні комплекси обробки інформації, технології управління людськими ресурсами, програмні продукти – все це є невід'ємною частиною життя суспільства, і відповідно інноваційними у банківській діяльності. Зростаючий попит на банківські послуги, що надаються за допомогою інноваційних технологій та засобів зв'язку, повинні стимулювати банки бути не просто універсальними, а орієнтованими на інновації, що дають можливість краще просувати свої послуги.

Міжнародний досвід впровадження інноваційних технологій також може бути використаний на вітчизняному ринку, оскільки дозволяє банкам підвищувати ефективність наданих послуг, створює конкурентні переваги, дає можливість зміцнити свій стан на ринку послуг. У зв'язку з тим, Верховна Рада та НБУ запропонували «Стратегію розвитку фінансового сектору України до 2025 року: «Синергія розвитку банків та індустріалізація економіки»», що містить основи інноваційної економіки фінансової та банківської сфер.

«Банк майбутнього» - високотехнологічна інтелектуальна модель і при орієнтації на останню, банк може зберегти не лише конкурентні позиції, а й забезпечити розвиток вітчизняної банківської системи. Постійне нарощування інноваційного потенціалу, впровадження нових. Покращення існуючих технологій обслуговування клієнтів дозволить комерційним банкам матеріалізувати свої конкурентні переваги не лише у посткризовій короткостроковій перспективі, а й бути лідером у фазі стійкого розвитку.

Отже, тема дослідження є актуальною з теоретичної та практичної точки зору, оскільки вітчизняні кредитні організації опинилися перед необхідністю розвиватися у напрямку та розумінні універсального банку - це банк майбутнього (Next Generation Bank).

Проблемам розвитку та функціонування електронних банківських послуг в Україні присвячені праці вітчизняних та закордонних науковців: О.Д. Вовчака, В.М. Кравця, О. Овчарук, І. Пасічник, О.О. Чуба Й. Шумпетер, П.Ф. Друкер, Дж. Залтман, К. Левин, Є. М. Роджерс та ін.

Відаючи належне значному науковому доробку зазначених вчених, слід підкреслити, що комплекс завдань з інноваційними технологіями у сфері банківських послуг, залишаються недостатньо вирішеними та зумовлюють необхідність вдосконалення існуючих.

Мета і завдання дослідження. Основною метою даного дослідження є розробка та формування основних теоретико – методичних положень та практичних рекомендацій щодо діяльності універсального банку - банку майбутнього (Next Generation Bank), оснований на впровадженні інноваційних технологій. Для досягнення поставленої мети в роботі поставлені такі завдання:

- дослідити економічну сутність категорії «банківська послуга», що відображує сучасний високотехнологічний процес обслуговування клієнтів у комерційному банку;
- дати характеристику класифікації інновацій при формуванні стратегічних ініціатив банку;
- проаналізувати вітчизняний, зарубіжний досвід електронного бізнесу (е – банкінг), а також дистанційного банкінгу, визначити можливі ризики та ефективність безперебійного обслуговування клієнтів;
- дослідити процес впровадження комплексних стратегічних технологій (Lean та CRM), акцентуючи увагу на розвиток комунікаційних каналів та зв'язків з метою актуалізації форматів надання банківських послуг для VIP - клієнтів;
- визначити принципи та формат організації обслуговування заможних приватних клієнтів (private banking) у комерційному банку;

- розробити комплекс практичних рекомендацій та визначити шляхи розвитку універсального банку, використовуючи світові тенденції і напрямки розвитку технологій обслуговування приватних клієнтів.

Об'єктом дослідження є діяльність універсальних комерційних банків, що орієнтовані на впровадження банківських інновацій у процесі обслуговування приватних осіб.

Предметом дослідження є нові інформаційні технології у сфері банківських послуг, включаючи private banking та дистанційне обслуговування.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою роботи є загальнонаукові методи пізнання, наукові праці вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме: методи узагальнення, системного аналізу – для критичного аналізу розвитку економіки, системний підхід, методи аналізу і синтезу – для обґрунтування концепції розвитку організації, багатовимірний статистичний аналіз – для виявлення ретроспективних та перспективних тенденцій розвитку організації, використання експертних методів – для оцінки економічних показників, які неможливо опрацювати математичними методами.

Вихідними даними для дослідження є інформація наукових установ, статистичні дані, публікації у наукових журналах тощо.

Наукова новизна одержаних результатів. Розроблена модель універсального інтелектуального банку, яка орієнтована на інновації у різних сферах життя суспільства та безпосередньо впливають на банківську діяльність.

Практичне значення одержаних результатів полягає у використанні результатів дослідження при вирішенні актуальних завдань, що виникають при створенні та комплексному управлінні інноваційними процесами у банківському бізнесі.

Апробація результатів роботи. Результати роботи опубліковані у Збірнику наукових праць II Міжнародної науково – практичної конференції «Сучасне

управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку», м. Харків, ННІ «Каразінський банківський інститут» Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, від 25 листопада 2022 року, С. ?.

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи 83 сторінки. У роботі міститься 6 таблиць, 2 формули, 15 рисунків. Список використаних джерел нараховує 39 найменування.

Розділ 1

Економічний зміст інноваційних інформаційних технологій в сфері банківських послуг та їх особливості в системі комплексного обслуговування приватних осіб

1.1. Теоретичні аспекти розвитку та застосування інноваційних технологій в банківській діяльності

Інноваційні технології — радикально нові чи вдосконалені технології, які істотно поліпшують умови виробництва або самі виступають товаром.







Інформаційні технології — це процес, використовуючий сукупність методів та програмно-технологічних засобів, для збору, обробки та зберігання, передачі та представлення інформації з ціллю отримання інформації нової якості, зниження трудмісткості та підвищення ефективності процесів використання інформаційних ресурсів.

Впровадження інновацій у комерційних банках має певні особливості, що визначаються загальними рисами інноваційної активності у сфері послуг як окремому сектору суспільного виробництва: нематеріальний характер результату діяльності, дещо хаотичний процес появи інноваційних ідей, що не є результатами наукових досліджень, більша роль самонавчання організації, схильність до формування відкритих інноваційних мереж тощо.

Інформаційні технології дозволяють знаходити різні види технологій, а інформація, яка ними обробляється, синтезується для узагальнення та впровадження в практику. Особливим інформаційних технологій є те, що вихідним "сировиною" (предметом праці) і кінцевої готової "продукцією"

(продуктом праці) в них є інформація. Інформаційні технології реалізують типові інформаційні процеси і включають процеси збору, передачі, зберігання і обробки інформації у всіх її можливих формах прояви (текстової, графічної, візуальної, речовий, тактильної і т.д.)

Також роль для інноваційного розвитку банків на сучасному етапі є сприятливий вплив нововведень на діяльність банківського сектору, що спрямована на збільшення конкурентоспроможність банку, збільшення довіри клієнтів до банківських організацій, та підвищення ефективності діяльності. Зазначено основні теоретичні підходи щодо розуміння понять «інновація» та «банківська інновація». Визначені особливості та напрямки реалізації інноваційних технологій в банківській діяльності, серед яких можна віднести: фінансову складову, технологічну складову, та організаційно-структурна. Також розглянуті основні інноваційні технології, які були запроваджені в банківській діяльності, серед яких:

-  безконтактні платежі,
-  ідентифікація за допомогою біометричних технологій,
-  технологія блокчейн,
-  NFC- технологій,
-  Інтернет – банкінг,
-  технологія віртуальних банків.

I. Для безконтактних платежів використовується бездротова технологія малого радіуса дії для безпечного здійснення платежів між безконтактною карткою або пристроєм, що підтримує здійснення платежів, і терміналом для розрахунків, що підтримує безконтактну технологію. Безконтактна картка Visa — це картка з чіпом, яка має антену ближнього безконтактного зв'язку (NFC), що підтримує технологію платежів на малій відстані. Коли ви торкаєтесь своєю безконтактною карткою Visa або пристроєм, що підтримує здійснення платежів, терміналу для розрахунків, що підтримує

безконтактну технологію (поруч із символом безконтактного зв'язку ваш платіж відправляється на авторизацію.

II. Біометрична ідентифікація – це метод ідентифікації особистості за окремими специфічними біометричними ознаками які властиві конкретній людині. Біометричні технології базуються на біометрії, вимірюванні унікальних характеристик окремо взятої людини. До них належать унікальні ознаки, отримані нею з народження (ДНК, відбитки пальців, райдужна оболонка ока) або характеристики, придбані згодом або ж здатні змінюватися з віком або в результаті зовнішнього впливу (почерк, голос або хода).

III. Блокчейн - технологія обробки, зберігання інформації та ідентифікації клієнтів. Дослівно з англійської блокчейн (blockchain) перекладається, як «ланцюжок блоків», а сама технологія була запропонована в 2008 році Сатоши Накамото. Вперше технологія блокчейн була застосована в 2009 році при створенні криптовалюти «біткоїн» і отримала широку популярність й для розробки інших криптовалют, наприклад, ефіріума (eth), ріпла і лайткоїну. Позитивні якості системи сприяли її подальшому проникненню в економіку і зараз блокчейн застосовують в банківській сфері, державному управлінні, юриспруденції та інших сферах.

IV. NFC (Near Field Communication) – це технологія бездротового зв'язку, яка дозволяє обмінюватися даними на малих відстанях. Технологія дозволяє здійснювати комунікацію та обмін даними між пристроями, що знаходяться на коротких відстанях. Між зчитувальним терміналом та смартфоном/банківською картою. Далекобійність NFC – до 10 сантиметрів. Пристрої з підтримкою NFC може працювати в 3 режимах:

1. Режими зчитування – пристрій зчитує інформацію з NFC-тегів.
2. Одноранговий режим – два гаджети з підтримкою NFC взаємодіють між собою, передаючи фото, відео, посилання, інформацію про налаштування Wi-Fi тощо. І для цього достатньо лише притулити пристрої один до одного.
3. Режим «Емуляція карти» – гаджет працює як безконтактна смарт-карта.

v. Інтернет-банкінг — вид дистанційного банківського обслуговування, засобами якого доступи до рахунків та операцій за рахунками забезпечується в будь-який час та з будь-якого комп'ютера через Інтернет.

Для виконання операцій використовується стандартний браузер (Google Chrome, Internet Explorer, Opera, Mozilla тощо). Таким чином, необхідності встановлювати додаткове програмне забезпечення немає.

Послуги Інтернет-банкінгу містять:

- Блокування картки клієнтом, наприклад, в разі викрадення або втрати;
- Виписки за рахунками;
- Інформація про інші відкриті банківські продукти (платіжні картки, депозити, кредити, інше);
- Платежі в межах банку;
- Платежі в національній валюті в межах країни;
- Оформлення заяв на підключення до інших послуг (sms-банкінг, картки, депозити, кредити).

VI. Віртуальна банківська картка - банківська платіжна картка, має призначення виключно для здійснення платежів у Інтернеті. Являє собою дані реквізитів банківської картки, необхідні для здійснення оплати на інтернет-сайтах.

Віртуальна картка, як правило, випускається без фізичного носія, тільки в електронному вигляді. Проте банк-емітент може виготовляти для клієнтів пластикові картки з нанесеними на них реквізитами віртуальних карток. На таких картках відсутні певні атрибути звичайних банківських карток: магнітна смуга або чип, голограма, підпис держателя. Це унеможливорює використання віртуальної картки для оплати покупок у звичайних магазинах або для зняття готівки у банкоматах.

Визначені основні ризики виникають, при впровадженні нововведень. Виокремлені фактори, що обмежують процес запровадження інноваційних технологій в банківську діяльність. Також у статті були зазначені основні проблеми запровадження банківських інновацій в Україні.

Отже інформаційні технології безпосередньо підтримують практично всі аспекти менеджменту в таких функціональних областях, як бухгалтерський облік, фінанси, управління трудовими ресурсами, маркетинг і управління виробництвом.

Таблиця 1.1

Науковий розвиток інформаційних технологій

вчені	внесок у науку
В.О.Шамвай, В.І.Кривенко, С.В.Мельниченко.	Досліджували аспекти розвитку та впровадження інформаційних технологій в сучасності.
В.О.Матюхін, І.В.Огірко.	Відобразили побудову інформаційної системи і технології підприємств.
В.І.Назаров, С.В.Глівенко, М.М.Скопець, Н.В.Краснокуцька.	Розглянули цілі та перспективи подальшого розвитку інформаційних технологій.

Теоретично та практично доведено те що ефективна інноваційна діяльність можлива тільки за умови оптимальної організації інноваційного процесу, який повинен бути у необхідній мірі формалізованим, видимим та документованим і у цьому вигляді доведеним до працівників банку. З приводу цього, на нашу думку, можна зробити два уточнення. В тій чи іншій фазі інноваційного процесу повинен відповідати певний набір організаційних умов. На перших стадіях найбільш сприятливою буде відсутність бюрократичних

бар'єрів, децентралізація активності, забезпечення масовості участі. Але на стадії реалізації аж до комерціалізації нововведення доцільним вважається управління та постійний контроль виконання.

На наш час це стає неодмінною умовою забезпечення результативності та ефективності інноваційного процесу, оскільки дозволяє:

- чітко визначити всіх його учасників та обсяги їх відповідальності;
- організувати послідовно-паралельне виконання його етапів із встановленням зворотних зв'язків та можливістю коригувальних дій;
- зменшити час та витрати на розробку та запровадження інновацій;
- сформувати збалансований, стратегічно вивіреним портфель інновацій;
- здійснювати постійний моніторинг впровадження інновацій

Першою стадією інноваційного процесу вважається порядкованість ідей майбутньої інновації або систематизація ідей, що вже існують і виявляються різними шляхами.

Цей етап є малодослідженим у науковій літературі і складним для реалізації у будь-яких організаціях, а тим більше - у комерційних банках, завдяки особливостям їх традиційної корпоративної культури.

Отже через те що банківські працівники, орієнтуються на те, щоб працювати у суворій відповідності до існуючих інструкцій, уникати помилок, діяти виключно у рамках довіреної роботи, чекати вказівок від керівництва, не виявляти ініціативу.

Якщо мова йде про створення нових фінансових продуктів, то враховується їх вплив на стан та структуру балансу банку, показники його ліквідності. Також виявляються види та рівень ризиків, що можуть як супроводжувати реалізацію самого інноваційного проекту, так і з'явитися у

зв'язку із впровадженням нововведення, оцінюються можливості та вартість їх мінімізації.

Складність розрахунку економічного ефекту залежить від виду інновацій – найпростіше з'ясовується при оптимізації процесів (скорочення витрат праці, часу, матеріалів тощо); для продуктів та послуг необхідні ґрунтовні маркетингові дослідження обсягів попиту та допустимих меж встановлення тарифів; найскладніше розраховується економічний ефект від впровадження маркетингових, а також масштабних організаційно-управлінських інновацій, які мають довгострокові наслідки та вплив на діяльність банку. Результатом стадії аналізу та відбору інноваційних ідей стає бізнес-пропозиція, що представляє собою документ, в якому детально викладається вся інформація, необхідна для прийняття остаточного рішення щодо впровадження нововведення. Після відбору найперспективніших ідей та формування моделі нової банківської послуги здійснюється розробка бізнес-процесу її надання. Насамперед, необхідно описати наскрізний бізнеспроцес, що охоплює всі підрозділи банку, які беруть участь у реалізації продукту, чітко визначити їх функції та відповідальність. Слід враховувати, що часто при впровадженні нового продукту (поліпшуючої інновації) достатньо модифікувати один з існуючих бізнеспроцесів, а не проектувати його з нуля. Ця робота завершується розробкою технологічної карти процесу. Крім того, слід розробити регламенти, інструкції для виконавців, методичку бухгалтерського обліку, схеми документообігу, форми необхідних документів та процедури внутрішнього контролю.

Важливим є технічне забезпечення процесу, а при необхідності - й розробка програмного забезпечення. Для підвищення ефективності нового бізнес-процесу необхідно, по можливості, автоматизувати його основні процедури. Тому на цій стадії вирішуються питання про виділення або придбання потрібного обладнання (комп'ютерна техніка, банкомати, електронні табло, сканери, пристрої ідентифікації тощо), а також готуються

технічні завдання на розробку або доопрацювання програмного забезпечення. Впровадження нового продукту неможливо без підготовки працівників банку, які повинні ознайомитися з інструкціями та регламентами, оволодіти новими програмними продуктами, відпрацювати методи та прийоми роботи з клієнтами. Інноваційна ідея та досконало розроблений бізнес-процес можуть не дати ніяких результатів, якщо будуть реалізовуватися некваліфікованими розгубленими працівниками, оскільки «виробництво» банківських продуктів відбувається саме у процесі обслуговування клієнтів.

Таблиця 1.2

Класифікація інформаційних технологій

за способом використання засобів обчислювальної техніки під час оброблення інформації:	інформаційні технології у централізованих інформаційних системах; інформаційні технології у децентралізованих інформаційних системах;
за способом реалізації в інформаційних системах:	традиційні інформаційні технології; нові інформаційні технології; високі інформаційні технології;
за ступенем охоплення задач управління:	інформаційні технології електронного оброблення даних; інформаційні технології автоматизації функцій управління; інформаційні технології підтримки прийняття рішень; інформаційні технології електронного офісу; інформаційні технології експертної підтримки;
за типом користувацького інтерфейсу	пакетні; діалогові; мережеві;
за способом побудови мережі:	локальні; глобальні; багаторівневі; розподілені.
за класом технологічних операцій, що реалізуються:	робота з текстовими редакторами; робота з табличними процесорами; робота з системами керування базами даних; робота з графічними об'єктами; мультимедійні системи; гіпертекстові системи;

за обчислювального процесу:	моделями	хост-орієнтовані інформаційні технології;
-----------------------------------	----------	-------------------------------------------

В меті запобігання можливим помилкам та перевірки ефективності системи внутрішнього контролю інноваційний банківський продукт необхідно протестувати. У тестування повинні брати участь всі структурні підрозділи банку, які проводять операції, та формують продукт.

Ще одним основним елементом процесу розробки інноваційного банківського продукту є підготовка маркетингового забезпечення, хоч необхідно пам'ятати, що маркетингові дослідження повинні мати місце і на етапі аналізу ідей. У даному ж випадку мова йде про проведення якісної рекламної кампанії нововведення, яка зможе донести до потенційних клієнтів його основні конкурентні переваги, викликати їх зацікавленість та бажання ним скористатися. Крім того, слід враховувати, що після впровадження нового продукту на ринок починається, відповідно до положень теорії маркетингу, його життєвий цикл, який означає поступову типізацію інновації і також супроводжується діями маркетингового підрозділу банку:

- етап зростання - відповідно до популярності нововведення банк ухвалює рішення, спрямовані на розширення клієнтури, модифікацію даної послуги з урахуванням специфіки конкретних груп клієнтів;
- етап зрілості- продукт активно продається, тобто користується популярністю у клієнтів і одночасно його існування відповідає інтересам самого банку;
- етап спаду- настає під впливом певних об'єктивних зовнішніх (ринкових) та внутрішніх причин. На цьому етапі застосовуються такі альтернативні варіанти дій, як «пожвавлення» або «умертвіння» послуги.

Інноваційна стратегія банку виконує чотири функції:

- по-перше, вона впливає на зміст конкурентних стратегій, визначаючи сфери впровадження інновацій (ринки, клієнтські групи, канали збуту, технології тощо);
- по-друге, формує склад портфелю інноваційних проектів;
- по-третє, визначає методи управління інноваційною діяльністю;
- по-четверте, окреслює напрямки використання ресурсів.

Вона сприяє органічному зростанню банку, максимізує можливості існуючих бізнесів та започатковує організацію нових, підвищує респонсивність кредитно-фінансового інституту, створює нові потоки доходів.

1.2. Сучасні підходи до класифікації банківських інновацій

Одним з різновидів інновації є банківська інновація, сукупність принципово нових банківських продуктів і послуг - це синтетичне поняття про мету і результаті діяльності банку у сфері нових технологій, спрямованих на отримання додаткових доходів в процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою впровадження нововведень, що сприяють клієнтам в отриманні прибутку.

Значення «банківська інновація» ширше поняття «новий банківський продукт». У свою чергу новий банківський продукт показує собою різновид банківських інновацій. Новий банківський продукт - це результат банківської діяльності, який виступає у вигляді нового товару, який надходить на банківський ринок для продажу клієнтам.

За індивідуальності новий банківський продукт буває:

- 1) одиничний;
- 2) масовий.

Одиничний продукт - це індивідуальний продукт. Він має характерні, тільки йому притаманні особливості, які виділяють його серед інших їхніх банківських продуктів. Наприклад, конкретна монета з конкретного дорогоцінного металу певної маси, конкретна нерухомість, облігація конкретного емітента-банку та ін. Одиничний банківський продукт має чітко визначене коло своїх покупців. Тому він випускається в розрахунку на конкретних споживачів.

Масовий банківський продукт - це продукт без вираженої індивідуальності. У нього немає особливих характерних рис. Масовий банківський продукт розрізняється тільки за видами продукту фінансового активу, наприклад, банківський депозит, банківський рахунок, облігації державної внутрішньої або муніципальної позики всіх видів та ін. Масовий фінансовий продукт випускається в розрахунку на широке коло споживачів і інвесторів.

За лімітуванням новий банківський продукт буває:

1) лімітований - продукт, обсяг або кількість випуску якого суворо квотується. До лімітуються банківським продуктам відносяться акції, облігації, кредитні угоди та ін. Даний продукт випускається в розрахунку на конкретного покупця;

2) нелімітований - продукт, обсяг (кількість) випуску якого не обмежений ніякими квотами. Цей продукт випускається в розрахунку на можливого потенційного покупця, тому обсяг його випуску не обмежується жодними нормами, крім фактора купівельного попиту. До нелімітовані банківським продуктам ставляться пластикові, розрахункові і кредитні картки, банківські рахунки.

Новий банківський продукт може виступати у формі:

- майна;

- майнового права.

Майно являє собою матеріальний об'єкт власності (гроші, мірні злитки золота, монети, цінні папери та ін.). До банківському продукту у формі майнових прав відносяться такі документи, як договір банківського рахунку, кредитні угоди.

За змістом нові банківські продукти можна поділити на такі види:

1) новий банківський продукт, що вперше з'явився на фінансовому ринку, тобто тільки в одному банку;

2) новий зарубіжний банківський продукт, тобто новий банківський продукт, що з'явився на фінансовому ринку, але вже давно реалізований за кордоном на фінансових ринках інших країн відповідно до їх конкретними умовами і юрисдикцією;

3) нові фінансові операції.

За видом нові банківські продукти можна поділити на:

1) електронні грошові розрахунки із застосуванням пластикових карток;

2) банкомат як елемент електронної системи платежів;

3) Home banking - банківське обслуговування клієнтів вдома та на робочому місці;

4) форфейтингові операції банків;

5) форвардний опціон;

6) операції «своп»;

7) операції за поєднанням контокоррента з овердрафтом.

В умовах стрімкого розвитку фінансового сектору, постає питання як підтримувати конкурентоспроможність банківських комерційних установ.

Задля цього кожен банк надає клієнтам банківські послуги та продає банківські продукти. Різноманітність банківських продуктів дає змогу банку отримувати більший прибуток. Варто заявити що наведена класифікація не є повною, а включає в себе тільки основні ознаки нових банківських продуктів. Але використання даної класифікації дозволить більш детально дослідити поняття та види нових банківських продуктів.

Лідером на банківському ринку України по кількості інновацій є ПриватБанк, причому його інновації мають технологічне та організаційне походження, що дозволяє йому значно випереджати конкурентів, відкриваючи нові ринкові сегменти і нові підходи в технологіях обслуговування.

Серед основних інноваційних рішень, слід зазначити:

- пропозицію валютообмінних операцій через банкомат;
- продаж товарів та послуг нефінансового характеру через банкомати;
- випуск кредитної картки з безкоштовним періодом користування з момен- ту кожної тратти;
- випуск пластикової картки «Ощадна книжка» – ключа доступу до депозитного рахунку.

У сучасних умовах інновації є найважливішим елементом підвищення ефективності діяльності різних суб'єктів господарювання, в тому числі – банківських установ. Впровадження наукових досягнень і винаходів в організацію банківського обслуговування забезпечує постійне відновлення і поліпшення банківських продуктів та застосовуваних технологій обслуговування споживачів.

Згідно з Законом України “Про інноваційну діяльність” інновації запропоновано розуміти як результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у виді нового чи удосконаленого продукту, упровадженого на ринку, нового чи удосконаленого технологічного процесу, використовуваного в

практичній діяльності, або нової чи удосконаленої організаційно-економічної форми, що забезпечує необхідну економічну і суспільну вигоду.

Розроблена класифікація сучасних банківських інновацій за такими ознаками :

- продуктові інновації (онлайн-продукти, платіжні картки та сервіси для карток, способи і методи дистрибуції банківських продуктів;електронні платіжні інструменти, платіжні мінітермінали);

- канали обслуговування (багатоканальне обслуговування, віддалений банкінг, соціальні мережі, філії як екосистеми для роботи з клієнтами, адаптивна архітектура каналів);

- технологічні інновації (цифрові технології, мережеві технології, CRM-технології, автоматизація та самообслуговування, багатофункціональні технології);

- інституційні зміни (вдосконалення банківського законодавства, оптимізація філійної мережі, інтернетизація та віртуалізація, оптимізація бізнес-процесів, організаційно-економічні інновації);

- управління ризиками (інтегровані системи управління ризиками, скорингові моделі, прогнозування та моделювання, стрес-тестування, управління системними ризиками);

- регулювання та управління (корпоративне та стратегічне управління, централізація управління, системи раннього попередження, управління капіталом, виведення з ринку);

- платіжні системи (використання віртуальних валют, оверсайт, упередження шахрайства, системи прискорених переказів, клірингові системи);

- ринкові інновації (програми лояльності, лідерство на ринку, безпека банківської діяльності, маркетингові інновації та інші).

Головною тенденцією розвитку сучасних технологій в світі на сьогодні є перехід та широке використання мобільних пристроїв у повсякденному житті.

1.3. Електронна комерція в системі комплексного обслуговування приватних осіб

Електронна комерція - це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.

Електронна форма представлення інформації - спосіб документування інформації, що означає створення, запис, передачу або збереження інформації у цифровій чи іншій нематеріальній формі за допомогою електронних, магнітних, електромагнітних, оптичних або інших засобів, здатних до відтворення, передачі чи зберігання інформації. Електронною формою представлення інформації вважається документування інформації, що дає змогу її відтворювати у візуальній формі, придатній для сприйняття людиною.

Електронна комерція в світі розвивається доволі швидко. Майже всі сфери бізнесу так чи інакше застосовують її форми або стратегії у діяльності. Не становлять виключення й комерційні банки: вони використовують якості суттєвої конкурентної переваги для забезпечення надійного, якісного та швидкого обслуговування клієнтів згідно зі світовими стандартами банківської діяльності.

Перші системи електронної комерції були створені в 60-х роках ХХ ст. у США метою обслуговування замовлень квитків у транспортних компаніях, а також координації діяльності різноманітних служб у процесі підготовки рейсів.

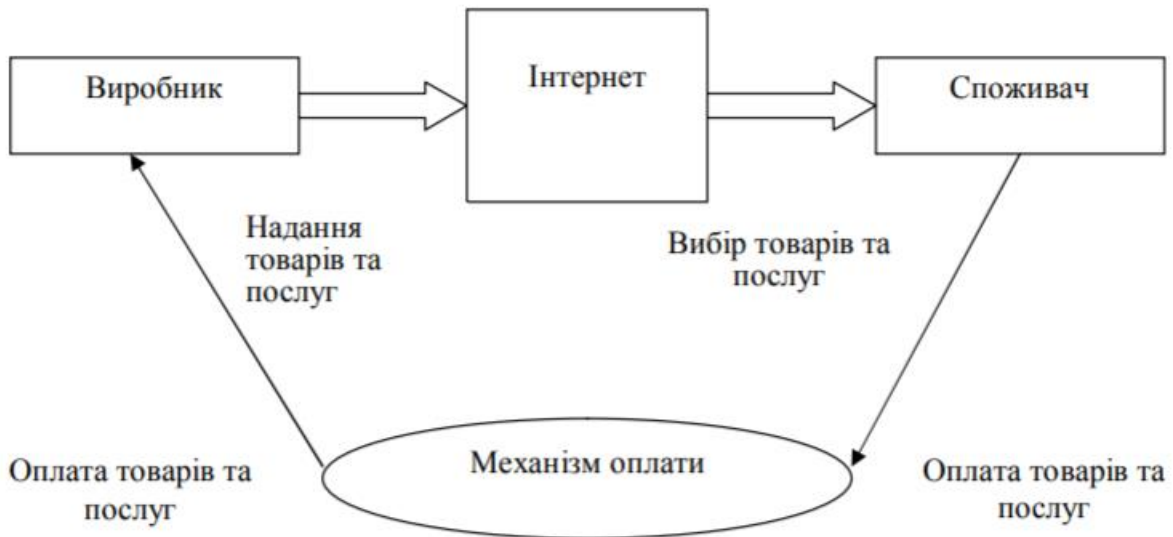


Рис.1.1.Схема електронної комерції

Електронна комерція — це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.

Основними складовими електронної комерції є мобільна комерція, електронний переказ коштів, управління ланцюгами поставок, Інтернет-маркетинг, обробка онлайн-транзакцій, електронний обмін даними, системи управління запасами та автоматизовані системи збору даних.

У багатьох випадках електронна комерція дозволяє скоротити шлях перепродажу продукту від виробника до споживача. Це можливо завдяки використанню Інтернет-технологій, що надають можливість ефективної прямої взаємодії з кінцевим споживачем, тому компанії можуть виконувати роль, яку традиційно виконували проміжні постачальники. Також це дозволяє накопичувати інформацію про усі продажі та про усіх клієнтів, що дозволяє виконати досконалий бізнес-аналіз та маркетингові дослідження. Це є перевагою у конкурентній боротьбі.

Електронне середовище широко використовується для доставки цифрового медіа-контенту (музика, фільми, преса тощо), корисної інформації, освітніх матеріалів, а також компаніями-виробниками програмного забезпечення для його продажу.

До числа функціональних можливостей, реалізованих системами електронної комерції, можна віднести такі:

- оформлення замовлень за каталогами і прайс-листами (замовлення зберігаються в єдиній базі даних);
- зв'язок Інтернет-додатків з внутрішньою системою діловодства;
- самореєстрація користувачів;
- можливість продажу через Інтернет товарів різних категорій;
- оброблення замовлень за стандартною схемою (реєстрація, постачання, звітно-фінансові документи);
- проведення он-лайнних платежів.

Найбільшою перевагою електронної комерції є суттєве зниження витрат на оформлення угоди та її подальше обслуговування. Так бізнес-процеси можуть бути переведені на електронну основу мають потенціал зниження витрат на них, що у свою чергу призводить до зниження собівартості товару чи послуги. Найвідомішим прикладом здійснення електронної комерції є Інтернет-магазин, який являє собою вебресурс з каталогом продукції та можливістю замовлення і оплати товарів, які сподобались покупцю. Все більше компаній у світі впроваджують рішення електронної комерції у своєму бізнесі. Наприклад, всесвітньо відома компанія CISCO не має традиційної мережі дистриб'юторів. Але вона приймає замовлення тільки в електронній формі зокрема зі свого вебсайту. Інший приклад — це виробники ноутбуків. На своїх вебсайтах вони розміщують інтерактивні сторінки, де користувач може зконфігурувати собі ноутбук за своїми потребами та оформити замовлення і оплату.

Фактори зниження витрат при використанні електронної комерції

Зниження витрат на отримання маркетингової інформації	Інтернет - найбільш дешево джерело комерційної інформації. Для використання таких методів маркетингових досліджень, як опитування, експерименти, анкетування немає необхідності особисто зустрічатися з респондентами
Зниження витрат на рекламу	В Інтернеті собівартість створення й обслуговування реклами набагато нижча, а аудиторія рекламної дії зазвичай набагато ближча до цільової аудиторії, ніж при використанні традиційного рекламоносія
Зниження витрат на внутрішні комунікації	Економія робочого часу і, відповідно, зниження витрат на оплату праці за рахунок зменшення числа і тривалості нарад, відряджень, телефонних перемов, збереження часу на пошук потрібної інформації
Зниження витрат на зовнішні комунікації	Автоматизоване збирання та оброблення замовлень, доступ через веб-сайт до інформації про стан замовлення, терміни його виконання суттєво знижують навантаження офіс-менеджерів. Розмістивши відповіді на стандартні запитання на сайті, а також пропонуючи ставити питання по e-mail, компанії зменшують потребу в телефонних лініях і обслуговуючому персоналі. За наявності регіональних офісів або представників партнерів в інших містах (країнах) здійснюється економія на міжміських (міжнародних) дзвінках і поїздках
Зниження витрат на оренду офісних приміщень, організацію робочих місць тощо	Багато співробітників можуть працювати у віддаленому режимі, знаходячись вдома (телеробота)
Використання дешевої робочої сили	Зниження витрат за рахунок використання роботи працівників, що проживають в регіонах з нижчим рівнем оплати праці
Зниження витрат на закупівлю товарів і послуг	Використання електронної комерції робить можливим проведення закупівель в автоматичному або напівавтоматичному режимах

Протягом останніх 5 років український ринок електронної комерції показував щорічне зростання на рівні 50 %-60 % незалежно від перманентних економічних коливань. Наприклад, в Німеччині ємкість ринку електронної комерції становить близько \$36 млрд. В Україні аналогічний показник становить не більше \$400-\$500 млн.

Основні фактори, які сповільнюють розвиток українського ринку електронної комерції:

- відсутність законодавчої бази, яка б регулювала процес купівлі/продажу онлайн, здійснення електронних платежів за оплачені товари/послуги та яка б встановлювала прозорі правила гри на ринку (як для продавців, так і для покупців)
- слабо розвинена національна система електронних платежів
- низька ефективність більшості існуючих українських торговельних майданчиків
- низький рівень проникнення інтернету (особливо в регіонах)

В Україні внесений до Верховної Ради України законопроект № 2306а «Про електронну комерцію». Для України актуально на сьогодні, для ведення бізнесу в Інтернет, вирішення наступних питань:

- прийняття та регламентація законів, нормативних актів, інструкцій;
- фінансування наукових досліджень;
- криптографії;
- цифрового підпису;
- платіжних систем для ведення розрахунків в Інтернет;
- створення в правоохоронних органах, зокрема в МВС, підрозділів по боротьбі з кіберзлочинами.

Розвиток електронної комерції стабілізуюче впливає на розвиток світової економіки з причин:

–прискорення темпів створення єдиного інформаційного простору: виробляються механізми інформаційної взаємодії практично всіх суб'єктів світового ринку;

–децентралізації ресурсів, стимулюючий незалежний розвиток суб'єктів ринку;

–прискорення обороту грошових ресурсів через використання електронних платіжних систем;

–зменшення обсягу спекулятивного капіталу (у посередників, що не є виробниками) і, отже, збільшення об'ємів інвестицій у виробничу сферу;

–створення умов для відкритої конкуренції на ринках товарів і послуг;

–прискорення процесу просування на ринок нових товарів послуг і доведення їх у зручній формі до споживача.

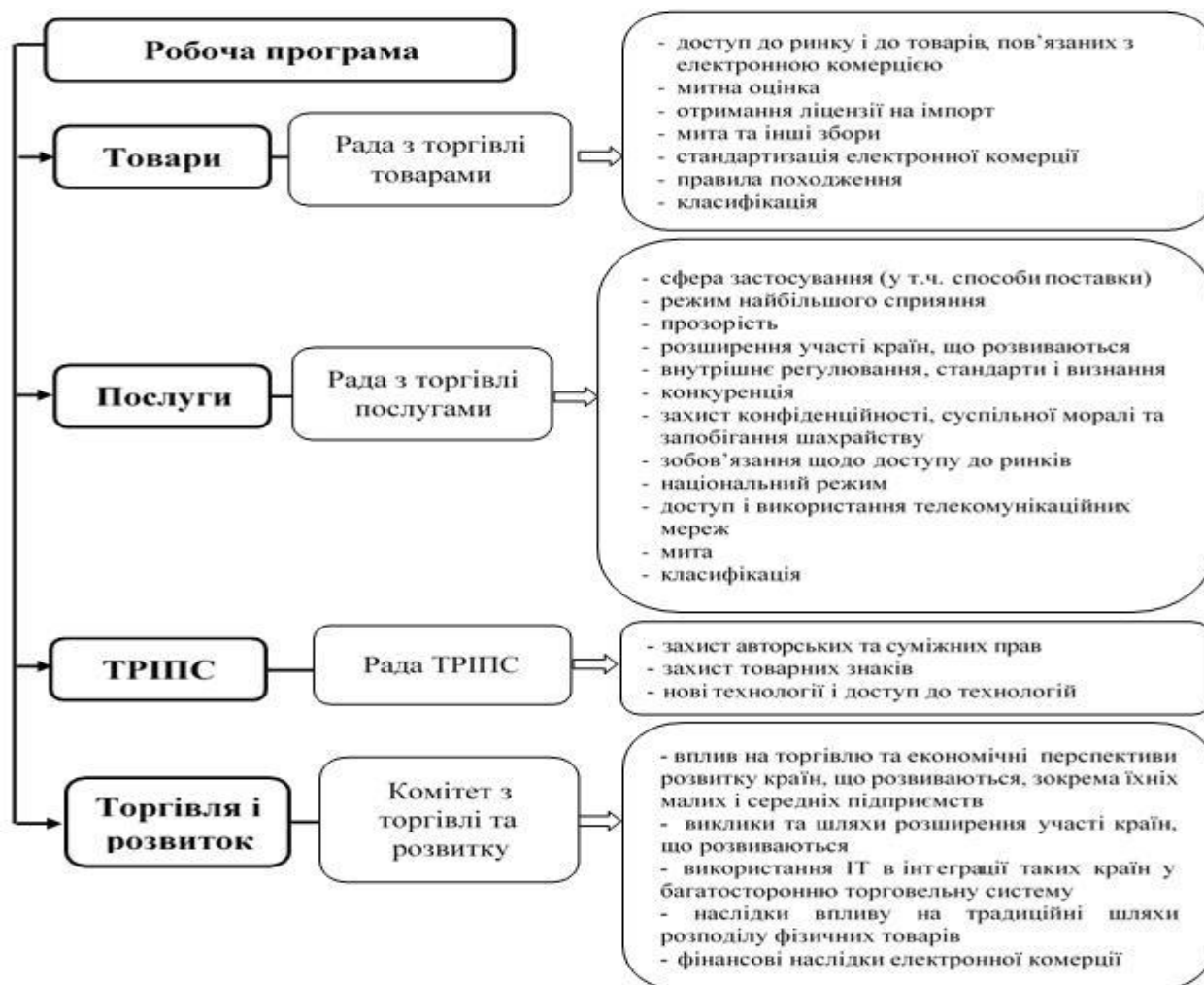


Рис.1.2 Робоча програма економічної комерції

Висновок за розділом

1. Інформаційні технології в сучасному світі представляють собою комп'ютерну обробку будь-якої інформації по вибраним та заздалегіть випробуваним алгоритмам. Також це передача інформації на будь-які відстані за малий проміжок часу. Невід'ємною частиною цього процесу є зберігання великих об'ємів даних. Важливо розуміти, що інформаційні технології безпосередньо підтримують практично всі аспекти менеджменту в таких функціональних областях, як бухгалтерський облік, фінанси, управління трудовими ресурсами, маркетинг і управління виробництвом.
2. Інноваційна діяльність - діяльність, спрямована на комерціалізацію накопичених знань, технологій і устаткування. Результатом інноваційної діяльності є нові або додаткові товари, послуги або товари, послуги з новими якостями. Організація управління інноваціями як елемент інноваційної системи, забезпечує можливості гнучко реагувати на зміни, що постійно відбуваються, підвищувати ефективність наукових розробок, прискорювати їх впровадження у виробництво та вихід на ринок.
3. Одним з різновидів інновації є банківська інновація, сукупність принципово нових банківських продуктів і послуг - це синтетичне поняття про мету і результаті діяльності банку у сфері нових технологій, спрямованих на отримання додаткових доходів в процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою впровадження нововведень, що сприяють клієнтам в отриманні прибутку.
4. Електронна комерція — це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій.

Розділ 2

Аналіз впливу інноваційних технологій на організацію комплексного обслуговування приватних осіб

2.1. Інноваційні технології та операційні ризики в системі платежів у сфері дистанційного обслуговування

Дистанційне банківське обслуговування – це інформаційні технології, засоби, що використовуються для надання банківських послуг та продуктів на відстані, без відвідування клієнтами офісу банку та без безпосереднього контакту з співробітниками банку – «home-bankings», найчастіше з використанням комп'ютерних і телефонних мереж.

Розвиток дистанційного банківського обслуговування має на меті скорочення в Україні готівкових розрахунків, залучення у банківську систему значного обсягу коштів населення. За останні роки український ринок дистанційного банківського обслуговування відбувається не так стрімко як в розвинутих країнах світу. У умовах розвиненої конкуренції банки змушені шукати нові шляхи залучення клієнтів, і Інтернет-простір є тією сферою, де можна залучити 4 зацікавлених у використанні технологій дистанційного банківського обслуговування, таким чином вдосконалити його впровадження і розвиток в Україні.

В умовах сьогодення банківська система України переживає складний період. Проблеми від попередніх криз, які не були вирішені, економічні та політичні потрясіння продовжують негативно впливати на банківську систему, роблячи її неефективною та нестійкою, вразливою до різноманітних шоків. Важливість дослідження обумовлена й тим, що високі ризики, не якісні активи та низька результативність діяльності банків обмежують можливості її позитивного впливу на розвиток економіки України. До того ж протягом останніх років низка банків була визнана не платоспроможними та перебуває у

стадії ліквідації. Гострою є проблема підвищення стабільності та ефективності державних банків, зниження їх частки на ринку банківських послуг. У зв'язку з цим важливого значення набуває комплексне дослідження проблем та перспектив розвитку банківської системи в умовах динамічних змін з урахуванням впливу ендогенних і екзогенних факторів.

Таблиця 2.1

Характеристика зв'язку клієнта із дистанційними каналами збуту банківських продуктів

Канал збуту	Характеристика зв'язку
Клієнт-банк	Клієнт отримує банківські послуги завдяки прямому з'єднанню його персонального комп'ютера з банківським сервером через модем
Інтернет-банкінг	Здійснення банківських транзакцій та інформаційний обмін через Інтернет
Банкомат	Проведення розрахунків і готівкових операцій з використанням платіжних карток здійснюється через автоматичні пристрої
Центри самообслуговування	Автономні пристрої, встановлені у філіях банку, супермаркетах, вокзалах тощо
Інтерактивне телебачення	Системи двостороннього зв'язку з можливістю візуального і аудіо спілкування клієнта з банкіром (у відділенні банку або через телебачення з використанням телефону)
Контакт-центр	Системи пристроїв для автоматичного або напівавтоматичного з'єднання клієнта з фахівцями банку
Мобільний зв'язок	Здійснення транзакцій та отримання інформації власником рахунку з використанням супутникової, стільникової зв'язку та мобільного телефону
Аутсорсинг	Залучення додаткових агентів з компаній-партнерів для продажу банківських продуктів та послуг

Аналіз наявних досліджень показав, що обслуговування в системі віддаленого банкінгу на порядок продуктивніше, оскільки дозволяє надавати масовий і водночас недорогий сервіс. На сьогодні дистанційне обслуговування є сегментом електронної комерції, що динамічно розвивається.

Різні системи дистанційного банкінгу властиві однотипні види ризиків, проте інтернет-банкінг і мобільний банк в порівнянні з іншими системами особливо розширюють спектр ризиків.

В останні роки встановилася нова модель поведінки банків – жорсткої економії і надання переваги надійності та ліквідності перед прибутковістю. Маючи достатній рівень ліквідності, банки обережно здійснювали кредитування економіки для забезпечення її якісного відновлення, для них привабливішими були операції з державними цінними паперами через їхню високу дохідність. Водночас банки залишаються вкрай уразливі до кредитного ризику. Більшість кредитів у портфелях банків відносять до непрацюючих.

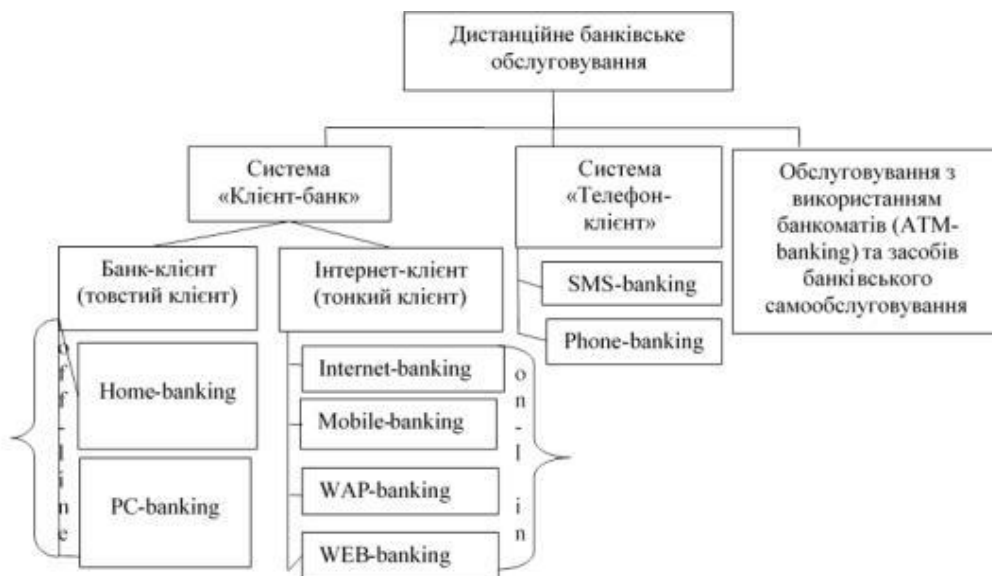


Рис 2.1. Сучасні технології дистанційного банківського обслуговування

Це пояснює:

- складність інтерфейсу даних продуктів;
- відсутність на законодавчому рівні нормативних актів, що регулюють даний вид обслуговування;
- залежність від провайдера;
- широкий спектр доступних послуг.

Система дистанційного обслуговування клієнтів банку – це багатофункціональний пакет програмного та апаратного забезпечення, який дозволяє клієнтам банку здійснювати різного роду операції, керувати своїми

рахунками в режимі «он-лайн» та отримувати широкий спектр відповідної фінансової інформації без відвідування банку.

Засобами доступу клієнта до дистанційного банківського обслуговування є:

- мобільний телефон;
- персональний комп'ютер;
- смартфон;
- банкомат.

Є причини через які, банківські дистанційні послуги поширюються не так швидко:

- значні капіталовкладення банківських установ для розробки;
- впровадження та обслуговування нових технологій банківського дистанційного обслуговування, витрати банків на навчання та підвищення кваліфікації працівників, відмови від вже наявних та перевірених технологій, що використовує банк;
- підвищення вимог до інформаційної та операційної систем банку при здійсненні операцій в режимі реального часу;
- відсутність законодавчої бази для регулювання банківських послуг, що здійснюються через дистанційні канали обслуговування: суперечності, щодо захисту персональних даних та безпеку відповідних операцій;
- фінансова неграмотність населення;
- низький рівень матеріального забезпечення широких верств населення, що у свою чергу веде до невеликого попиту на банківські послуги, включаючи дистанційні послуги банку.

Характерні ознаки віддаленого банківського обслуговування через канали дистанційного банківського обслуговування є:

- оперативність – надання послуг та здійснення банківського обслуговування відбувається переважно миттєво;

- зручність – можливість користуватися послугами в будь-який зручний час та з будь-якої точки Земної кулі;

- доступність – вартість користування послугами віддаленого обслуговування в декілька разів нижча порівняно з традиційною;

- різноманітність – багато банків пропонують різні канали віддаленого обслуговування (наприклад, Інтернет, мобільний та стаціонарний телефони тощо);

- масштабність – можливість обслуговування більшої частки клієнтів та збільшення обсягів збуту.

Системи дистанційного обслуговування на сучасних етапах мають безліч модифікацій, тому можна виділити такі технології дистанційного банківського обслуговування: - «Клієнт-банк»: Банк-клієнт – Home-banking, PC-banking; Інтернет-клієнт – Internet-banking, Mobile-banking, WAP-banking, WEB-banking. - «Телефон-клієнт»: SMS-banking, Phone-banking. - Обслуговування з використанням банкоматів та терміналів (ATM-banking).

Також в систему дистанційного обслуговування, необхідно враховувати можливості та побажання клієнтів, а також особливості їх операцій. Тобто банк повинен розглядати можливість прийняття та обробки кожного запиту клієнта як один з важливих аспектів підтримки рівня своєї конкурентоспроможності, а також ступеня задоволеності клієнтів рівнем сервісу, який надається. Сьогодні клієнтоорієнтований банкінг є основним напрямком отримання конкурентних переваг.

На даний час банки України пропонують досить широкий спектр послуг з використанням технологій дистанційного обслуговування. Таких послуг для населення є близько десяти, з них найбільш поширеними є:

- інтернет-банкінг, тобто надання послуг дистанційного банківського обслуговування на основі банківської системи платежів через Інтернет;

Інтернет-банкінг – це банківська послуга з надання віддаленого доступу до банківських операцій шляхом використання ІКТ.

- мобільний банкінг, тобто надання послуг дистанційного банківського обслуговування з використанням мобільних технологій; вважається, що найближчими роками мобільні сервіси забезпечать максимальний приріст клієнтської бази банків.

Мобільний банкінг – це банківська послуга з надання віддаленого доступу до банківських операцій за допомогою мобільного телефону через протокол обміну даними в Інтернет.

Мобільний банкінг в Україні представлений головним чином sms інформування про зміни залишку карткового рахунку після здійсненням транзакції з використанням платіжної картки. Лише кілька банків надають можливість здійснювати певну досить обмежену кількість платіжних операцій за допомогою мобільних телефонів (наприклад, Приватбанк, Райфайзен Банк, Укрсоцбанк).

Також активно використовуються контакт та call-центри. Відносно недавно в Україні широкого поширення набули термінали самообслуговування.

Згідно української нормативно-правової бази, до терміналів самообслуговування відносять також банкомати з депозитною (cash-in) функцією, що пов'язано, насамперед, з тим, що в таких банкоматах, як і в терміналах самообслуговування, гроші не можуть зберігатися вночі і підлягають щоденній інкасації.

У більшості українських банків процес використання технологій дистанційного банківського обслуговування орієнтований лише на вирішення поточних завдань, а його якість не відповідає світовому рівню та загальнонаціональним потребам розвитку банківської системи та економіки. Про це свідчить і рейтинг України за індексом мережевої готовності, що характеризує рівень розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій, за яким Україна займає лише 75-те місце.

На сьогодні банки не можуть вважати себе конкурентоспроможним за відсутності ефективних систем дистанційного банківського обслуговування. У зв'язку з цим важливого значення набуває об'єктивна оцінка ефективності впровадження та використання технологій дистанційного обслуговування в банку.

Надійність банківської діяльності, що здійснюється через такий простір, безпосередньо залежить від того, наскільки банк здатний управляти ризиками, що виникають під час використання дистанційних форм обслуговування .

Проте лідером на ринку Інтернет-банкінгу традиційно залишається «ПриватБанк», онлайн послугами якого користується максимальна кількість клієнтів. Останнє посилюється тим, що цей банк є єдиним банком, у банкоматах якого можливе отримання коштів без банківської картки з використанням лише Інтернетбанкінгу.

Кожний вид дистанційного обслуговування має свої ризики. Наприклад, при використанні банкоматів чи пос-терміналів є велика ймовірність шахрайства, та крадіжки, при користуванні інтернет-банкінгом - втрата особистих персональних даних і при користуванні мобільним банкінгом можливий ризик безперевності (недоступність зв'язку чи покриття мережі).

Варто зазначити, що основними шляхами розвитку дистанційного банківського обслуговування є поліпшення системи забезпечення безпеки платежів як для покупців, так і для продавців банківських продуктів;

поліпшення цивільно-правового регулювання інтернет-банкінгу; створення умов для масового впровадження системи цифрових підписів, які дозволять безпомилково ідентифікувати особу; розробка і впровадження нових нетрадиційних банківських послуг, найбільш пристосованих до електронного способу надання; використання нових підходів до підготовки висококваліфікованого банківського персоналу. Важливим є заохочення клієнтів до обслуговування через дистанційні канали, підвищення довіри до банку і до банківської системи в цілому.

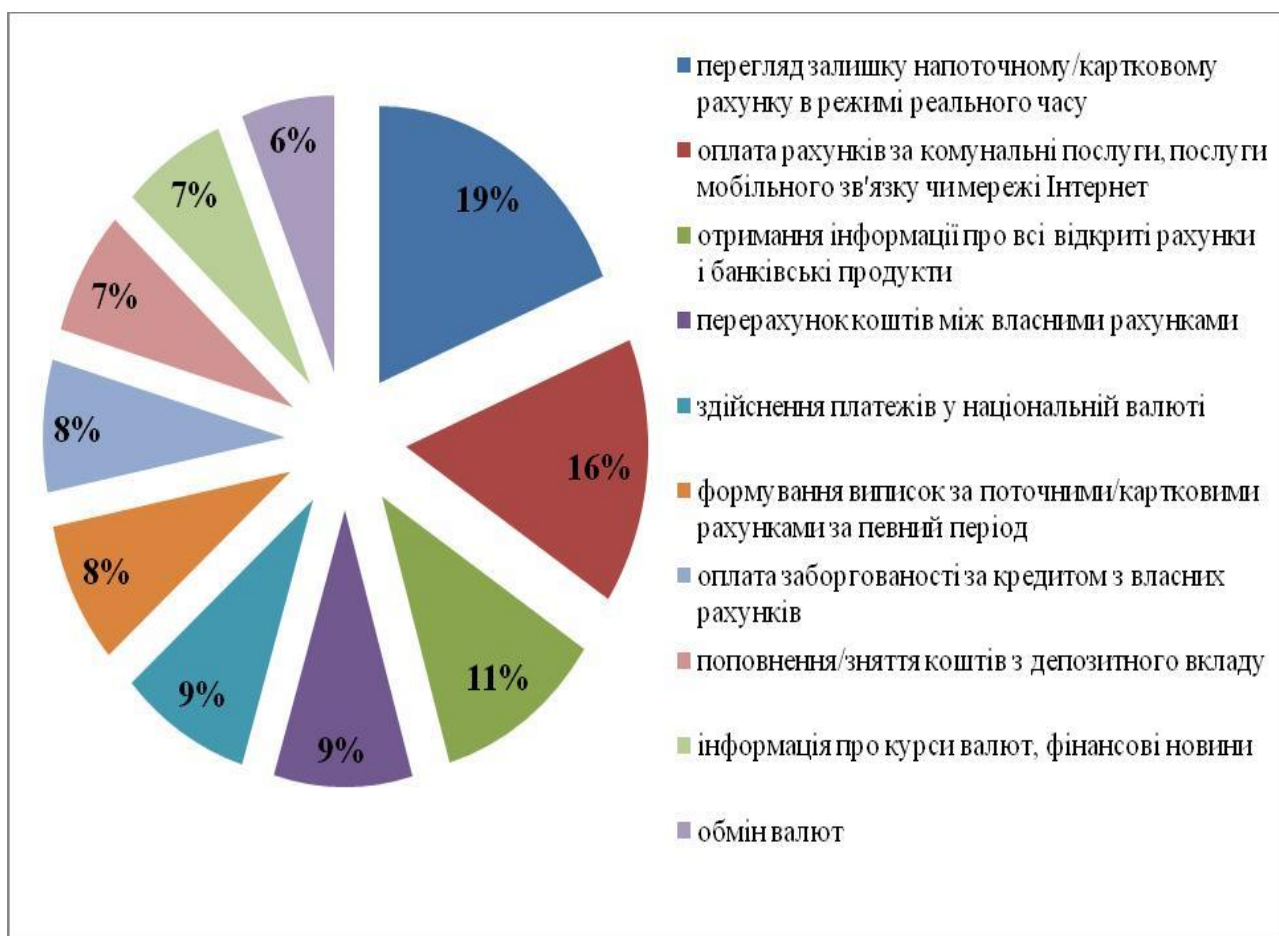


Рис.2.2. ТОП-10 Найбільш використовуваних можливостей Інтернет-банкінгу, % населення

2.2. Організація управління особистими фінансами клієнтів з використанням технології internet banking

Інтернет банкінг- вид дистанційного банківського обслуговування, засобами якого доступ до рахунків та операцій за рахунками забезпечується в будь-який час та з будь-якого комп'ютера через Інтернет.

Технології, за допомогою яких можна було у віддаленому режимі контролювати свій банківський рахунок, вперше почали з'являтися ще у 80-х роках ХХ століття в Сполучених Штатах. Називались ці системи Home Banking і за їх допомогою можна було підключитися до комп'ютера банківської установи і здійснювати обмежені фінансові операції. Сама програма була створена на введення обмежень, які тоді держава наклала на фінансовий бізнес Америки – банківським установам заборонялось відкривати свої відділення в інших штатах, крім того, в якому вони були зареєстровані.

Онлайн-банкінг є системою, за допомогою якої користувачі можуть керувати своїм банківським рахунком через Інтернет. Така послуга для клієнтів будь-якого банку є стандартом. Будь-хто з клієнтів банківської установи має можливість пройти реєстрацію в системі банку, отримати пароль, логін, і, навіть не залишаючи меж свого будинку, здійснювати будь-які фінансові операції.

Послуги Інтернет-банкінгу включають:

- Блокування картки клієнтом, наприклад, в разі викрадення або втрати;
- Виписки за рахунками;
- Інформація про інші відкриті банківські продукти (платіжні картки, депозити, кредити, інше);
- Платежі в межах банку;
- Платежі в національній валюті в межах країни;
- Оформлення заяв на підключення до інших послуг (sms-банкінг, картки, депозити, кредити, інше).

Додатково послуги можуть включати:

- Встановлення лімітів на різні види операцій (оплата через інтернет, термінал, банкомат і т. д.) з карткових та поточних рахунків, наприклад 0 (нуль).
- Платежі в іноземній валюті;
- Обмін валют;
- Оплата рахунків про надані небанківські послуги (зокрема комунальні, зв'язок);
- Придбання ваучерів передоплачених послуг (мобільні оператори, інтернет).
- Пряме поповнення балансу SIM (USIM, R-UIM)-карти за вказаним номером телефону українських мобільних операторів.
- Поповнення Skype-рахунку.

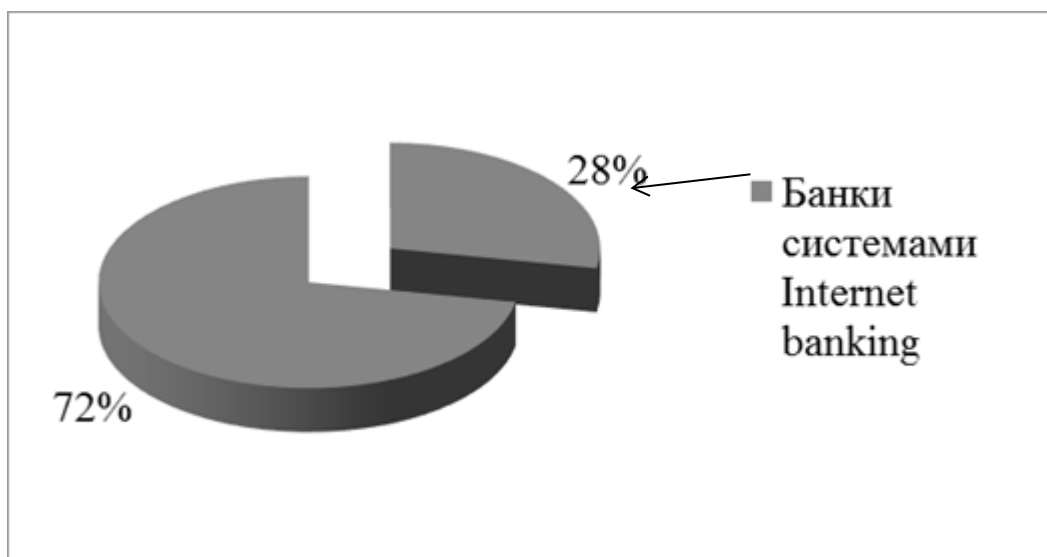


Рис. 2.3. Діаграма, структура банків України в розрізі наявності систем Internet-banking для фізичних осіб

Інтернет-банкінг, який пропонують своїм клієнтам провідні банківські установи має майже ідентичні функціональні можливості. Ось перелік найчастіше використовуваних серед них:

1. Можливість контролювати свій банківський рахунок або кредитну карту – Ви в будь-який час дня і ночі можете перевірити залишок грошових коштів або проконтролювати їх переміщення. Наприклад, при покупках або отриманні онлайн позик на карту.
2. Оплата за послуги (цифрове телебачення, стільниковий зв'язок, Інтернет, штрафи, податки та ін.). Для максимальної комфортності таких оплат (щоб заощадити час на заповнення платіжних реквізитів) в інтернет-банкінгу можна створити і зберегти свої шаблони, за допомогою яких платежі можна буде здійснювати набагато швидше й зручніше. Також, практично у всіх банківських установ, є функція «Автоплатіж», за допомогою якої можна все сплачувати в автоматичному режимі, не переживаючи що якийсь із платежів буде прострочений. Програма сама здійснюватиме оплату, а Ви зможете заощадити для себе ще більше часу.
3. Переміщення коштів з одного рахунку на інший, поповнення гаманців електронних платіжних систем, оплата кредитів.
4. Можливість в дистанційному режимі відкривати нові рахунки або створювати вклади (вносити грошові кошти на депозит).
5. Переказ коштів на рахунок іншого клієнта банківської установи або на рахунки інших банківських установ.
6. Відсутність оплати за використання програми. Сьогодні практично всі банківські установи надають своїм клієнтам можливість користуватись онлайн-банкінгом на безкоштовній основі.

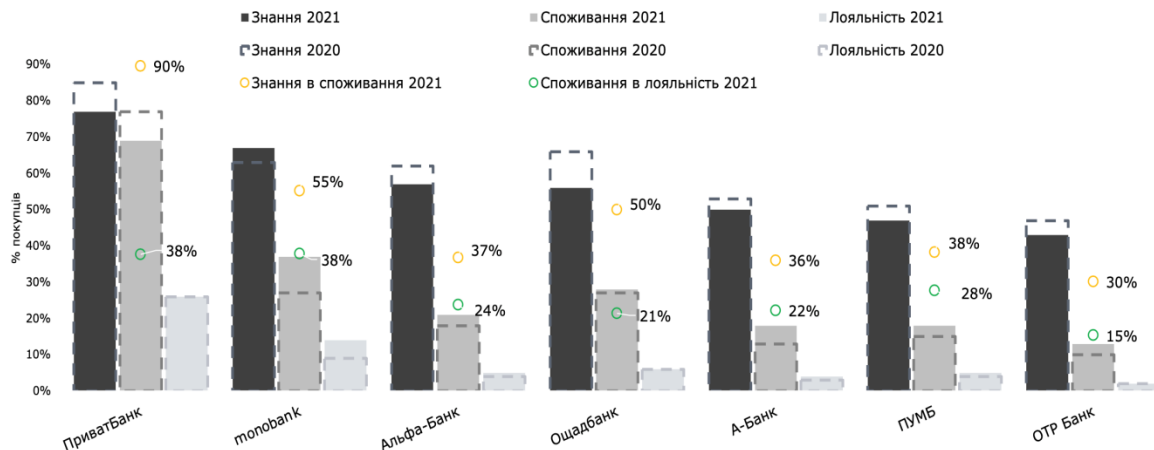
Ризики використання онлайн-банкінгу. Якщо не дотримуватись правил безпеки при використанні онлайн-банкінгу – це здатне викликати втрати грошових коштів зі свого рахунку. Тому, проводячи фінансові операції через інтернет-банкінг потрібно:

- контролювати, чи відбулося з'єднання з сервером Вашого банку (перед адресою інтернет-ресурсу банку має бути https), бо зараз шахраї створюють свої фейкові ресурси;

- необхідно систематично перевіряти виписки за рахунками (таким чином, Ви зможете уникнути шахрайського списання грошових коштів);
- використовувати лише ліцензійні антивірусні програми, щоб захистити свої кошти від програм-шпигунів і злому;
- якщо є така можливість, не варто підключатись до свого інтернет-банкінгу, перебуваючи в публічних точках доступу до мережі і завжди працювати з програмою лише через захищені точки доступу;
- ніколи не залишайте комп'ютер/смартфон з відкритою сторінкою інтернет-банкінгу без нагляду;
- раз на місяць пароль для входу в систему банку бажано міняти;
- нікому не можна давати свій логін і пароль для входу в систему онлайн-банкінгу.

Інтернет-банкінг, на відміну від платіжного застосунку, робить тільки пряме перерахування коштів з рахунку платника на рахунок отримувача на основі розпоряджень, які клієнт передає банку на відстані, і для цього клієнт самостійно повинен обрати в інтерфейсі Інтернет-банкінгу свій рахунок, з якого він бажає сплатити, та вказати платіжні реквізити отримувача – код отримувача та його IBAN.

ЗА ПОКАЗНИКАМИ КОНВЕРСІЇ СЕРЕД КОРИСТУВАЧІВ ОНЛАЙН БАНКІНГУ АЛЬФА-БАНК ЗАЙМАЄ ТРЕТЮ ПОЗИЦІЮ, ЯК І СЕРЕД КОРИСТУВАЧІВ БАНКІВ ЗАГАЛОМ, РІВЕНЬ КОНВЕРСІЇ СЕРЕД ТИХ, ХТО ВЖЕ ЗНАЙОМИЙ З БРЕНДОМ ЗРОСТАЄ



Джерело: TNS Ukraine, 2021/2+3 vs 2020/2+3

Рис. 2. 3. Показники користувачів інтернет банкінгу

Кількість людей, що користуються одразу кількома картками одного банку, помітно зростає. Тим, хто теж хоче підвищити лояльність аудиторії таким способом, варто звернути увагу на стратегію Ощадбанку (33% користувачів тепер мають три та більше карток порівняно з 23% у 2020 році).

Тим же, хто воліє впроваджувати стратегію “Одна картка для усіх витрат”, може стати у нагоді досвід Приватбанку.

Стосовно видів карток, Media Systems помітили наступне: картки для виплат лідують у всіх банках, проте помітно, що за рік значно зросла кількість людей з кредитками Ощадбанку, Приватбанку.

Банки пропонують своїм клієнтам такі види послуг.

Надання фінансової інформації про стан валютного та кредитного ринку. Такі матеріали підібрані спеціалістами і є досить зручними для використання. Їх можна проглядати безпосередньо на сайті банку або отримувати електронною

поштою. Передовим банком, що пропонує таку інформацію є ING-Barings Україна (www.ingfn.com.ua). Крім цього деякі банки спрощують процедуру документообороту, залишаючи на сайті бланки договорів, заявок, інших документів в електронному вигляді. Достатньо натиснути на назву відповідного документу, роздрукувати і бланк вже в офісі (близько 1-2 хвилин). Більшість банків надають подібні послуги безплатно.

Управління рахунком. По суті банки вдосконалили систему "Клієнт-банк", додавши можливість використання Інтернету. Функції системи, зрозуміло, не змінились, але відтепер необов'язково їхати до офісу або встановлювати спеціальне програмне забезпечення, достатньо виходу в Інтернет. Така послуга поки що або надається безплатно, або за символічну плату. Таку інтегровану систему Клієнт-банку пропонує "Міжнародний комерційний банк", "Перший Український Міжнародний банк", Ікар-банк, Мрія, Ажіо, Трансбанк та інші. Суттєвим досягненням банку "Райффайзенбанк-Україна" стала реалізація проекту підключення системи Клієнт-банк до каналів Інтернет, завдяки якому клієнти можуть не тільки отримувати виписку про стан рахунків, але й відправити платіжне доручення, а також відкрити акредитив, знаходячись у будь-якій точці світу.

Платіжна карта + Інтернет. Наприклад, Аваль в червні 1999 року надав своїм клієнтам можливість розраховуватися через систему Інтернет-комерції. Авторизацію платежів проводить Український процесинговий центр. Механізм такої послуги полягає в наступному. Покупець заходить на сайт магазину, вибирає товар заповнює платіжну форму, в якій вказує своє ім'я адресу, тип картки (Visa, Master Card), термін її дії та номер.

Форма відсилає дані на сервер магазину, який пересилає їх в централізовану базу даних для перевірки дійсності картки. Якщо все гаразд, сервер відсилає дані про платіж в банк покупця, де на картці блокується сума, необхідна для покупки. Отримавши повідомлення про це, сервер відсилає розпорядження у відділ доставки та підтвердження платежу - покупцю. Пізніше

банк магазину надішле електронний запит в банк покупця і отримає від нього платіж. А банк покупця відповідно спише гроші з карткового рахунку.

Приватбанк запропонував своїм клієнтам принципово новий вид послуг - віртуальну карту. Її можна використовувати для проведення платежів в Мережі всюди, де приймається міжнародна платіжна карта з логотипом Visa. Відкриття такої карти (коштує \$5) та банківське обслуговування (\$1) обходиться значно дешевше, аніж послуги з використанням звичайної пластикової картки Visa Classic (\$10 та \$2,5) і Visa Gold (\$60 і \$5). Але картку не можна побачити: вона представляє собою певний цифровий пароль, відомий лише клієнту. Саме цим пояснюється її дешевизна. Банк надав можливість управляти своїм картковим рахунком через сервер банку. За допомогою системи "електронного банкінгу" (так ця послуга називається) клієнт досить швидко отримає виписку про стан поточного рахунку та проведені карткою платежі зі всіма подробицями (реквізити, блоковані суми, авторизовані залишки тощо)

"Мобільний банкінг" - вдале поєднання послуг стільникового зв'язку та Інтернет. В цьому напрямі спостерігається поєднання зусиль банків та операторів стільникового зв'язку (Аваль з UMC, Приватбанк з Kiev Star GSM, ВАБанк з Wellcom). Отже, спочатку клієнтам надавалась змога контролювати тільки свій "мобільний" рахунок. Але на цьому банки не спинились. Так, ПриватБанк спільно з "Київстар GSM" випустив пластикову карту Starcard на основі карти Visa.

Порівняльна характеристика видів банкінгу

Види банкінгу	Переваги використання	Недоліки використання
Телебанкінг	Досить висока мобільність, достатня швидкість, невеликі витрати	Малі можливості, незручність, відсутня можливість передачі документів до банку
PC-banking ("Клієнт-банк")	Високий рівень захисту, існує можливість обміну документами	Висока вартість, необхідність встановлення програмного забезпечення, низький рівень мобільності
Відеобанкінг	Зручність у "живому" спілкуванні, поєднання всіх переваг електронного банкінгу	Занадто високі витрати на виготовлення та впровадження, невисока конфіденційність
Інтернет-банкінг	Висока мобільність, невеликі затрати, зручність, можливість обміну док-тами, широкі інформаційні можливості, універсальність	Недостатня захищеність від несанкціонованого втручання, необхідність мати комп'ютер та телефонну лінію одночасно.

З таблиці можна зробити висновок, що банк, впроваджуючи ту чи іншу модель електронного обслуговування, повинен врахувати можливості та побажання клієнтів, а також особливості їх операцій. Сьогодні багато потенційних клієнтів не розуміють, що дасть їм те чи інше банківське нововведення, а тому виникає необхідність розробки пакетів послуг.

Головне, що насторожує в інтернет-банкінгу - ризик шахрайства. Саме з цієї причини багато банків до останнього не впроваджували в своїх онлайн-

системах можливість здійснення платежів. Останнім часом рівень захисту банківських мереж істотно виріс, а функціонал інтернет-банкінгів розширився. Основним слабким місцем інтернет-банкінгу є недбале ставлення клієнтів до дотримання правил роботи з системою. Найчастіше клієнти забувають періодично міняти паролі для доступу в систему, або, що ще гірше, повідомляють свої паролі стороннім особам.

2.3. Особливості використання фінансових технологій в банківській сфері

Фінансово-технологічні інновації значно впливають на розвиток і покращення банківського сектору економіки. Розвиток інформаційних технологій сприяє до дії банківських та фінансових організацій для застосування інноваційних підходів у своїй діяльності, тому все частіше з'являються компанії, які використовують високо інноваційні технології, пропонують уже наявні фінансові послуги привабливими умовами та меншими витратами для клієнтів або розробляють платіжні інструменти.

Банківським установам варто підлаштовуватись до висококонкурентного цифрового середовища. Тому що, їхні процентні доходи під загрозою.

Стрімкий розвиток технологічних і фінансових інновацій дав поштовх до появи нефінансових компаній, що надають фінансові послуги – Фінтех. В Україні поки цей сегмент знаходиться на етапі розвитку, тому важливо не просто стимулювати його розвиток в контексті безготівкової економіки, але і не забувати постійно інформувати споживачів таких послуг, бути на сторожі безпеки фінансових платежів.

Зовсім недавно активні користувачі, та розробники нових фінансових технологій стали використовувати термін Фінтех. В свою чергу Фінтех – це симбіоз фінансів і нових технологій з використанням мобільних додатків і алгоритмів.

Так можна стверджувати, що Фінтех – це інноваційні технології, які використовуються фінансовими інститутами, органами державного управління,

торговельними організаціями для задоволення потреб споживачів фінансових, адміністративних послуг та товарів в умовах розвитку економіки споживання.

Також деякі експерти вважають, що Фінтех згодом може витіснити банки з ринку, оскільки сучасні фінансові послуги є більш прогресивними і ефективними і менш затратними. Такі компанії, як Amazon, Apple впроваджують власні платіжні сервіси, які відразу користуються величезною популярністю і тут ризик для банків полягає в тому, що з часом вони будуть виконувати лише окремі функції, наприклад, ідентифікацію клієнта, але при цьому можуть втратити безпосередній контакт з клієнтом в частині тих же платежів, які візьме на себе Фінтех. В цьому і полягає загроза для банків – відійти на другий план поступившись місцем Фінтех на фінансовому ринку, оскільки клієнт завжди керується зручністю, простотою і максимальним для себе комфортом у всіх сферах, включаючи і фінансову сторону свого життя. Існує думка, що з огляду на розвиток фінансових технологій, ніякої загрози для банків вони в собі не несуть. Зараз банки забезпечують цілий спектр операційної роботи, яку фінтех-компанії поки не готові виконувати. Банки займаються поглибленим фінансовим моніторингом, первинною ідентифікацією клієнта, ведуть різноманітну звітність, Фінтех цим не займається, і в майбутніх планах цього немає.

Ризики, що виникають внаслідок впливу фінтеху поділяються на стратегічні ризики, операційні ризики, ризики аутсорсинга, кіберризики і комплаєнс-ризики. Стратегічний ризик: потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає внаслідок неправильних управлінських рішень і неналежну реалізацію прийнятих рішень, збільшує ризики зниження рентабельності окремих банків. Існуючі фінансові установи втрачають частину своєї частки на ринку або прибутку, якщо нові учасники зможуть більш ефективно використовувати інновації і надавати менш дорогі послуги, які краще відповідають очікуванням клієнтів. У нинішніх умовах зниження прибутковості із-за втрати вигідних клієнтів або скорочення маржі може зменшувати здатність діючих інститутів прогнозувати майбутні бізнес-цикли.

Таблиця 2.3

Ризики і можливості банківського бізнесу, що виникають під впливом Фінтех

Сфери впливу	Ризики	Можливості
Споживчий сектор	Конфіденційність і безпека даних; відсутність безперервності в банківських процесах; неприпустимі маркетингові практики	Фінансове «включення»: надання більш спеціалізованих банківських послуг; зниження транзакційних витрат; прискорення банківських процесів
Банки і банківська система в цілому	Стратегічні ризики і ризики рентабельності; збільшення взаємозв'язку між фінансовими сторонами; високий операційний ризик; ризики управління третіми особами; комплаєнс-ризик, що включатиме відмову захисту споживачів і регулювання .	Поліпшення і більш ефективне здійснення банківських процесів; інноваційне використання даних для цілей маркетингу і управління ризиками; потенційний позитивний вплив на фінансову стабільність в зв'язку з посиленням конкуренції;

Ризик того, що компанія, будучи платоспроможною, не володіє достатніми фінансовими ресурсами, використання нових технологій дозволяє клієнтам переходити з одного ощадного рахунку на інший для отримання більшої вигоди, збільшуючи тим самим волатильність депозитів, що може привести до підвищення ризику ліквідності для банків.

За даними НБУ, за 2020 рік кількість е-гаманців (79 млн шт.) незначна, але зростання порівняно з попереднім роком досить відчутне, а обсяги операцій становлять 982,8 млрд грн за I півріччя 2020 року, що порівняно з I півріччям 2019 року має зростання +6,33 %. Співпраця банків та фінтех компаній – це перемога для обох сторін. Перевагою банків є напрацьована клієнтська база, репутація та фінансові ресурси. Але традиційний устрій банків залишає мало місця для розробки інноваційних проєктів. В той час фінансові компанії мають високий інноваційний потенціал, регулярний моніторинг ринку, але брак фінансування та клієнтської бази. Тому спільні проєкти дозволяють

мінімізувати недоліки та примножити переваги обох партнерів. Поряд з інноваційними зрушеннями банківських установ на фінансовому ринку з'явилися нові фінтехкомпанії, що пропонують цілу низку зручних рішень на базі провідних інноваційних технологій, оптимізації банківських послуг, продають фінансові продукти на привабливіших умовах, менш затратних для споживачів, або розробляють нові платіжні інструменти та технічні рішення в ніші банківського бізнесу

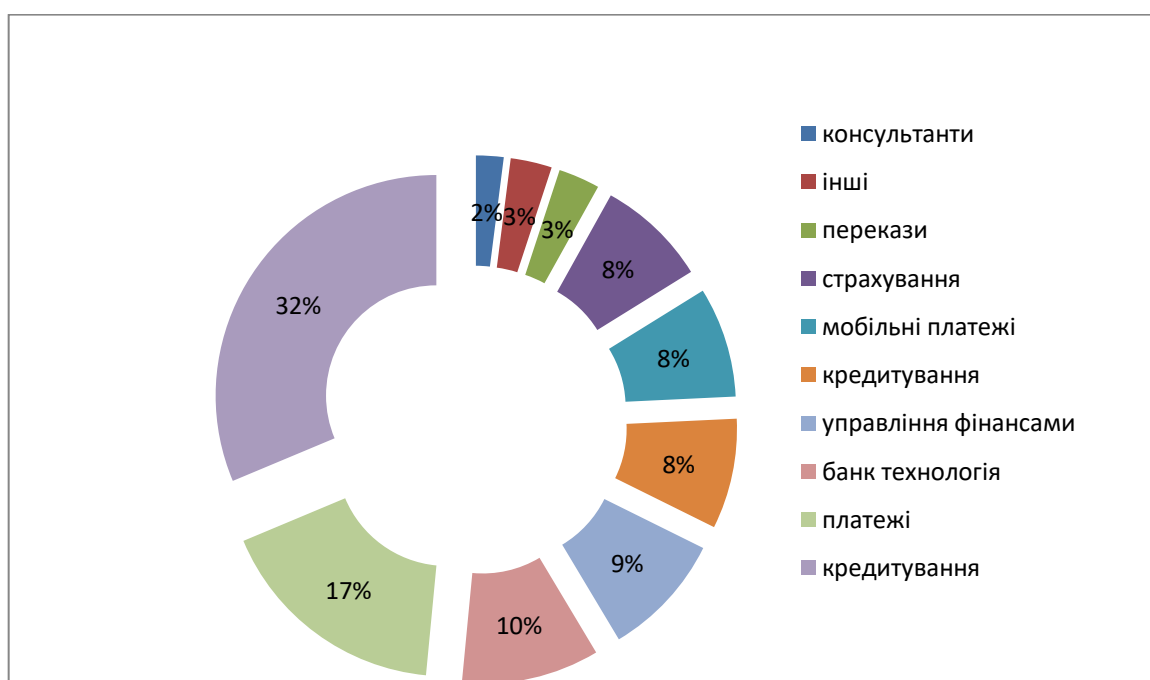


Рис. 2.4. Діаграма, глобальні інвестиції у ФінТех-компанії у 2020 році

Так на кінець 2020 року значення цифрових технологій для українського суспільства стабільно зростає : 71 % українців (23 млн) населення регулярно користується Інтернетом, 69 % дорослих жителів використовують мобільні пристрої та планшети, Україна посідає 4 місце в світі за безконтактними платежами, 79,4 % платіжних терміналів підтримують безконтактну оплату. За останніми даними, на початок 2021 року в Україні працювало понад сто тридцять фінтех-компаній, основну частину яких було створено протягом останніх чотирьох років. Також активно розвиваються необанки, такі як Monobank, SportBank, O.bank та схожі сервіси, які працюють у сегменті Banking

as a Service. Ці компанії є активними генераторами інноваційних ідей та алгоритмів щодо управління та використання грошових потоків (у межах чинного законодавства).

Висновок за розділом 2

Дистанційне банківське обслуговування – це сукупність інформаційних технологій, засобів, що використовуються для надання банківських послуг (продуктів) на відстані, без відвідування клієнтами офісу банку. Система дистанційного обслуговування клієнтів банку – це багатофункціональний пакет програмного та апаратного забезпечення, який дозволяє клієнтам банку здійснювати різного роду операції, керувати своїми рахунками в режимі «он-лайн» та отримувати широкий спектр відповідної фінансової інформації без відвідування банку.

Інтернет банкінг - один із видів дистанційного банківського обслуговування, засобами якого доступ до рахунків та операцій за рахунками забезпечується в будь-який час та з будь-якого комп'ютера через Інтернет.

Банки пропонують своїм клієнтам: Надання фінансової інформації щодо стану валютного та кредитного ринку, управління рахунком.

Фінансові технології зайняли чільне місце у розвитку банківського бізнесу та є його рушійною силою. Фінансові компанії, які займаються фінтехом, розвиваються значно динамічніше за банки, а наразі є основними конкурентами в таких напрямках, як переказ коштів, електронні гаманці, мікрокредитування, що стимулює банківську систему до співпраці з фінтех-компаніями, як вітчизняними, так і міжнародними. Розвиток фінансових технологій почався порівняно недавно, проте інтерес до даної індустрії стрімко зростає та набирає обертів. Розглядаючи спектр Фінтех-послуг можна побачити їх потенційно великий вплив на діяльність фінансової системи, що вимагає аналізу переваг та ризиків від Фінтех-інновацій для банківського сектору України та економіки загалом. В результаті розвитку Фінтех з'являється велика

кількість бізнес-моделей, що створить проблеми як для учасників ринку, так і для наглядових і регулюючих органів, призначених для забезпечення стабільності і безпеки мереж, знаходження правильного балансу між збереженням фінансової стабільності і захистом споживачів, залишаючи місце для інновацій.

Розділ 3

Оптимізація та впровадження інноваційних технологій у банківську діяльність

3.1. Сучасні тенденції розвитку інноваційних технологій та особливості їх впровадження

Інноваційний напрямок підприємницької діяльності гарантує для суб'єктів господарювання конкурентні переваги, забезпечує їм зміцнення ринкових позицій, цим сприяє економічному розвитку тих країн, які підтримують і мотивують розвиток інноваційного підприємництва. Тому держава повинна не лише підтримувати чи стимулювати інноваційний розвиток вітчизняних компаній, більш того, вона повинна заохочувати їх до інноваційної діяльності. Мета даного дослідження є обґрунтування особливостей розвитку інноваційного підприємництва в Україні.

Дослідження діяльності підприємств з низьким рівнем інноваційності висвітлюють основні проблеми, котрі перешкоджали веденню інноваційної діяльності:

- низький попит на інновації на ринку та їх комерціалізації;
- низька конкурентна позиція підприємства;
- відсутність вдалих ідей і можливостей для створення інновацій;
- недостатність коштів у підприємства, відсутність кредитів або реальних прямих інвестицій;
- відсутність працівників у рамках підприємства з високим рівнем компетентності;
- складнощі в отриманні державної допомоги або субсидій для інноваційного розвитку;

-відсутність партнерів по співпраці.

Ще однією важливою проблемою розвитку інноваційної діяльності серед підприємств України є не зовсім точне розуміння механізму інноваційного підприємництва. Такі як пошук ідей, радикальних рішень, що допоможуть організувати інновації, це сукупність спонукальних мотивів ініціатива приносить визнання, успіх підприємцю, створює умови для втілення в життя його особистих інтересів, забезпечує матеріальний достаток). Для підприємства головний спонукальний мотив запровадження інновацій має бути не лише можливий прибуток як результат конкурентних переваг чи мінімізації витрат, а можливість створити новий ринок, знайти нову нішу на ринку, сформувати новий попит, забезпечити потенційним споживачам принципово нові товари (послуги) або модифікувати існуючі.

Україна має значний потенціал для розвитку інноваційного підприємництва, потужні креативні та інтелектуальні ресурси, наша держава може і повинна його розвивати. Проте, щоб втілити все це у життя, необхідні радикальні зміни, ефективний менеджмент, державна підтримка та ресурсне забезпечення.

В умовах розвитку сучасної банківської системи актуальними є ті інновації, які стосуються дистанційного банківського обслуговування, управління ризиками, удосконалення інформаційно-комп'ютерних технологій. Так більшість українських банків під управлінням інноваційною діяльністю розуміють вирішення поточних завдань, відкидаючи якість управління, що відповідає міжнародному рівню та загальнонаціональним потребам розвитку банківського бізнесу – зростання ефективності, конкурентоспроможності, забезпечення стабільності у діяльності банківських установ та посилення їх впливу на інноваційні процеси в економіці. Так необхідно дослідити теоретичні і практичні питання економічної ефективності інноваційної діяльності банків, спрямованої на формування стратегій інноваційного розвитку банків.

Учасники фінансового ринку прагнуть бути в ногу з сучасними технологіями, орієнтуючись на інновації, тому пріоритетами для банків є: удосконалення систем кібербезпеки, впровадження програм цифрової трансформації, залучення і утримання талановитих кадрів, підвищення ефективності діяльності шляхом інновацій, інвестиції у технології для поліпшення взаємодії з клієнтами. Інновації, які запроваджуються в банківському бізнес-середовищі, мають ряд особливостей. По-перше, банківські установи знаходяться під впливом системи регулювання та нагляду, що може обмежувати процес впровадження інновацій. Друге, значна частина банківських інновацій є рішеннями, які запозичені із інших сфер суспільного виробництва, або викликані змінами у запитах клієнтів. По-третє, головним інструментом захисту інтелектуальної власності на інноваційні об'єкти банку є не патентний захист, а ноу-хау і авторські права. Та банківські інновації базуються на прикладних, а не на фундаментальних наукових дослідженнях, що значно скорочує рівень витрат на інноваційну діяльність банків.

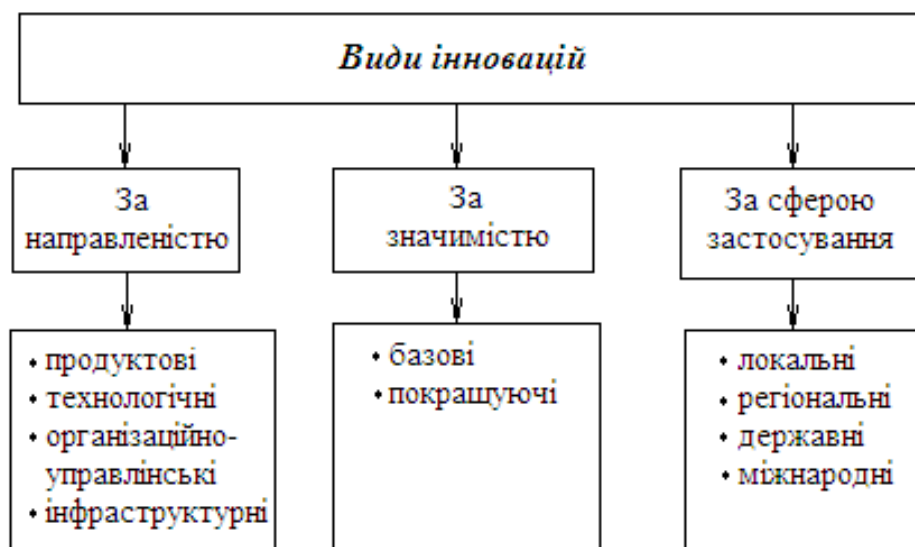


Рис 3.1. Класифікація інновацій

Останніми роками, значну увагу приділяли таким інноваціям:

1. Фінансова інклюзія. Банки переходять на безпаперові технології в обслуговуванні клієнтів, які дають можливість дистанційного відкриття

банківських рахунків та здійснення інших фінансових операцій. Отримувати банківські послуги дистанційно, не вистоюючи в чергах, а використовуючи доступ до Інтернету та електронні документи, стало можливим завдяки системі BankID НБУ, яка насамперед спрямована на забезпечення дистанційної ідентифікації в Україні. Проект Paperless, створив умови для максимально 64 можливої відмови банків від паперових документів під час обслуговування клієнтів завдяки використанню цифрового електронного підпису

2. Безкарткові розрахунки через мобільний телефон. Інтернет та мобільний банкінг значно розширили банківських операцій, які доступні через ці системи. Українські банки пропонують використовувати смартфони не тільки для оплати товарів і послуг, але й для прийому платежів. Мобільний еквайрінг для бізнесу пропонують два українські банки – Райффайзен Банк Аваль (PayMeUkraine) і Приватбанк (iPay)

3. Доступність терміналів для самообслуговування.

4. Режим роботи "24/7 ПАТ «Державний ощадний банк України», ПАТ КБ «ПриватБанк», АТ «УкрСиббанк» та інші банки забезпечують клієнтам багатоканальне обслуговування в даному режимі.

5. Електронна решта. Зручна послуга, коли решта в копійках переводиться на рахунок чи поповнює мобільний телефон клієнта.

6. Індивідуальність потреб клієнтів. Застосовується переважно для VIP клієнтів банку.

7. Можливість оформити кредит через термінал. Приватбанк запровадив новий сервіс з оформлення позик готівкою через банкомати.

8. Можливість отримати кредит за допомогою SMS запиту. Компанія «Твої Гроші» організувала послугу з онлайн-кредитування за допомогою SMS-запиту.

9. Віртуальні онлайн-консультанти – чат-боти. При вході в додаток Приват24 на сторінці праворуч розміщений віртуальний інтернет-консультант, який розповідає клієнтам про банківські послуги.

10. Технології безконтактних розрахунків. MasterCard, PayPass і Visa payWave дають можливість проводити операції, просто піднісши пластикову картку до терміналу.



Рис 3.2. Види інноваційних проектів

Сучасна ринкова модель економіки базується на інноваційному типі розвитку, для якої характерні:

- * інтелектуалізація виробничої діяльності;
- * використання високих інформаційних технологій;
- * екологічність;

* творчість кадрів;

* добробут населення.

Так результатом інноваційної діяльності є інтелектуальний продукт, без якого неможливо створити конкурентоспроможне виробництво та продукцію. Тому найважливішою економічною метою передових компаній і країн є підтримання здатності національної економіки до інноваційного розвитку й ефективного використання найновіших технологій. Цей процес відображається динамікою показника наукомісткості виробництва.

Відділення банків – це найдорожчий канал взаємодії банку з клієнтами. Тому зараз банки роблять все можливе, щоб звести до мінімуму контакти зі своїми клієнтами. Це дає можливість зменшити витрати на утримання відокремлених підрозділів. Сьогодні клієнти можуть для цього використовувати дистанційні канали взаємодії з банком, зокрема з використанням електронного підпису, зокрема електронного цифрового підпису.

Основними етапами інноваційного циклу створення інноваційної продукції й надання послуг є: фундаментальні та прикладні дослідження; стратегічні маркетингові дослідження; виробничий етап; реалізація продукції; трансфер продукції й послуг. Для інноваційних освітніх проектів характерна взаємодія із ринком освітніх послуг і ринком праці.

Інноваційна діяльність представлена одним із основних аспектів роботи сучасної школи в режимі розвитку, що характеризується послідовністю та поетапністю. Залежить інноваційна діяльність від двох факторів: сили інноваційних процесів та характеру їх відносин з навколишнім світом. Побічним ефектом активізації інноваційної діяльності на глобальному рівні є зміна структури світової торгівлі. Основними змінами в товарній структурі світової торгівлі є зростання питомої ваги готових виробів (перш за

все машин та устаткування), хімічних товарів, при падінні частки палива, сировини та продовольства. За даними СОТ, протягом останнього десятиліття минулого століття в обсягах світового експорту частка сільгосппродукції зменшилася з 12,2 % до 9 %, видобувної продукції – з 14,3 % до 13,1 %, продукції обробної промисловості – збільшилася з 70,5 % до 74,9 відсотка. При цьому частка машинобудівного та транспортного устаткування збільшилася з 35,8 % до 41,5 %, офісного та телекомунікаційного обладнання – з 8,8 % до 15,2 %, хімічної промисловості – з 8,7 % до 9,3 відсотка.

Аналізуючи сучасні інноваційні технології запровадженні вітчизняними банками, можна зробити висновок, що впровадження банківських інновацій дозволяє підвищити продуктивність праці, ефективно використовувати ресурси, збільшити прибутки, знизити витрати і, як наслідок, підвищити конкурентоспроможність банків і банківської системи та забезпечити їх сталий розвиток у глобальному економічному середовищі. Так домінуючу роль у майбутньому будуть відігравати інновації соціальні, а не технологічні. Тому українським банкам доведеться вчитися ставити своїх клієнтів на перше місце в пріоритетності своїх цілей і налагоджувати більш тісні взаємозв'язки з ними. Аналіз показників надає змогу зрозуміти, що технологічному оновленню необхідно приділити більше уваги. Від технологічного вдосконалення напряму виробничого процесу залежить якість виробленої продукції, рівень розвитку та конкурентоспроможності промислового підприємства на ринку.

Так конкурентна позиція компанії сьогодні визначається її здатністю розробляти нові технології підтримуючого типу задовго до їх комерційного використання, що пов'язано з дедалі більшою складністю самих технологій і зростаючими витратами ресурсів, а також з великими фінансовими ризиками, які в сучасній економіці здатні нести, в основному, лише транснаціональні корпорації.

3.2. Стратегічні інноваційні технології в банківському бізнесі: управління взаємовідносинами з клієнтами та ощадливе виробництво

Ощадливе виробництво (lean) - це ефективна методика в менеджменті, основа якої полягає в налагодженні бізнес-процесів за рахунок максимальної орієнтації на інтереси та потреби ринка/клієнта й урахування кожного робітника. Упровадження методології lean дозволяє досягти максимально вищої якості за умови низьких витрат, зменшити період створення продукції, оминати перевиробництво, зрегулювати нюанси постачань.

Банківська сфера економічної системи є найбільш стабільною структурою. Так і для неї інновації – це основа розвитку. Високі комп'ютерні, інноваційні технології є основою для глобалізації фінансової сфери. Активно сформована глобальна фінансова система, яка призводить до настільки ж глобальної фінансової конкуренції. Особливої актуальності розвиток наукових досліджень про інноваційні стратегії банку набуває в умовах світової глобалізації. Для національних банків формується принципово нове зовнішнє середовище діяльності, оскільки цей процес характеризується суперечливістю і певної обмеженістю.

Для того щоб етапами реалізувати інноваційну стратегію, необхідно визначити методику її здійснення і скласти поетапний графік її впровадження. Протягом усього періоду виконання стратегічного плану необхідно проводити порівняння ступеня досягнення поставлених цілей з інноваційною стратегією, а також необхідно розробити методи, спрямовані на мінімізацію втрат, які можуть виникнути в процесі інноваційної діяльності кредитної організації. Упровадження інноваційних стратегій банків є нагальною необхідністю, щоб вижити в міжнародній конкуренції. Нові банківські технології – це шанс для успішної конкуренції.

Відомо що, незважаючи на тривалу історію та інтенсивність розробок у сфері стратегічного менеджменту, наука ще остаточно не дійшла висновку щодо сутності стратегії та методів її формування. Про це свідчить існування, як мінімум, десяти наукових шкіл, які, дотримуючись різних підходів, розглядають стратегію як план, принцип поведінки, позицію, перспективу або особливий прийом. Проте сформувалися певні положення, щодо яких існує згода і як і варто, на наш погляд, враховувати у процесі дослідження інноваційної стратегії:

- стратегія стосується і організації, і її оточення;
- стратегія не буває простою;
- від стратегії залежить добробут організації;
- стратегія
- це і її зміст, і процес розробки та реалізації;
- стратегію неможливо продумати до кінця ;
- стратегії існують на різних рівнях компанії;
- стратегія передбачає як концептуальні розробки, так і аналітичний аспект.

Для створення інноваційної стратегії банку необхідно сформулювати своє розуміння інновацій, як і потреби вони задовольняють та сприяють реалізації стратегічних цілей кредитного інституту. Це можуть бути продукти або послуги, нові методи обслуговування клієнтів, технологічні нововведення, організаційно-управлінські інновації, маркетингові інновації тощо. Банк повинен вирішити, на що буде націлена його інноваційна активність — на радикальні чи модифікуючі, поліпшуючі інновації, якою мірою він буде запозичувати досвід та розробки ззовні тощо.

Ощадливе виробництво — концепція менеджменту, що згідно за визначенням дослідників Дж. Вомак, Д. Джонс , була створена на японському підприємстві Toyota і заснована прагненні до усунення всіх видів втрат. Ощадливе виробництво передбачає залучення у процес оптимізації бізнесу кожного співробітника і максимальну орієнтацію на споживача.

Lean — проривний підхід до менеджменту і керування якістю, який забезпечує довготривалу конкурентоздатність без істотних капіталовкладень. Ощадливе виробництво — це система організації і управління розробленням продукції, виробництвом, взаємовідношеннями з постачальниками і споживачами, коли продукція виготовляється у точній відповідності із запитами споживачів і з меншими втратами у порівнянні з масовим виробництвом великими партіями.

Мета концепції ощадливого виробництва позбутися всіх видів втрат і домогтися максимальної ефективності використання ресурсів шляхом поступального й безперервного вдосконалення всіх бізнес-процесів організації, спрямованих на підвищення задоволеності споживачів.



Рис 3.3 .Втрати ощадливого виробництва

Цілями ощадного виробництва є:

1. Скорочення трудовитрат,
2. Скорочення термінів розробки нової продукції,
3. Скорочення термінів створення продукції,
4. Скорочення виробничих і складських площ,
5. Гарантія постачання продукції замовнику,
6. Максимальна якість при мінімальній вартості.

Ціль ощадливого виробництва – ліквідувати дії, які віднімають час, поглинають ресурси, але не створюють цінність, а також формування умов, при

яких дії, які залишилися, які створюють цінність, вистроюються в безперервний потік, який витягує споживач.

Тайїті Оно правильно замітив, що існуючі західні фірми-виробники автомобілів визначали ціну, як суму витрат і очікуваного прибутку:

$$\text{Витрати} + \text{Прибуток} = \text{Ціна}$$

3.1

Альтернативна формула

$$\text{Ціна} - \text{Прибуток} = \text{Витрати}$$

3.2

Ощадливе виробництво — це американська назва виробничої системи Toyota. Творець ощадливого виробництва Таїті Оно розпочав перші дослідження з оптимізації виробництва ще у 1950-х роках. У ті післявоєнні часи Японія лежала в руїнах і країні потрібні були нові автомобілі. Але проблема полягала у тому, що попит був не настільки великий, щоб виправдати закупівлю потужної виробничої лінії, на кшталт Ford. Потрібно було багато різних видів автомобілів (легкові, мало-і середньотонажні вантажівки тощо), але попит на конкретний вид машин був невеликий. Японцям довелося вчитися ефективно працювати, створюючи багато різних моделей в умовах невисокого попиту на кожну модель. Такого завдання до них не розв'язував ніхто, оскільки ефективність розглядалася виключно у термінах масового виробництва. Власне, звідси і народився термін lean, який за кухлем пива придумав Джон Крафчик, один з американських консультантів. Адже як ще назвати систему, яка здатна

ефективно створювати багато видів продукції при низьких питомих витратах? Lean, тобто «ощадливе».

Головною метою ощадливого виробництва є безперервне усунення збитків, оскільки тільки за такої умови можливо підвищувати якість продукції, знижуючи її вартість. У системі виробництва Тойота навіть існує термін муда (muda), що значить усі збитки, відходи, сміття й витрати.

У вирішенні цього питання залежить від швидкості змін, що відбуваються у банківській сфері, а також від темпів старіння продуктів, послуг і навіть моделей бізнесу. Відповідно, різні моделі ведення інноваційної діяльності, що знаходять відображення у стратегії її розвитку, будуть потребувати різного обсягу та складу ресурсів.

Якщо вважати під інноваційною стратегією генеральну лінію поведінки банку стосовно використання інновацій в усіх сферах його діяльності, то постає питання і про її місце у загальній системі стратегічного менеджменту. Справа у тому, що у банків різних рівнів управління, більшість із них розробляє не одну, а кілька об'єднаних загальною ціллю стратегій, створюючи тим самим їх ієрархічну сукупність. Корпоративна стратегія розробляється на рівні всього банку, фактично це прийняття рішення стосовно загального напрямку його розвитку. Вона включає, як правило, визначення видів діяльності, яким и банк хоче займатися, відмову від збиткових або безперспективних напрямків, вибір типу розвитку (зростання, стабілізація або скорочення), сприйняття принципових рішень з приводу збільшення капіталу, визначення характеру відносин зі стейкхолдерами .

Наголошуючи на необхідності здійснення стратегічного управління, слід мати на увазі, що менеджмент сучасного банку — це, перш за все, управління його розвитком через постійне вдосконалення портфеля продуктів, технологій, організаційної структури, бізнес-моделі тощо. Тому об'єктивно виникає необхідність у формуванні інноваційної складової банківської стратегії, що передбачає, перш за все, з'ясування сутності цієї категорії.

На нашу думку, наведені визначення фактично характеризують один з видів нововведень — стратегічні інновації, і у такому сенсі вони мають право на існування.



Рис 3.3.Схема оцщадливого виробництва

Відправна точка оцщадливого виробництва — цінність для споживача.

З погляду кінцевого споживача, продукт (послуга) набуває дійсної цінності тільки тоді, коли відбувається безпосереднє оброблення та/або виготовлення елементів необхідного споживачу продукту (послуги). Серцем оцщадливого виробництва є процес усунення витрат, які японською називаються «муда». муда — це одне з японських слів, яке означає втрати, відходи, тобто будь-яку діяльність, яка споживає ресурси, але не створює цінності. Наприклад, споживачеві зовсім не потрібно щоб готовий продукт або його деталі лежали на складі. Тим не менше у традиційній системі управління складські витрати, а також всі витрати, пов'язані з перевиробництвом, браком та іншими непрямими витратами перекладаються на споживача.

З концепцією ощадливого виробництва всю діяльність підприємства можна класифікувати наступним чином: операції і процеси, які додають цінність для споживача, і операції та процеси, що не додають цінності для споживача. Отже, все, що не додає цінності для споживача, з точки зору ощадливого виробництва, класифікується як втрати, і має бути усунене.

За даними Інституту ощадливого виробництва, впровадження підходів концепції ощадливого виробництва дозволяє скоротити в середньому: тривалість виробничого циклу — на 50 %, обсяги незавершеного виробництва — на 60 %, кількість випадків перероблення продукції — на 70 %, необхідні площі — на 30 %, необхідний для переналаштування обладнання час — на 65 %

Практикою підтверджено, що за своєю природою як процеси цілеспрямованої діяльності всі інновації, до якої б сфери вони не належали, мають багато спільного та підпорядковуються єдиним закономірностям виникнення і розвитку. Знання цих закономірностей дає змогу досить упевнено передбачати потребу в діях, необхідних для ефективного здійснення нововведень. Саме це підпорядкування інноваційних процесів певним закономірностям і є об'єктивною передумовою можливості стратегічного управління ними.

Необхідно зазначити, що інноваційні стратегії конкретного банку створюються на основі його системи цінностей. За декілька навіть схожих кредитно-фінансових інститутів оберуть різні шляхи досягнення тих чи інших поставлених цілей, що визначається умовами та можливостями кожного банку. Це зумовлює існування різних інноваційних стратегій, що у теоретичному плані передбачає необхідність їх класифікації.

Крім того, науковець класифікує інноваційні стратегії за предметним змістом, тобто залежно від видів інновацій, що планується впроваджувати: продуктиві (для банку це програми впровадження нових депозитних, кредитних, розрахункових, інвестиційних продуктів, фінансових інструментів

тощо), сервісні (розробка інноваційних підходів до обслуговування клієнтів), технологічні (стратегія розвитку онлайн-банкінгу, платіжних інструментів та систем тощо), маркетингові (стратегії інноваційних змін у каналах збуту та маркетингових комунікаціях), організаційно-управлінські.

Більшістю авторів інноваційні стратегії поділяються на такі види.

- Традиційна, коли банк не прагне нічого іншого, лише підтримання якості надання наявних послуг, удосконалення форми і сервісу традиційних продуктів. У сучасних умовах, коли банківські ринки є ринками покупця, а не продавця, така поведінка є гарантією того, що за деякий час банк опиниться на узбіччі економічного життя. Фактично, це є варіантом практичної відсутності інноваційної стратегії.

- Сегментна, коли банк шукає ідеї таких продуктів, впровадження яких не потребує значних витрат і дасть можливість певний час домінувати на максимальній частці невеликого ринку. Застосування цієї стратегії зумовлене бажанням уникнути прямої конкуренції з провідними фінансовими інститутами у сфері стандартних послуг. Водночас у врахуванні специфічних запитів споживачів перевага на боці того банку, який займається їх вивченням і задоволенням. Пошук та використання таких "ніш" надання послуг передбачає глибоке знання ринкової ситуації, досить високий рівень технологічного розвитку та адаптаційних властивостей. Прикладом застосування сегментної стратегії може бути діяльність багатьох невеликих американських банків, які стабільно утримують регіональні ринки, спрямовуючи свої послуги на задоволення специфічних потреб місцевих громад.

- Імітаційна, коли банк запозичує оригінальний досвід лідерів або купує ліцензії на використання певних технологій. Досить часто така стратегія застосовується комерційними банками при вдосконаленні депозитного або розрахункового обслуговування клієнтів.
- Оборонна стратегія, орієнтована на утримання конкурентних позицій на вже існуючих ринках, коли банк не

відчуває проблем збуту у зв'язку з відсутністю конкуренції. Головна функція такої стратегії — підтримувати норму прибутку шляхом низьких витрат, зосереджуючи зусилля на забезпеченні максимального обсягу надання послуг для отримання економії на масштабі. На відміну від аналогічних стратегій у сфері виробництва, банки практично не застосовують метод "патентного блокування", оскільки банківські інновації рідко захищені патентами. Прикладом реалізації такої стратегії може бути запровадження комерційним банком, що має відпрацьовані ефективні технології, карткових зарплатних проектів у невеликих населених пунктах.

- Залежна стратегія, що у сфері банківського бізнесу характерна для філій банків, які в головні офіси передають інноваційні продукти з метою розширення сфери реалізації останніх.

- Наступальна, що, як правило, поділяється на активну та помірну. Активна наступальна стратегія означає намагання стати першим, провідним (з інноваційного погляду) кредитним інститутом на певному сегменті ринку або у певному регіоні. Метою цієї стратегії є максимальний прибуток, а характерною рисою — високий ризик. Для проведення активної наступальної стратегії необхідні: ефективно організований інноваційний процес, творчий потенціал працівників банку, керівництво, яке мислить нетрадиційно і схильне до нових ідей, ґрунтовні маркетингові дослідження та добре знання ринку, механізм мінімізації ризиків.

Встановлено сім видів основних помилок:

- Нерозуміння ролі керівництва під час впровадження системи Lean
- Побудова «Системи», яка не володіє необхідною гнучкістю
- Початок впровадження не з «основ»
- Змінюються робочі місця, але не змінюються звички
- Все виміряти (зібрати дані), але ні на що не реагувати

- «Паралітичний аналіз» (нескінченний аналіз ситуації, замість безперервних покращень)
- Обходитися без підтримки.

Серед видів збитків виділяють такі:

- перевиробництво;
- очікування (у цьому випадку незакінчений продукт очікує в черзі на обробку, що додає вартості продукту);
- непотрібне транспортування (його потрібно оптимізувати за часом і відстанню. Будь-яке перевезення передбачає ризик пошкодження продукції);
- зайві етапи обробки;
- зайві запаси (варто пам'ятати, що запаси на складах сприяють замороженню прибутку);
- непотрібні переміщення (як втрата часу);
- випуск дефективної продукції (що сприяє не тільки фінансовим витратам компанії, а ще й псує її імідж);
- нереалізований потенціал робітників;
- перевантаження робітників чи обладнання (мурі, мурі);
- нерівномірне виконання операції (мура, мура)

3.3. Концепція розвитку інноваційних технологій : «Модель банку майбутнього»

Впровадження нових технологій повинно відповідати інтересам комерційного банку, а також враховувати фактори зовнішнього середовища. Так банки, орієнтовані на роздрібний ринок, повинні використовувати технології, направлені на обслуговування широких верств населення і масового виробництва продуктів з мінімальними витратами. В свою чергу банки, які входять до фінансово-промислових груп, обслуговують фінансові потоки основних акціонерів, віддають перевагу технологіям, призначеним для інтересів задалегідь відомих клієнтів. Вдалим результатом нововведення слід

вважати збільшення частки на ринку, приріст клієнтської бази банку, скорочення витрат та проведення певних видів операцій. Впровадження інноваційних технологій в сучасну банківську діяльність. Характерним для розвитку банків є введення нових форм організації бізнесу, впровадження інноваційних методів роботи на фінансовому ринку, нових пакетів послуг і фінансових інструментів. У зв'язку з цим перед банками постає ряд важливих завдань, пов'язаних з розширенням спектру послуг і відповідно клієнтської бази; запровадженням нових технічних рішень, комп'ютерних програм, спеціалізованого обладнання в діяльність і їх інтеграція з існуючою системою; підбір висококваліфікованих кадрів, обізнаних і здатних приймати ефективні управлінські рішення.

Нові технології, які дуже швидко розвиваються у світі є біометричні технології для ідентифікації банками клієнтів. Зараз ця технологія розглядається як дуже важлива для полегшення ідентифікації, що дозволяє підтверджувати особистість клієнтів без будь яких матеріальних носіїв. Серед проблем можна виділити точність розпізнавання клієнта банку. І хоча вона доходить до 99,9%, але завжди залишається ймовірність помилки. Є схожі люди, з майже ідентичними відбитками пальців, люди-близнюки. І такі випадки помилок на практиці вже відомі. Але наука і технології на місці не стоять і, можливо, точність вже зовсім скоро буде доходити до 100%. Інша проблема - зростання кількості специфічних атак на біометричні системи, пов'язана з підміною на копії, і компрометація самих біометричних шаблонів. При цьому у разі викрадення біометричного шаблону, його змінити не можна на відміну від пароля. Незважаючи на значний розвиток за кордоном, в Україні біометричні технології в банківській діяльності ще не набули широкої популярності.

У розвинених країнах NFC-гаманці давно увійшли в життя користувачів, і пропонують їх як банки, так і технологічні компанії, а також мобільні оператори. У кожного є своя специфіка роботи. Вже очевидно, що саме електронні гаманці стануть наступним популярним носієм фінансових даних

після пластикових карт. Для цього вже є інфраструктура не тільки в світі, але і в Україні.

Цікавим є бачення майбутнього інновацій, яке запропонували близько 100 фахівців в сфері фінансових технологій в Британії в рамках конференції Fintech 139 London. Їх метою було створити прототип банку майбутнього. На думку учасників конференції, банки та фірми, що надають фінансові послуги будуть акцентувати свою увагу на бажаннях клієнтів, надавати їм самим право вибору послуг і управління ними. Банки будуть постійно присутні в житті клієнтів, зв'язок з якими підтримуватиметься через мобільні пристрої. А розробка роботапорадника допоможе запобігти ухваленню помилкових фінансових рішень в будь який час. Передбачається також більш широке застосування технології блокчейн для поширення, підтвердження і запису цілого ряду фінансових сервісів . Сучасні фінансові ринки являють собою складне і високотехнологічне середовище. Для продажу додаткових продуктів банк повинен володіти максимальним об'ємом інформації, вміти її аналізувати і використовувати. Розвиток банківських інновацій сприятиме розробці індивідуального підходу до клієнта, більш швидкому і якісному його обслуговуванню, дозволить підвищити ефективність роботи банку, стимулюватиме появу нововведень і перспективних банківських продуктів і послуг.

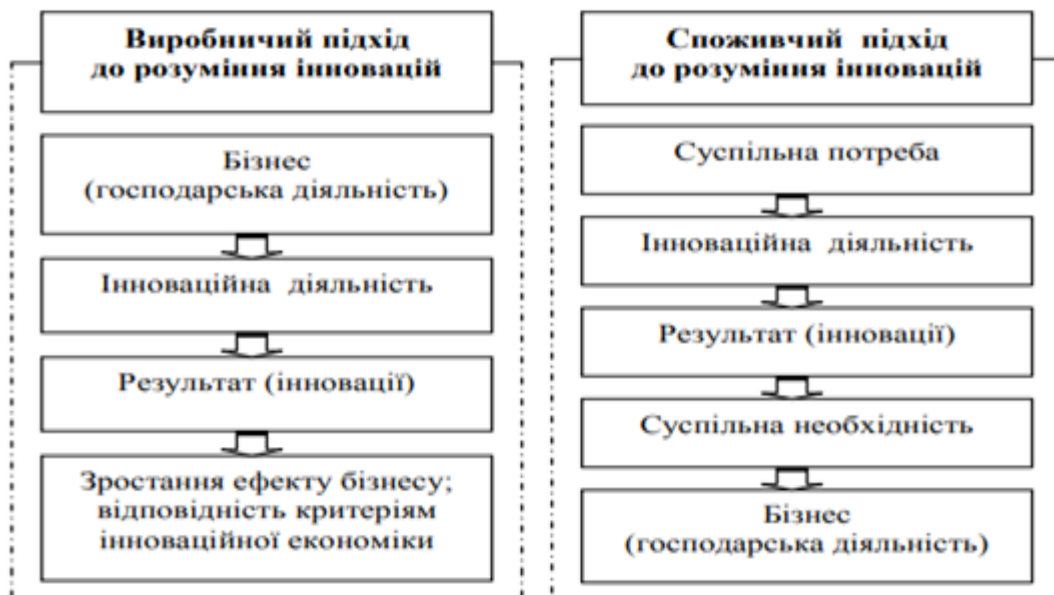


Рис 3.4. Підходи в інноваціях

Реалізація напрямів та виконання завдань розвитку національної інноваційної системи, визначених цією Концепцією, дасть змогу до 2025 року:

-створити умови для провадження ефективної діяльності суб'єктами, які створюють (сприяють створенню) та поширюють нові знання та технології, а також застосовують їх у господарській діяльності;

-збільшити частку інноваційної продукції в прирості валового внутрішнього продукту, яка повинна досягти не менш як 30 відсотків загального обсягу приросту валового внутрішнього продукту;

-забезпечити інтеграцію вітчизняного сектору наукових досліджень і розробок до світового науково-технологічного простору;

-активізувати залучення об'єктів інтелектуальної власності, матеріальних, фінансових і кадрових ресурсів для забезпечення технологічного розвитку національної економіки;

-збільшити до 50 відсотків частку інноваційної продукції в обсязі виробництва промислової продукції;

-підвищити до 60 відсотків частку інноваційно активних підприємств у промисловості та до 30 відсотків частку сектора високотехнологічних виробництв у структурі обробної промисловості;

-збільшити у 5—7 разів обсяг експорту високотехнологічної продукції та технологій.

Стабільну перевагу підприємства порівняно з конкурентами неможливо забезпечити без залучення інноваційних компонентів. Нові ідеї, технології, процеси, управлінські рішення здатні надати той необхідний ресурс, за рахунок якого можливий значний відрив від конкурентів. Тому не дивно, що сучасний економічний дискурс приділяє величезну увагу концепції інноваційної діяльності. Так серед учених-економістів є неузгодженості щодо природи виникнення і механізму прояву інноваційної активності, і, як наслідок, має місце дискусійність підходів щодо методики оцінки інноваційного потенціалу та інноваційної активності. Спостерігається невмотивоване змішування понять інноваційної та інвестиційної діяльності. Крім того, мінливість проявів інноваційного впливу, його еволюційність не дозволяє механістично переносити на сучасну дійсність висновки і результати, що були отримані в межах класичних концепцій інновацій.

Поява нових технологій є основним прагнення людини полегшити власну працю, яка прикладається для отримання споживчих благ. У процесі зниження орієнтирів суспільства до економічної сфери цей мотив перетворюється у бажання постійно змінювати оточуюче середовище у відповідності до постійно зростаючих потреб. Не дивлячись на захоплення світової і вітчизняної спільноти наявними та потенційними успіхами в інноваційнотехнологічній сфері, тенденції розвитку сучасного суспільства виглядають достатньо загрозливо. Без радикальних проривів у науковотехнічній сфері, які б допомогли запуснути механізми регенерації довкілля, подальше впровадження багатьох інноваційних технологій може лише поглибити соціальне економічне коло кризу.

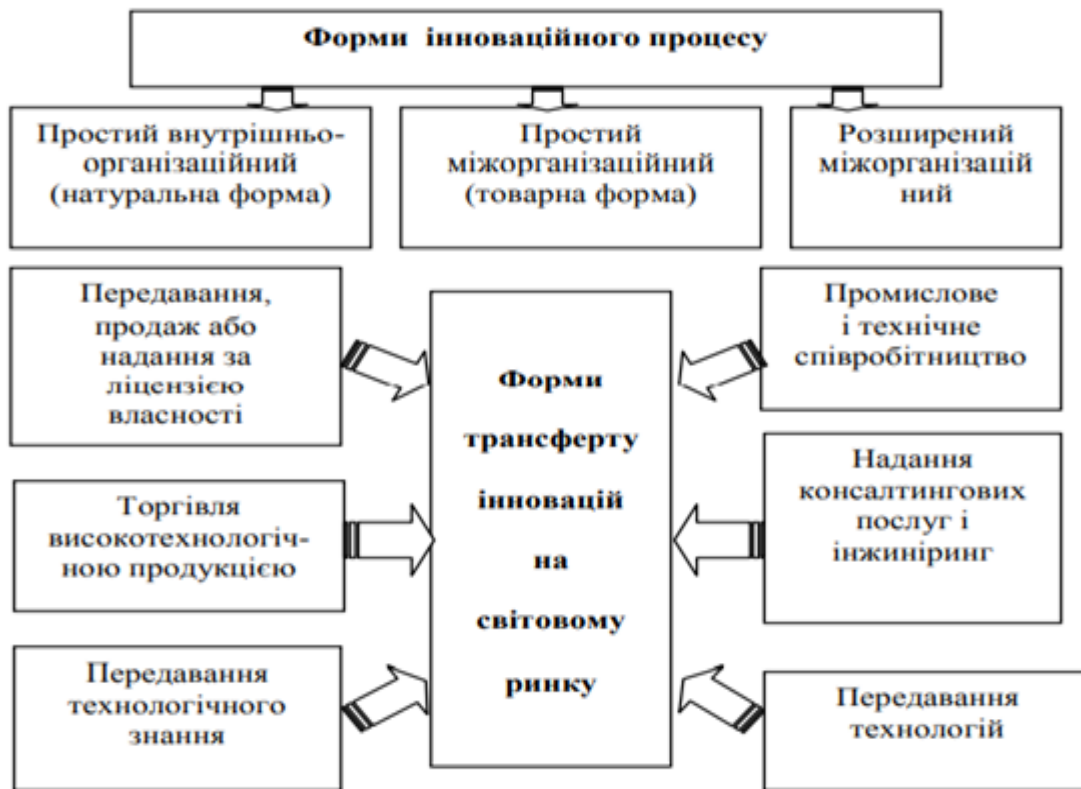


Рис 3.5.Форми інноваційного процесу

Якщо банк прибутковий – це ще не означає, що він надійний. Однак, якщо банк збитковий кілька років поспіль – навряд чи його можна вважати надійним.



Рис 3.6.Рейтинг по прибутковості банків 2021року

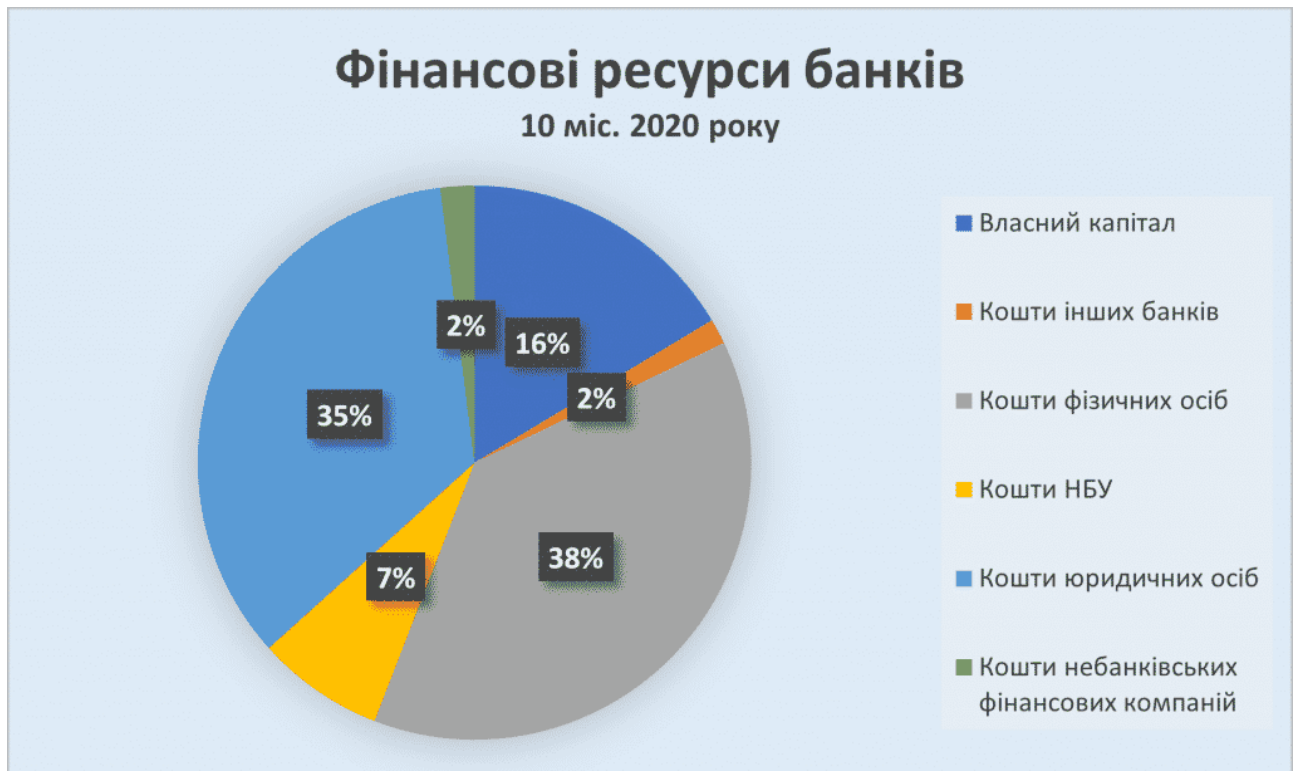


Рис 3.7. Фінансові ресурси банків 2020 року

Висновок за розділом 3

Інноваційний напрямок підприємницької діяльності гарантує для суб'єктів господарювання конкурентні переваги, забезпечує їм зміцнення ринкових позицій, а отже сприяє економічному розвитку тих країн, які підтримують і мотивують розвиток інноваційного підприємництва. Очевидним є те, що держава повинна не лише підтримувати чи стимулювати інноваційний розвиток вітчизняних компаній, більш того, вона повинна заохочувати їх до інноваційної діяльності. Метою даного дослідження є обґрунтування особливостей розвитку інноваційного підприємництва в Україні. Впровадження банківських інновацій дозволяє підвищити продуктивність праці, ефективно використовувати ресурси, збільшити прибутки, знизити витрати і, як наслідок, підвищити конкурентоспроможність банків і банківської системи та забезпечити їх сталий розвиток у глобальному економічному середовищі.

Ощадливе виробництво (Lean Manufacturing) – це система організації і управління розробкою продукції, виробництвом, взаємовідношеннями з постачальниками і споживачами, коли продукція виготовляється в точній відповідності до запитів споживачів і з меншими втратами у порівнянні з масовим виробництвом великими партіями.

Відправна точка ощадливого виробництва — цінність для споживача.

З погляду кінцевого споживача, продукт (послуга) набуває дійсної цінності тільки тоді, коли відбувається безпосереднє оброблення та/або виготовлення елементів необхідного споживачу продукту (послуги).

Поява нових технологій є наслідком прагнення людини полегшити власну працю, яка прикладається для отримання споживчих благ. У процесі зниження орієнтирів суспільства до економічної сфери цей природний мотив перетворюється у бажання невпинно змінювати оточуюче середовище у відповідності до постійно зростаючих потреб.

Висновок

В дипломній роботі магістра проведено наукові дослідження та одержано практичні розробки, що стосуються інформаційно аналітичної діяльності та інновацій банку. Інформаційні технології – це процес, який використовує сукупність методів та програмно-технологічних засобів, для зберігання, збору, обробки, передачі та представлення інформації для отримання нової якості, зниження трудомісткості та підвищення ефективності процесів використання інформаційних ресурсів. Особливим в інформаційних технологіях є те, що вихідним предметом праці та кінцевої готової продукції в них є інформація. Одним з різновидів інновації є банківська інновація, сукупність принципово нових банківських продуктів і послуг. Електронна комерція це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням цих транзакцій. Розвиток дистанційного банківського обслуговування має на меті скорочення в Україні готівкових розрахунків, залучення у банківську систему значного обсягу коштів населення.

Розглянуто особливості Дистанційного банківського обслуговування – це інформаційні технології, засоби, що використовуються для надання банківських послуг та продуктів на відстані, без відвідування клієнтами відділення банку невиходячи з дому – «home-bankings», найчастіше з використанням комп'ютерних і телефонних мереж. Основними шляхами розвитку дистанційного банківського обслуговування є покращення системи забезпечення безпеки платежів як для покупців, так і для продавців банківських продуктів; поліпшення цивільноправового регулювання інтернет-банкінгу; створення умов для масового впровадження системи цифрових підписів, які дозволять безпомилково ідентифікувати особу;

В процесі проведення досліджень Інтернет банкінгу, як виду дистанційного банківського обслуговування, засобами якого доступ до рахунків та операцій за рахунками забезпечується в будь-який час та з будь-якого

комп'ютера через Інтернет. Якщо не дотримуватись правил безпеки при використанні онлайн-банкінгу можна втратити кошти зі свого рахунку.

Фінансові компанії, які займаються фінтехом, розвиваються значно динамічніше за банки, а наразі є основними конкурентами в таких напрямках, як переказ коштів, електронні гаманці, мікрокредитування, що стимулює банківську систему до співпраці з фінтех-компаніями, як вітчизняними, так і міжнародними.

Інноваційний напрямок підприємницької діяльності гарантує для суб'єктів господарювання конкурентні переваги, забезпечує їм зміцнення ринкових позицій, цим сприяє економічному розвитку тих країн, які підтримують і мотивують розвиток інноваційного підприємництва.

Ощадливе виробництво — це система організації та управління розробленням продукції, виробництвом, взаємовідношеннями з постачальниками і споживачами, коли продукція виготовляється згідно з запитами споживачів і з меншими втратами у порівнянні з масовим виробництвом великими партіями.

Мета концепції ощадливого виробництва є позбутися всіх видів втрат і домогтися максимальної ефективності використання ресурсів шляхом поступального й безперервного вдосконалення всіх бізнес-процесів організації, спрямованих на підвищення задоволеності споживачів.

Запропоновано модель розвитку банку майбутнього-сучасні фінансові ринки являють собою складне і високотехнологічне середовище. Для продажу додаткових продуктів банк повинен володіти максимальним обсягом інформації, вміти її аналізувати та використовувати. Розвиток банківських інновацій сприятиме розробці індивідуального підходу до клієнта, більш швидкому і якісному його обслуговуванню, дозволить підвищити ефективність роботи банку, стимулюватиме появу нововведень і перспективних банківських продуктів і послуг. Поява нових технологій є

основним прагнення людини полегшити власну працю, яка прикладається для отримання споживчих благ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гетьман Л.Г. Напрями розвитку інноваційної діяльності у банківській сфері. /Л.Г. Гетьман//Международный научный журнал «Интернаука». 2016. № 12 (22), 2 т. С. 49-54.
2. Інновації в сфері банківських та фінансових послуг. Реалії та майбутнє. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tvoigroshi.com.ua/uk/novosti/innovacii-v-sfere-bankovskih-i-finansovyhuslug>
3. Стратегія Національного банку України. Програма дій 2019. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=86050888>
4. Ткаченко Ю.В., Зверук Л.А.
4. Сучасні технології як основа інноваційної моделі розвитку банківського бізнесу. Економічна теорія та право. 2018 № 2 (33) С. 26-41
5. Яке майбутнє чекає NFC-платежі в Україні?[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:<https://finclub.net/video-foto/yake-majbutne-chekae-nfc-platezhiv-ukrajini-onlajn-translyatsiya.htm>.
6. Абрамова, Я. А. Особливості та розвиток традиційних банківських послуг/ Я.А Абрамова // Актуальні проблеми гуманітарних та природничих наук. - 2015. - № 5-1. - С. 8
7. Шевлюга О. Г. Дослідження впливу технологічних інновацій на ринок технологій і розвиток підприємства / О. Г. Шевлюга, О. М. Олефіренко // Маркетинг і менеджмент інновацій. -2018 - №4(1). - С.38-44. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2018_4\(1\)_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2018_4(1)_6)
8. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Україна в цифрах : Статистичний збірник / за редакцією І.М. Жук // Державна служба статистики України. – Київ 2016 рік. – ББК 65.9(2)(4Укр)-05я2.

10. 3. Розвиток інновацій у сучасній банківській сфері України / Н.М. Матвійчук, Н.Ю. Бурлачук, Ж.В. Гарбар // Молодий вчений. – 2015. – № 5 (20). – Ч. 2.
4. Ринок інноваційних банківських продуктів в Україні / В.О. Хоменко // 11. Дистанційні послуги; Інтернет-банкінг // Термінологічний словник з питань запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму, фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та корупції / А. Г. Чубенко, М. В. Лошицький, Д. М. Павлов, С. С. Бичкова, О. С. Юнін. — Київ : Ваіте, 2018. — С. 217; 314. — ISBN 978-617-7627-10-3.
12. Дистанційне банківське обслуговування // Банківська енциклопедія / С. Г. Арбузов, Ю. В. Колобов, В. І. Міщенко, С. В. Науменкова. — Київ : Центр наукових досліджень Національного банку України : Знання, 2011. — 504 с. — (Інституційні засади розвитку банківської системи України). — ISBN 978-966-346-923-2.
13. Інтернет-банкінг // Банківська енциклопедія / С. Г. Арбузов, Ю. В. Колобов, В. І. Міщенко, С. В. Науменкова. — Київ : Центр наукових досліджень Національного банку України : Знання. — 504 с. — (Інституційні засади розвитку банківської системи України). — ISBN 978-966-346-923-2.
14. Система «клієнт — банк» // Банківська енциклопедія / С. Г. Арбузов, Ю. В. Колобов, В. І. Міщенко, С. В. Науменкова. — Київ : Центр наукових досліджень Національного банку України : Знання, 2011. — 504 с. — (Інституційні засади розвитку банківської системи України). — ISBN 978-966-346-923-2.
15. Єсіна О.Г. інтернет-банкінг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку/О.Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень - 2017 - випуск №1 (48)
16. Інтернет-банкінг в Україні. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://referatbank.com.ua/referat2.php?id=5278>
17. Леся Виговська, Микола Оліярник. Ринок мобільного та інтернет-банкінгу в Україні б'є рекорди. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://biz.nv.ua/ukr/publications/100-mlrd-na-rik-rinok-mobilnogo-ta-internet-bankingu-v-ukrajini-b-je-rekordi-108675.html>.

18. Міністерство фінансів України: Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://minfin.com.ua/ua>

19. Національний банк України: Офіційний сайт. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bank.gov.ua/control/uk/index>.

20. Офіційний сайт Citigroup. [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.deutschebank.de.<https://www.citigroup.com/citi/> 2. Шкляр А. І. Класичний банкінг: напрями трансформації в умовах технологічної революції.

21. Український соціум. 2018. №1 (64). С. 49-58. 3. Офіційний сайт

22. Національного банку України. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

23. FinTech Ukraine 2017: матеріали конференції. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [https:// mind.ua/publications/20178132-fintech-v-ukrajini-yak-jomuobijti-banki-ta-na-chomu-zaroblyati](https://mind.ua/publications/20178132-fintech-v-ukrajini-yak-jomuobijti-banki-ta-na-chomu-zaroblyati).

24. Губа О. І., Губа М. О. Вплив інновацій на світовий розвиток банківської справи. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2019. Вип. 36. С. 130–136. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2019_36_20

25. Інновації та розбудова фінтех-ринку України – у фокусі уваги Національного банку // Національний банк України. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/news/all/innovatsiyi-ta-rozbudovafinteh-rinku-ukrayini--u-fokusi-uvagi-natsionalnogo-banku>

26. Фінтех-2019: Дослідження українського ринку фінансових технологій. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.management.com.ua/tend/tend1139.html>

27. Звіт «ФінТех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог». Проект USAID «Трансформація фінансового сектору» та інноваційного парку UNIT.City. 2018. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf 2. 27

28. Fintech Unicorns, and Where They Were Born. Available at: <http://www.visualcapitalist.com/27-FinTechunicornswhere-born> 3. Global State of FinTech PWC 2017. Available at: <https://www.pwc.com/jg/en/issues/redrawing-the-lines-fintechs-growing-influence-on-the-financial-services-2017.html> 4
29. Паперник С. Що таке фінтех. Новое Время. 2018. 16 січня. Режим доступу: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/papernyk/shcho-take-fintekh-2445080.html> 5. Hilbert M. Big Data for Development: From Information – to Knowledge Societies. 29. Rochester, NY: Social Science Research Network, 2013. Available at: <http://papers.ssrn.com/abstract=2205145> 6.
30. Паперник С. Fintech – актуальні тенденції на найближчі 3 роки. Юридична газета. 2018. 15 березня. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://evris.law/uk/stattja-fintech> 7.
31. Филатова Е. Директива PSD2: В Европе стартовала эра открытого банкинга. RA7space. 2018. 16 січня. Режим доступа: <https://psm7.com/articles/di>.
32. Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020). Концептуальні засади (версія 1.0). Першочергові сфери, ініціативи, проекти «цифровізації» України до 2020 року. НІТЕСН office. Грудень, 2016. 90 с. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf> (дата звернення 20.12.2020).
33. Стратегія розвитку фінансового ринку до 2025 року. Національний банк України. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/about/refactoring/develop-strategy> (дата звернення 20.12.2020)
34. Кузнецова Л.В., Шмуратко Я.А. Регулювання ринку похідних фінансових інструментів в умовах глобальної економічної нестабільності: монографія. Харків: Діса Плюс, 2018. 248 с.
35. Інноваційно технічні рішення. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://xcs.com.ua/solutions/urn:articles:10F8D63>
36. О.П. Буйницька. Інформаційні технології та технічні засоби навчання. URL: https://pidruchniki.com/1584072029374/informatika/informatsiyni_tehnologiyi_ta_tehnichni_zasobi_navchannya

37. Sienkiewicz L. Competency-based human resources management. The lifelong learning perspective. Warsaw. - 2014. - 264 p.
38. Stavrou E., Brewster C., Charalambous C. Human resource management and firm performance in Europe through the lens of business systems: best fit, best practice or both? *The International Journal of Human Resource Management*. - 2010. Vol. 21/7. P. 933–962