

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний економічний університет
Кафедра банківської справи

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА
на тему: «Механізм формування та реалізації інноваційної
політики банків на ринку банківських послуг: вітчизняний та
зарубіжний досвід»

Студентка I курсу магістратури групи ФБС_м – 11
Спеціальності «Банківська справа»
Мороз О.В.
Керівник к.е.н., доцент Забчук Г.М.

Національна шкала _____
Кількість балів _____ Оцінка ECTS
Члени комісії

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

План

Вступ

1. Сутність та специфіка інноваційної політики сучасного банку
2. Аналіз інноваційних банківських технологій комерційних банків

України

3. Закордонний досвід та можливості його впровадження в роботі банку

Висновки

Список використаних джерел

Додатки

Вступ

Сьогодні при загостренні конкуренції на ринку банківських послуг банки змушені вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг, зокрема, шляхом впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів, нових продуктів та послуг. Враховуючи значний рівень фінансових витрат та ризику, які супроводжують інноваційну діяльність, коло банків, здатних до повноцінної реалізації програм інноваційного розвитку, є досить обмеженим. Це обумовлює актуальність дослідження спроможності банків до запровадження інновацій, оцінки достатності наявних у їх розпорядженні ресурсів та потенційних можливостей їх результативного використання. Відповідно, виникає необхідність у формалізації інноваційного потенціалу банку та розробці науково-методичних засад та практичного інструментарію управління ним.

Теоретико-методологічні засади фінансових інновацій сформульовані у фундаментальних дослідженнях знаних зарубіжних учених, серед яких В. Бансал, С. Баттілоссі, І. Балабанов, В. Викулов, Л. Красавіна, Д. Кочергін, О. Лаврушин, Дж. Маршал, М. Міллер, Ф. Мишкін, Дж. Сінки мл., П. Туфано, Дж. Фінерті, А. Фельдман, Р. Фатхутдінов, Дж. К. Ван Хорн, та ін. Проблемні питання розвитку вітчизняної банківської системи відповідно до викликів сучасного глобалізованого фінансового середовища, подолання внутрішніх загроз і реалізації можливостей, у тому числі шляхом упровадження інноваційних підходів, методів та інструментів у діяльність вітчизняних банків, досліджують українські вчені, такі як: О. І. Барановський, С. А. Буковинський, З.М.Васильченко, О. В. Васюренко, Т. А. Васильєва, А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, О.М.Колодізєв, А. Я. Кузнецова, С. М. Козьменко, О. О. Лапко, С. В. Леонов, В. І. Міщенко, А. М. Мороз, С. В. Науменкова, Л. О. Примостка, М. І. Савлук, Т. С. Смовженко, О. М. Сохацька, В. М. Шелудько та інші. Дослідженню питання розвитку банківських інновацій присвячені роботи таких науковців як: Ю. Киселевіч, С. Єгоричева, В. Ткачук, Я. Кривич, І. Балобанов,

В. Викулов, О. Меренкова, , Н. Чиж, О. Мошенець, Д. Завадська. Водночас, низка питань інноваційної діяльності вітчизняних банків усе ще потребує подальшого дослідження.

Метою роботи є узагальнення існуючих підходів до поняття «банківська інновація» та визначення основних світових трендів банківських інновацій. А також аналіз сучасних українських та світових трендів інноваційної діяльності банків, формулювання принципів фінансових інновацій для вітчизняного банківського сектору, характеристика практики фінансових інновацій комерційних банків. Розгляд сутності та основних напрямків інноваційної діяльності банків на сучасному ринку банківських послуг і визначення можливих напрямків її інтенсифікації.

Однак, незважаючи на значну кількість наукових розробок у цій сфері, ця проблематика розглядається фрагментарно, подальше дослідження вимагає низка питань, пов'язаних, зокрема, із забезпеченням термінологічної узгодженості, формалізацією концептуальних засад системи управління інноваційною діяльністю, а також розробкою методичних підходів до її оцінки. Актуальність і теоретико-практична значущість визначеного кола питань обумовили мету даної роботи. У сучасній глобалізованій економіці як на теоретичному, так і на практичному рівнях розробляється і використовується ціла низка методик аналізу стану та тенденцій національних економічних систем. Одним із найбільш надійних і досконалих інструментів такого порівняльного аналізу вважається індекс глобальної конкурентоспроможності.

Статистичні дані Всесвітнього економічного форуму засвідчують, що загалом інноваційний потенціал України є достатньо значним, хоча динаміка цього показника, на жаль, теж є негативною. Водночас наведені вище параметри індексу глобальної конкурентоспроможності переконливо засвідчують дуже низький рівень практичного використання достатньо значного інноваційного потенціалу. Підсумки дослідження інвестиційного та інноваційного розвитку України протягом останніх років свідчать про недостатню роль цілеспрямованої державної політики, орієнтованої на підтримку цілісності інноваційного процесу

– від наукової розробки до інвестування масового виробництва. Саме тому активне впровадження інноваційних процесів і технологій у всіх сферах суспільного життя і бізнесу має стати тим важелем, який дасть змогу вивести нашу економіку на якісно вищий рівень і забезпечити її високу конкурентоздатність. Сказане повною мірою стосується також ринку фінансових послуг загалом та ринку банківських послуг як його найбільшого сегменту в Україні. Зростання ролі інновацій як вирішального фактору економічного розвитку ставить на порядок денний питання про вироблення ефективної інноваційної політики як на рівні держави, так і на рівні окремих ринкових сегментів, розширення і стимулювання інноваційної діяльності. Серйозні недоліки в інституціональному розвитку, розвитку фінансового ринку, ефективності товарного ринку, ринку праці, привели до відставання в розвитку інновацій, а як наслідок, і до погіршення макроекономічних показників. В економічній літературі чіткого та однозначного тлумачення поняття «банківська інновація» не існує.

Механізм управління інноваціями передбачає комплексне поєднання двох складових елементів – оперативного і стратегічного управління, кожен з яких реалізується через використання функцій інноваційного менеджменту: прогнозування, планування, аналіз ринку, аналіз факторів впливу, вибір управлінських рішень, мотивація і контроль. Функціональний інноваційний менеджмент банку спрямований на ефективне управління процесом пошуку, розробки, впровадження і досягнення необхідного ефекту від інновації. Динамічні зміни ринкового середовища, технологічних та нормативно-правових умов діяльності призводять до того, що проблеми виживання банків і забезпечення належного рівня їхньої конкурентоспроможності стають залежними від їхньої здатності до стратегічної орієнтації на потреби ринку. Унаслідок цього логіка управління інноваціями переносить центр ваги з оперативного тактичного управління на стратегічний рівень, що змінює зміст функцій, методів та інструментів управління. Важливою проблемою є аналіз можливих ризиків упровадження банківських інновацій та оцінка впливу їхніх

наслідків, що безпосередньо пов'язано з аналізом ефективності інноваційних рішень і вибором найбільш оптимального із них. З цією метою необхідно здійснювати порівняльний аналіз ефективності інноваційних проектів. Такий порівняльний аналіз ґрунтується на порівнянні проектів між собою на етапі прийняття рішення про вибір проекту, на порівнянні показників ефективності конкретного проекту з плановими параметрами, які визначаються на стадії проектування інновації, на зіставленні їх з позицій якісних характеристик, сфери і обсягу можливого застосування, затратності й рентабельності.

Водночас інновації є складним об'єктом стратегічного управління, що потребує планомірного та ефективного управління інноваційною діяльністю банку з урахуванням закономірностей її розвитку. Вирішення цього завдання покладається на інноваційну політику банку. У сучасному світі основним механізмом досягнення високої економічної ефективності будь якої організації є вміння реагувати на зміни ринку та його ресурсної бази. В час інформаційного суспільства та швидкого зростання економічної та технологічної обізнаності людини, організації впроваджують нові ресурсні бази для задоволення нових потреб споживача. Так виникає потреба в інноваціях. Банківська сфера кожної країни з ефективно працюючою економікою є осередком інноваційних продуктів та результатів інтелектуальної діяльності людини. Впровадження технологій у країнах з перехідною економікою, в тому числі і в Україні, є досить складним процесом, адже потребує значних фінансових ресурсів. Зважаючи на це, дослідження світової практики впровадження інноваційних продуктів є актуальним.

Спільною рисою в технологічному розвитку банківської системи України та Європи є активне інвестування в покращення операційної діяльності, оптимізацію взаємодії з клієнтом та покращення рівня інтеграції банків з іншими системами (соціальними мережами, он-лайн покупками, тощо).

1. Сутність та специфіка інноваційної політики сучасного банку

Інноваційна політика банку складає послідовну систему заходів, направлених на досягнення цілей розвитку банку. Дані заходи пов'язані з створеннями інноваційних банківських продуктів та послуг, а також методів роботи для підвищення конкурентоспроможності банку та розвитку клієнтської бази.

Зазвичай під інновацією розуміється об'єкт, який в результаті наукового дослідження або здійсненого відкриття впроваджений у діяльність, що відмінний від попереднього аналогу.

Найчастіше виділяють зовнішні та внутрішні інновації.

До внутрішніх інновацій відносяться зміни які стосуються реорганізаційних або технологічних аспектів.

В структурі внутрішніх інновацій банку основними є такі види:

- Фінансові – нові фінансові інструменти, банківські послуги та продукти;
- Технологічні – створення інноваційних методів роботи, які впливають на якість банківських продуктів, зниження ціноутворення та операційних витрат.;
- Адміністративні – зміна й удосконалення системи діяльності банку;
- Концептуальні – зміна стратегії операцій банку або переорієнтація на інший сегмент бізнесу.[4]

Зовнішні інновації – це винахід нових технологій або зміна методів реалізації власних, а також інвестування в діяльність інших організацій.

До зовнішніх інновацій банків відносять:

- Комунікаційні – розробка рекламної стратегії для залучення клієнтської бази, пристосування банківських технологій до середовища конкретного регіону;
- Інвестиційно-кредитні – інвестування в технології промислових підприємств та організацій.

На теперішньому етапі розвитку фінансового невпинно скорочується життєвий цикл послуги, різко збільшується конкуренція, активізуються вимоги споживача до банківських продуктів і послуг. Щоб вижити у таких умовах, банк повинен безупинно поліпшувати свої послуги та продукти, знаходити нові галузі діяльності, модернізувати виробничі й управлінські процеси.

У світовій практиці, виділяють наступні види банківських інновацій:

- Інновації у нових сферах фінансового ринку
- Нові продукти в традиційних сегментах ринку
- Використання нових інформаційних технологій для управління готівкою
- Послуги фінансового посередництва, направлені на зменшення операційних витрат та ефективнішому управлінню активами та зобов'язаннями

Актуальними напрямками здійснення інноваційної політики в банківській галузі є такі:

- комп'ютеризація та забезпечення інформаційної безпеки;
- упровадження нових банківських продуктів;
- освоєння нових сегментів ринку;
- підвищення рентабельності діяльності банку в цілому і кожного підрозділу окремо;
- підвищення ліквідності банку;
- оптимальне використання наявних матеріальних, людських та фінансових ресурсів.

Найбільше інновації застосовуються за допомогою інформаційних технологій в технологічних процесах діяльності банку, а саме:

- формування звітності для ухвалення організаторських рішень;
- здійснення досліджень в області фінансів;
- електронно-видавнича діяльність;
- забезпечення клієнтів інформацією;
- використання смарт-карток;

- персональні робочі місця для клієнтів банку;
- відео-конференції;
- телекомунікаційні послуги;
- індивідуальне обслуговування;
- ідентифікація клієнта при обслуговуванні та ін.

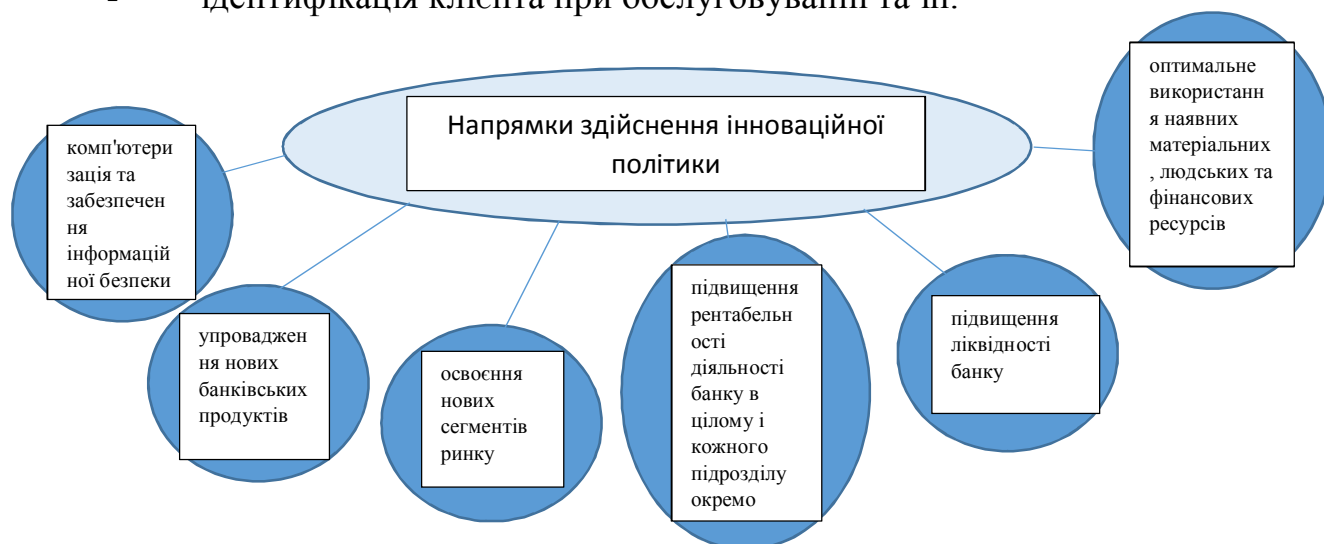


Рис.1.1 Напрямки здійснення інноваційної політики

Найбільше інновації застосовуються за допомогою інформаційних технологій в технологічних процесах діяльності банку, а саме:

- формування звітності для ухвалення організаторських рішень;
- здійснення досліджень в області фінансів;
- електронно-видавнича діяльність;
- забезпечення клієнтів інформацією;
- використання смарт-карток;
- персональні робочі місця для клієнтів банку;
- відео-конференції;
- телекомунікаційні послуги;
- індивідуальне обслуговування;
- ідентифікація клієнта при обслуговуванні та ін.

Банк, який за допомогою інформаційним технологіям оперує „фінансовим профілем клієнта”, отримує миттєвий доступ до інформації, яка стосується поведінки споживачів, статистики, їх структури, галузей та ринків. Сучасні

інформаційні технології дозволяють швидко реагувати на зміни у клієнтському колі різних соціально-економічних ступенів.

Інноваційна діяльність банку підлягає досягненню основної мети – цілковите задоволення вимог клієнтів послугами при мінімальних витратах на їх розроблення та впровадження, для одержання максимально можливого прибутку.

Інноваційний процес задіює майже всі сторони діяльності банку. Інноваційна діяльність являє собою досить складу комплексну, яка пронизує усі функціональні галузі – розроблення проектів, наукові дослідження, маркетинг, планування.[18]

За сьогоднішніх умов інновації є не тільки мірилом конкуренції, але й умовою вдалого існування вітчизняних банків на ринку. Тому найбільш великого значення набуває їх спроможність енергійно впроваджувати інноваційні проекти та ефективно управляти ними.

До основних проблем і завдань, які вирішуються у межах стратегічного менеджменту інновацій, належать такі:

- вивчення ринку для нових продуктів;
- прогнозування характеру та етапів життєвого циклу продукту;
- дослідження способів продажу нового продукту;
- опрацювання кон'юнктури ринків ресурсів;
- аналіз і розробка можливих варіантів взаємодії з конкурентами;
- здійснення аналізу ціни, витрат, обсягів продажу нового продукту;
- оцінка планування і ефективності нововведень як інвестиційного проекту;
- визначення методів страхування і мінімізації ризиків;
- освоєння та розміщення на ринку інноваційного продукту;
- визначення доцільності та планування форм передачі технологій в процесі створення та розміщення на ринку для підтримки потрібного обсягу продажів інноваційного продукту.

Щодо процесів нововведень інноваційний менеджмент вирішує завдання та проблеми лише з тією різницею, що тут визначальним чинником є не тільки створення нових продуктів, а й можливість за допомогою продуктивніших технологій наситити ринок наявного продукту.

Банк під інновацією розуміє створення банківського продукту, який:

- має найбільш привабливі для клієнта властивості порівняно з іншими, які пропонувалися раніше;
- вимагає використання більш новітньої технології створення.
- є більш новішим і здатним задовільнити раніше неохоплені вимоги потенційного покупця;

У властивостях інновації виділяють такі характеристики:

- задоволення ринкового попиту;
- новизна;
- комерційна ефективність.

Дані ознаки в повній мірі відповідають твердженню банківського продукту, але врахувавши неоднозначність поняття “інноваційна діяльність банку”, потрібно окремо аргументувати поняття “новизни” щодо введення нових банківських продуктів:

- продукт який розроблений банком для втіли потреб клієнтів і ще не мав аналогів на ринку;
- продукт уже існуючий на одному з ринків, але переведений на іншій;
- продукт який впроваджений на основі оцінки комерційної ефективності та аналізу фінансового ринку для створення копії вже існуючого на ринку продукту.

Багато фінансових інновацій зазнає невдачі через недоліки ліквідності. Для конкретної інновації найбільш важливим є загальноекономічні фактори успіху. Фінансові інновації повсякчас залежать від усілякого прагнення, тих хто бере участь у ринку до нововведень. Значення інновацій насамперед проявляється в аспекті ліквідності, мається на увазі що при скороченні витрат відбувається

підвищення ефективності інформації, що тягне за собою підвищення ефективності розподілу ризику та капіталу.

Механізм формування інноваційної політики банків – це важкий процес, тому доцільно виділяти її стратегічні принципи:

- безперервність і послідовність
- Скорочення термінів розроблення та впровадження банківських інноваційних продуктів
- Впровадження в банківську діяльність сучасних технологій
- Прискорення процесів інтеграції інновацій
- Розвиток та збереження клієнтської бази
- Підвищення рентабельності та фінансової стійкості операцій банку, при збільшенні доходів.[14]

Не беручи до уваги очевидні стратегічні переваги банків, що впроваджують активну інноваційну політику, банки зіштовхуються з рядом проблем:

- Неповне використання маркетингових інструментів та досліджень при створенні та впровадженні інноваційної політики банку
- Незахищеність та висока ризиковість інвестиційних операцій для інноваційних проектів
- Недостача власних ресурсів для здійснення інноваційних проектів

Початковим етапом інноваційної політики банку є визначення конкретних настанов в галузі інновацій та механізму організації інноваційної політики.

У банківському бізнесі існує ряд тенденцій, що визначають необхідність подальшого розвитку інновацій у банківській сфері:

- Зменшення обсягу надання традиційних банківських послуг
- Уніфікація банківських послуг та інтернаціоналізація банківської діяльності
- Зростання міжбанківської конкуренції
- Інтеграція банківських установ з небанківськими інститутами

- Універсалізація банківської діяльності при цілковитому збереженні спеціалізації банків

Банківська інновація проявляється тільки в процесі своєї реалізації як всередині банку так і на фінансовому ринку. Ступінь новизни банківської послуги або продукту визначає попит створений на фінансовому ринку.

Життєвий цикл банківської інновації в часовому вимірі проходить ряд стадій.

- Життєвий цикл банківської інновації є основою механізму планування і аналізу інновації. Підчас аналізу банківської інновації встановлюється, який етап життєвого циклу вона проходить в даний час, яка її найближча перспектива, також можна дізнатись коли почнеться її різкий спад і коли інновація закінчить своє існування.

- Концепція життєвого циклу інновації дає логічне поняття закономірності систематичної роботи по плануванню та введення інновацій, а також по подальшому просуванні інновації на ринку.

- Банківська інновація штовхає керівника банку та інші підрозділи банку пов'язані з інноваційною біль детально аналізувати господарську діяльність суб'єктів як із позиції теперішнього часу, так і з погляду можливостей її розвитку, себто з позиції майбутнього.

В загальному, теорія життєвого циклу банківської інновації займає важливе місце при плануванні створені інновації та організації процесу нововведень в банківській сфері. Тому, на першому плані для банку залишається проблема оцінки ефективності інноваційної послуги або продукту, а також обґрунтованості рішень банківського менеджменту при реалізації вибору між альтернативними варіантами. Обрання інноваційної послуги банку здійснюється з урахуванням її привабливості та іміджу банку, його територіальної доступності та тарифної політики. За даних умов імідж являє собою суспільне бачення якості банку, престижність, позитивні відгуки про банк, його довго тривалість безконфліктного існування. Основною складовою іміджу є довіра клієнтів, що містить у собі ступінь задоволення клієнтських потреб. Попри це, при визначенні

привабливості інноваційного продукту або послуги слід враховувати не тільки імідж банку, а й зміну банку після введення інновації[3].

Одночасно із цим, потрібно враховувати унікальність даного продукту або послуги і те, що їх ціна формується під впливом пропозиції з боку банку, а тому насамперед залежатиме від періоду окупності послуги або продукту.

Після приходу на український ринок сильних іноземних гравців відбулося посилення міжбанківської конкуренції, тому питання банківських інновацій стало ще актуальнішим для українських банків. Вирішенням даного питання являється розвиток банків на інноваційній основі, що дає реальну можливість для українських банків підвищити та зберегти свою конкурентоспроможність при умовах коли постійно збільшується боротьба за клієнтів. Через те банки повинні бути зацікавлені у впровадженні інновацій, що дадуть їм змогу задовольняти попит на нововведення.

Розробка інноваційних банківських послуг та продуктів – це процес під час якого відбувається зміна стратегії банківської діяльності, частиною якої є інноваційна політики, через те що, вона чинить значний вплив на конкурентну роль банку на фінансовому ринку.

Для отримання максимального ефекту від введення інновацій, рішення щодо інноваційної політики банків, а саме фінансового забезпечення деяких видів інноваційної діяльності та створення власного інноваційного портфеля повинно здійснюватися за подальшими етапами:

- формування інноваційного портфеля банку
- диверсифікація інноваційного портфеля банку
- аналіз інноваційної привабливості ринку
- селективність інноваційного портфеля банку
- розроблення інноваційної політики комерційного банку
- інноваційна стратегія банку повинна узгоджуватися з кредитною та інвестиційною стратегією
- добір інноваційних проектів повинен співпадати з етапами інноваційного циклу

Основою управління банківськими нововведеннями є врахування соціальних аспектів інновацій, а також зміна їх соціальної значущості з часом. Велику роль у цьому відіграє держава, що регулюючи податкові ставки і надаючи пільги стимулює чи стримує фінансування, сприяючи цим на просування інновацій на ринок споживання.

2. Аналіз інноваційних банківських технологій комерційних банків України

Кілька років економічної кризи призвели до того, що частина розрахунків бізнесу все активніше переходить в «сіру» зону. Оскільки питання готівки або безготівкових розрахунків залежить від довіри до фінансових інститутів в суспільстві, криза ж формує цілі сектори економіки, які потребують готівку.

Всупереч цій тенденції, банки продовжують інвестувати мільярди в розвиток cashless. Якщо в 2001 році кількість банкоматів становила 1800, терміналів - 14 590 штук, то на початок 2016 року, згідно з даними НБУ, в Україні працювали 33 300 банкоматів та 194 470 платіжних терміналів. Ця інфраструктура зіграє свою роль в майбутньому зміцненні фінансового сектора, оскільки сам ринок буде відновлюватися завдяки зміцненню довіри, яке заробляється роками, і - завдяки розвитку технологій.

Нові технології стали однією з головних рушійних сил у розвитку сучасного масового банкінгу. Якісні інтернет і мобільний банкінг, можливість бути «кишеньковим» банком 24/7 сьогодні - найважливіші аргументи для співпраці. Якість каналів продажів і сервісу теж грає величезне значення в конкурентній боротьбі. І все це - на тлі кризи в економіці і розквіту готівкових розрахунків.

Під час кризи зменшуються доходи, люди починають економити - на податках, зарплатах тощо. Через це економіка переходить в «сіру» зону, адже, використовуючи готівку, ти практично непідконтрольний. А якщо ти працюєш через банки і за допомогою безготівки, всі твої операції можна відстежити.

Істотний і важливий для України перехід в безготівкові розрахунки можливий за кількох умов. Наприклад, якщо будуть знижені податки з одночасним введенням високих і дієвих штрафів. Щоб людям стало просто не вигідно працювати «в чорну».

Навіть дуже низькі податки будуть сплачувати - в разі невідворотності покарання, і коли всіх поставлять в рівні конкурентні умови.

Існує думка, що якщо держава знизить податки, люди взагалі перестануть їх платити. Але навіть дуже низькі податки будуть сплачувати - в разі невідворотності покарання, і коли всіх поставлять в рівні конкурентні умови. Через цю практику пройшли всі держави - «сірі» схеми є в абсолютно всіх країнах світу. Питання тільки у впливі держави на ці процеси. Наприклад, досить згадати, як Швейцарія розкривала перед Німеччиною і США дані про німецьких та американських вкладників в своїх банках.

Негативу вніс і процес виведення з ринку проблемних банків. Постраждали тисячі підприємств, одне з наслідків - люди часто навіть гроші на картці бояться зберігати. Однак розвиток економіки можливо тільки через зворотний процес відновлення довіри в суспільстві, зниження процентних ставок, подовження депозитів, поява дешевого фондування, внутрішнього і зовнішнього. Ще одна важлива умова - своєчасне і ефективне розвиток технологій. У тому числі з боку банків. І деякі гравці вже дивляться в майбутнє.

Сьогодні майбутнє фінансів визначають кілька гравців. До першої групи належать банки з державним капіталом – “Ощадбанк”, “Укрксімбанк” і “Укргазбанк”. Маючи доступ до фондування і інший державну підтримку, вони розвивають нові технології і канали продажів. Далі – “ПриватБанк”, який є безперечним новатором в безлічі технологій, пов'язаних з фінансовим бізнесом. “Альфа-Банк” - навіть в надмірному кризі набуває банки і розвиває кредитування.

Розвиток економіки можливий тільки через зворотний процес відновлення довіри в суспільстві, зниження процентних ставок, подовження депозитів, поява дешевого фондування, внутрішнього і зовнішнього.

Банки інтегруються в програми лояльності, нові технології, електронні гроші. Тим самим отримують доступ до нових клієнтських баз. Навіть там, де раніше, здавалося б, таких можливостей для кооперації банки не бачили. Акціонери “Альфа-Банку”, через керуючу компанію “L1”, інвестують в найвідоміший в світі сервіс таксі Uber \$ 200 млн. Усього в компанії “L1” від \$ 16 млрд, спрямованих на розвиток нових технологій. “Сбербанк-Лізинг” домовився

про партнерство з Uber в наданні пільгових умов при покупці автомобілів для водіїв Uber в лізинг. Це - абсолютно новий етап партнерства та розвитку. З іншого боку, “ПриватБанк” впритул займається iGov, і всім, пов'язаним з електронним урядом. За такими рішеннями, які показують готовність інвестувати сьогодні час і гроші в нетрадиційні для банків сфери, майбутнє.

Дослідженнями у сфері IT в Україні займається ПриватБанк, який навіть розробив власну операційну систему Corezoid. “Ощадбанк” розвиває безконтактні платежі, наприклад, для проходу в київський метрополітен.

Гроші змінили свою вартість. Банки інтегруються в нові технології “Альфа-Банк” привносить на ринок нові технології, такі як Alfa-Pay, що дозволяють використовувати годинник для платежів. У них - одні з найкращих каналів обслуговування фізичних осіб, ноу-хау в сервісі. Вони - в числі активістів з розвитку NFC в Україні. Плюс таких банків - в тому, що всі помилки вони вже проплатили.

В умовах зростаючої конкуренції, посилення вимог регулятора, постійних зовнішніх і внутрішніх загроз, банки повинні постійно реалізовувати нові стратегії розвитку і просування на ринку, які б забезпечили ефективність, конкурентні переваги, стабільність і зростання. За таких умов все більше говорять не про окремі інновації, як такі, а про інноваційну діяльність банків як цілеспрямований постійний процес аналізу інноваційних можливостей та пошуку нових ідей і впровадження їх в конкретні нові та більш досконалі продукти, послуги, технології, організацію управління, входження з ними на конкурентний ринок і завоювання ринку. Як зазначає П. Друкер, основне завдання інноваційної діяльності полягає в тому, щоб перетворити потреби суспільства в нові можливості для прибуткового ведення бізнесу [1, с. 42-43]. Саме на активній взаємодії банку і клієнта будуються стратегії Банк 2.0 і Банк 3.0, відповідно до яких основною рисою банку майбутнього є орієнтація на розвиток високотехнологічних продуктів і послуг, інноваційна інтернет-направленість і активна робота з клієнтами через соціальні мережі [2, 3]. Досліджуючи сутність банківських інновацій, слід звернути увагу на важливість

їх обґрунтованої класифікації, оскільки це дозволяє виявити закономірності в розробці та застосуванні банківських інновацій, визначити спрямованість інноваційної стратегії розвитку банку, ефективні економічні та управлінські механізми щодо створення, впровадження та комерціалізації банківських інновацій, просування та реалізації своїх розробок і продуктів на ринок, які для різних видів інновацій різні. Проведений аналіз існуючих класифікацій банківських інновацій [4] дозволяє стверджувати, що вони недостатньо враховують сучасні світові тенденції в розвитку інноваційної банківської діяльності, що базуються на поєднанні нових і традиційних технологій, автоматизації банківських процесів, віртуалізації та інтернетизації, інституційних змінах. З огляду на зазначене, розроблена класифікація сучасних банківських інновацій за такими ознаками (детальна класифікація сучасних банківських інновацій у Додатку А):

- 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 (everyday

banking; програми лояльності, лідерство на ринку, безпека банківської діяльності, маркетингові інновації та інші). Стратегія переходу банків до інноваційної моделі розвитку пов'язана з перетворенням інновацій, інформаційних технологій та освіти у визначальні фактори розвитку як окремих банків, так і в цілому банківської системи. В новому інформаційному суспільстві періодичні трансформації перестануть сприйматися як виключення і стануть нормою життя. В період базових структурних перетворень виживають тільки лідери змін – ті, хто чутко відчуває тенденції змін і миттєво пристосовується до них, використовуючи на користь собі, ті, хто готовий до постійних змін і здатний самостійно їх генерувати, відмовившись від старих і звичних форм роботи. Заснована на інноваціях банківська діяльність забезпечує значне скорочення витрат та підвищення ефективності. У такій своїй якості інновація – потужний механізм, який забезпечує високу конкурентоспроможність, зміцнення ринкової позиції та підвищення ефективності. Вийти на конкурентний ринок першими – мета багатьох інноваційно-орієнтованих стратегій розвитку банків.

Зауважимо, що існуючі на сьогодні в Україні дослідження щодо впровадження інновацій, зокрема в рамках концепцій Банк 2.0, Банк 3.0, обмежуються вибірконими дослідженнями, обмежуючись 50 найбільшими банками [5]. Проведене дослідження базується на генеральній сукупності, включаючи всі діючі 127 банків станом на 01.10.2015 р. в розрізі груп банків за такими чотирма основними напрямками інноваційного розвитку, визначеними в Банк 3.0:

- 1) наявність Інтернет-банкінгу;
- 2) наявність мобільних додатків для смартфонів та планшетів;
- 3) представленість у соціальних мережах та взаємодія через них із клієнтами;
- 4) наявність автоматизованих відділень, терміналів самообслуговування.

Станом на 01.10.2015 року 49 із 127 банків, що становить 39%, не мають до цього часу систем Інтернет-банкінгу та пропонують клієнтам управляти своїми рахунками через відділення за допомогою операціоністів і це при тому,

що на початок 2015 року проникнення Інтернету в Україні досягнуло 58% та охопило 21,1 мільйонів чоловік [6]. Дані щодо впровадження інтернет банкінгу банками України в розрізі груп показано на рис. 2.

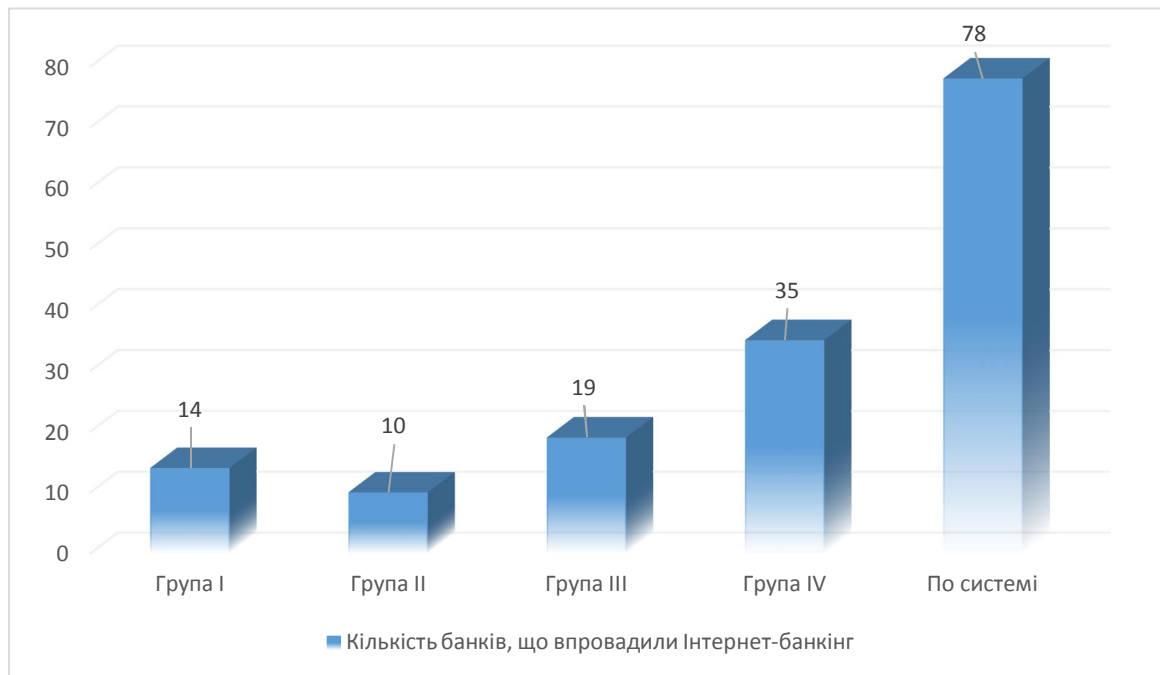


Рис. 2.1. Рівень впровадження інтернет-банкінгу банками України

Головною тенденцією розвитку сучасних технологій в світі на сьогодні є перехід та широке використання мобільних пристроїв у повсякденному житті. Статистика проникнення смартфонів та планшетів свідчить про те, що даний клас пристроїв не тільки доповнює звичайні комп'ютери та ноутбуки, а все частіше повністю замінюють їх у повсякденному використанні. На початок 2015 року в Україні частка користувачів мобільних пристроїв серед звичайних користувачів Інтернету складала 31%, а частка користувачів, які використовують тільки мобільні пристрої склала 5%. Зауважимо, що розповсюдження смартфонів в Україні серед аудиторії віком 18-51 років у 2015 році досягне 50%, і це при тому, що у 2013 році цей показник склав лише 9%. В основу концепції Банк 3.0 [3] покладено мобільні технології, мобільний банкінг. За даними видання American Banker ера мобільного банкінгу почалася ще у 2012 році, адже саме у той час мали змогу реалізуватися на практиці 2 основні тенденції:

1) широке використання смартфонів користувачами; 2) розвиток технологій забезпечив можливість розробки потужних та безпечних мобільних додатків. За даними видання Equities, у 2009 році тільки 3% банків в США

пропонували клієнтами мобільні банківські додатки, тоді як на 2013 рік пропонують вже 80% американських банків. Станом на 01.01.2015 р. в Україні лише 13 із 127 банків, або 10%, пропонували своїм клієнтами мобільні додатки, через які можливо управляти рахунками, здійснювати платежі, керувати депозитами, оплачувати комунальні послуги і т.д. Банки, що своєчасно зрозуміли інноваційні тенденції та впровадити їх серед своїх послуг та каналів обслуговування, це – Приватбанк, Ощадбанк, Сбербанк Росії, Укрсоцбанк, Альфа-банк, Укрсиббанк, Перший український міжнародний банк, ОТП банк, Фідобанк, Кредобанк, Платинум банк, Правекс – банк, Піреус банк МКБ.

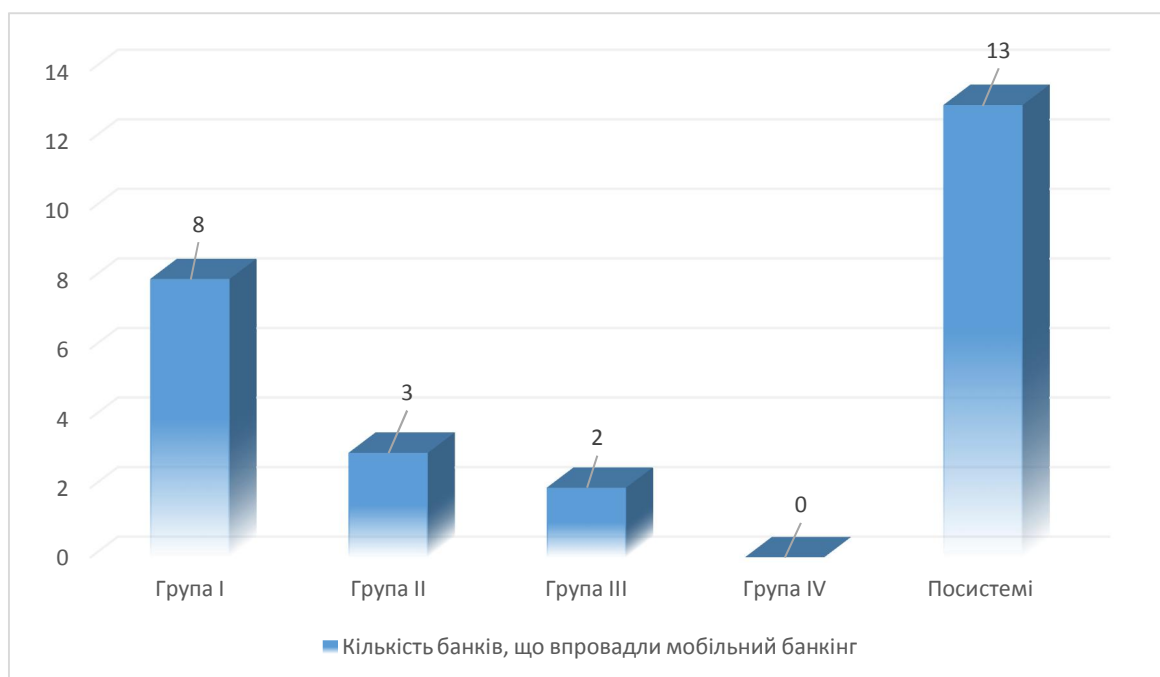


Рис. 3. Рівень впровадження мобільного банкінгу банками України

Окремо слід виділити Приватбанк, який пропонує на сьогодні своїм клієнтам не один, а 19 мобільних додатків, пристосовувавши їх до певного типу користувачів та розподіливши їх за типами банківських та побутових операцій.

Для приватних осіб ПриватБанк пропонує такі 14 додатків, а саме: «Приват24» – для проведення будь-яких фінансових операцій з грошима та картками; «Скарбничка» – для організації заощаджень; «ФотоКаса» – для передачі фотокопій рахунків, квитанцій операціоністу для подальшого проведення платежу без необхідності відвідування банківського відділення чи терміналу самообслуговування; «Бонус Плюс» – програма лояльності для клієнтів та партнерів Приватбанку; «SMS-банкінг» – довідник команд для

SMSбанкінгу; «ПриватКарта» – додаток для швидкого пошуку відділення, банкомату чи терміналу самообслуговування; «Автомобіль облік витрат» – додаток для контролю витрат на утримання власного авто; «Мої вклади» – додаток для оформлення, перегляду, поповнення власних депозитів; «ПриватАгент» – додаток для партнерів ПриватБанку; «AirPay» – додаток для безконтактних платежів; «Автомийка» – додаток для пошуку та бронювання автомийки; «Судовий збір» – додаток для пошуку реквізитів потрібного суду для сплати судового збору; «Кредитна історія» – додаток для доступу до власної кредитної історії; «ПриватБюджет» – додаток для легкого керування власними фінансами. Для корпоративних клієнтів пропонує наступні 5 додатків: «Фінансовий контролер» – додаток для контролю діяльності компанії; «Privat24 Business» – додаток для керування рахунками компанії за допомогою мобільного телефону: проведення платежів, перегляд виписок; «Pay» – додаток, що дозволяє приймати до оплати картки Visa та MasterCard; «ПриватТендер» – додаток для перегляду переліку поточних тендерів, дозволяє подавати анкети на участь та надсилати цінові пропозиції за лотами; «ПриватВідомість» – додаток для контролю статусів зарплатних відомостей компаній. У травні 2015 року представники менеджменту ПриватБанку приймали участь у світовій фінтех-конференції Finovate (Сан-Хосе, Каліфорнія), де демонстрували хмарну операційну систему власної розробки. Із файлів відео-презентації видно, що із 28,6 млн. мільйонів клієнтів ПриватБанку – 2,8 млн. (приблизно 10%) користуються мобільними додатками ПриватБанку. У свою чергу у вересні 2015 року найвідоміше англomовне видання KyivPost Україна провело опитування серед українців та визначило, що Приват24 – є найкращим мобільним додатком, розробленим в Україні за результатами опитування. Мобільний додаток Приват24 має понад 3 млн. завантажень, що безперечно свідчить про його якість для корисність. Наступною інноваційною тенденцією, що вже сьогодні набула популярності у світових банків-інноваторів, є наявність автоматизованих відділень та терміналів самообслуговування. Статистичні джерела відображають, що значення відділень банків як каналу обслуговування клієнтів

постійно знижується, головною причиною чого є рух у бік цифрових банків. Дані, що представлені Європейським центральним банком у 2013 році, говорять про масове закриття відділень банків, особливо в країнах, де введений режим економії, наприклад в Іспанії. Субсидіювання недохідних відділень є розкішшю, яку може дозволити собі меншість. Дослідження проведені Deutsche Bank доводять, що витрати на утримання мережі відділень (оренда приміщень, меблювання та витрати на оплату праці персоналу) складають 60% витрат роздрібною банківської мережі [7]. Можливість ведення банківського бізнесу у форматі дистанційного банківського обслуговування є додатковим стимулом до закриття відділень. На думку консультантів McKinsley та Європейської фінансової асоціації менеджменту та маркетингу, такий формат ведення банківського бізнесу до 2021 року принесе від 15 до 20 млрд. євро додаткових доходів європейським банкам. За останні 16 років відвідуваність банківських відділень щорічно знижується на 4% [2]. Виходячи із цього, набуває неабиякого значення поширення автоматизованих відділень та терміналів самообслуговування. Одним із основних прогнозів для побудови мережі відділень нового типу є рекомендація замінити 80% відділень допоміжними пунктами самообслуговування. В Україні автоматизовані відділення та мережі терміналів самообслуговування станом на 01.10.2015 р. пропонують лише 24 із 127 банків, що складає 19% банківської системи України: 71% банків I групи (10 із 14 банків), 50% банків II групи (7 із 14 банків), 13% банків III групи (3 із 24 банків) і лише 5% банків IV групи (4 із 75 банків). З чого можна зробити висновок про низький рівень впровадження автоматизованих відділень та терміналів самообслуговування в Україні. Четвертою інновацією, якою має володіти сучасний цифровий банк, є робота в соціальних мережах. При цьому таке використання соціальних мереж у своїй діяльності має проводитись у декількох напрямках [2]: 1) маркетинговий канал - реклама у соціальних мережах, продажі за допомогою соціальних мереж, відстеження та підтримка репутації; 2) підтримка клієнтів - проактивне спілкування, консультування, вирішення проблем клієнтів, допомога з фінансових питань; 3) соціальні платежі - платежі за

допомогою спеціальних додатків до соціальних мереж, що розроблені банківською або небанківської фінансовою установою, що дозволяють в режимі реального часу здійснювати мікроплатежі між користувачами соціальної мережі;

4) соціальна CRM система - використання даних щодо інтересів аудиторії спільноти, щоб краще зрозуміти, хто ж насправді є клієнтом банку;

5) скорингові системи, побудовані на даних із соціальних мереж - оцінка кредитоспроможності, що базується на даних профілю в соціальних мережах, репутації користувача, рівні довіри інших користувачів до даного користувача;

6) соціальне кредитування та заощадження. На сьогодні українські банки вже зрозуміли переваги соціальних мереж та активно працюють з клієнтами в соціальних мережах, про що свідчать такі дані: 45 із 127 українських банків, або 35% від загальної їх кількості, мають сторінки у соціальній мережі Facebook. Стратегії, що обирають українські банки для своєї роботи у соціальних мережах на сьогодні дуже різняться. Але вже сьогодні можна звернути увагу на декілька спільнот, що створилися навколо сторінок банків та за якими активно слідкують і взаємодіють як клієнти банку, так і потенційні клієнти. Найбільші спільноти на сьогодні мають Приватбанк - 63 тис. послідовників, ПУМБ - більше 55 тис. послідовників, Райффайзен Банк Аваль - майже 19 тис. послідовників, Укрсиббанк - 17 тис. послідовників та Ощадбанк має 13 тис. послідовників. Як видно, найбільші та найактивніші спільноти належать банкам I групи за величиною активів. Щодо використання українськими банками соціальних мереж, то на станом на 01.01.2015 р. маємо таку такі дані:

I група - 10 із 14 банків (71%),

II група - 8 із 14 банків (57%),

III група - 9 із 24 (38%),

IV група - 18 із 75 банків (24%).

Наведені дані є на порядок вищі, ніж за попередніми двома інноваційними напрямками, адже для того, щоб почати працювати із клієнтами через соціальні мережі на першому етапі потрібні мінімальні інвестиції, а більше потрібно змін у корпоративній культурі, підходах та принципах обслуговування.

Майбутні удосконалення банкінгу пов'язують з впровадженням концепції Банк 3.0, які базуються на наданні високотехнологічних послуг та активній взаємодії з клієнтами в рамках моделі everyday banking, сутність якої полягає в тому, що банк стає центром екосистеми, яка дає можливість банку підтримувати постійний контакт з клієнтами в режимі 24/7/365 завдяки використанню інтернет-технологій, соціальних мереж, смартфонів, мобільного банкінгу для задоволення потреб клієнтів як у фінансових, так і не фінансових послугах, підвищення конкурен тоспроможності та ефективності діяльності банків. Дослідивши банківську систему України щодо слідування сучасним інноваційним тенденціям банківництва, можна зробити висновок про невисокий рівень впровадження банками України концепції Банк 3.0. На сьогодні лише 6 банків (Приватбанк, Ошадбанк, Альфа-банк, Укрсиббанк, ОТП Банк, Платинум банк) працюють за всіма чотирма сучасними напрямками інноваційного розвитку, 16 банків взяли на озброєння 3 напрями, 29 банків мають у своїй стратегії та переліку послуг 2 напрями і нажаль 44 українські банки ще не взяли на озброєння ні технології дистанційного обслуговування та самообслуговування, ні роботу із мобільними технологіями і не мають бажання спілкуватися та консультувати своїх клієнтів у соціальних мережах.

Згадані гравці вже сьогодні стали головними рушійними силами розвитку технології на банківському ринку. Найбільші банки ведуть переговори з Google про створення спільних проектів. Інвестують в глобальні проекти, пов'язані з майбутнім. Вони дивляться в майбутнє, розуміючи, що через 10, 15 років в світі будуть домінувати гігантські Мегабанки, які будуть видавати корпоративні кредити і виконувати функції сховищ ресурсів. Тоді як розрахунки, з великою ймовірністю, будуть йти на аутсорсинг.

3. Закордонний досвід та можливості його впровадження в роботі банку

Світовий досвід показує, що стійкий довгостроковий розвиток економіки у сучасних умовах залежить більшою мірою від інноваційної активності суспільства і окремих його елементів, а не від ресурсних можливостей, що є обмеженими.

Сьогодні банки розвинутих країн практично вичерпали свої можливості зростання за рахунок звичних для них джерел так і за рахунок поглинань та злиттів. Тому для розвитку та самозбереження у банківських інститутах об'єктивно виникає потреба у формуванні інноваційного мислення. Інновації у банківській сфері мають свою специфіку, тому що на відміну від виробничих компаній, банки являються консервативним організаціями. Незмінність організаційних структур, змісту операцій, процедур контролю, зовнішнього вигляду приміщень, вмінь співробітників протягом тривалого часу склало основу формування іміджу стабільних інститутів та як наслідок довіри клієнтів. Тому в теперішніх умовах банки змушені поєднувати речі які не поєднуються – інновації та розумний консерватизм.

Перспектива отримання прибутку є основною причиною виникнення нововведень у банківській сфері. Сприятливі умови для виникнення інновацій створюються в першу чергу через зміни зовнішнього середовища. Існуюча у країні система регулювання банківської діяльності виступає основним інституційним фактором, який впливає на процес впровадження та розробки банківських інновацій. Як показує світова практика занадто сувора регулятивна система перешкоджає природному розвитку інноваційного процесу, при цьому ставлячи банківську систему країни у нерівне конкурентне становище в порівнянні з глобальною економічною системою.

У сучасних умовах банківська діяльність значно диверсифікована, що дає їй змогу утворювати один з найбільш динамічних секторів економіки. Прагнення банку досягти стабільної прибутковості взаємопов'язане з клієнтом. Клієнт являє

собою основний двигун розвитку банківських інновацій. Великий вплив на діяльність банків відіграє інтегрованість клієнта в сучасні процеси інформатизації та автоматизації.

Аналізуючи історичний розвиток інновацій, які були впроваджені у банківській сфері, існує пряма залежність між інноваційною діяльністю банків та науковими і технологічними досягненнями людства. Наприклад прискорення ходу інформатизації та автоматизації значно сприяло на розвиток банківських послуг. Тому для більш глибокого аналізу процесів нововведень в світі, а також подальшого прогнозування тенденцій, доцільно буде дослідити послідовність впровадження та розвиток інновацій у світовій практиці.

Таблиця 3.1

Хронологія розвитку найсуттєвіших банківських інновацій

Рік	Сутність інновацій
1661	створений перший державний центральний банк в світі – Банк Швеції
1824	у США вперше в світі створена система банківського клірингу – система безготівкових розрахунків за товари, коштовні папери і надані послуги, заснована на обліку взаємних фінансових вимог і зобов'язань
1937	створено перше кредитне бюро
1939	винайдено прототип першого банкомату
1949	випущено прототип сучасної кредитної картки
1950	банки створюють мережу передачі фінансової інформації за допомогою телексного зв'язку
1961	введено оборотні депозитні сертифікати
1974	винайдено смарт-карту
1972	створена централізована електронна мережа обліку банківських чеків
1973	створена система SWIFT
1984	французьки банкіри починають спілкуватися з клієнтами по електронній пошті
1993	запроваджено цифрові гроші – «DigiCash»
1996	міжнародна платіжна система Visa International
1997	у США відкритий перший в світі віртуальний банк

2000	асоціація, що складається з 12 найбільших виробників мікропроцесорних карт, оголосила про створення першого в світі універсального електронного гаманця
2008	термінали швидких розрахунків iBox

У майбутньому можна ясно прогнозувати розвиток функціоналу платіжних карток, які можуть стати універсальним банківським продуктом, зібравши у собі весь спектр послуг, для прикладу доступу до партнерських програм, кредитів, обмінно-валютні операції, програми бонусів, грошові переказ.

Одним з найпоширеніших видів інновацій є інтернет банкінг, який має власні особливості та постійно потребує придатного зовнішнього середовища. Багатьом клієнтам не притаманне сприймання банку як фінансового радника або консультанта, через те банки, більшою мірою роблять наголос на інноваціях, що направлені на створення нових потреб, при цьому запозичуючи зарубіжний досвід.

Поруч з інтернет-банкінгом, існує мобільний банкінг, що вніс не менш важливий вплив на інноваційний процес. Дана послуга вперше була реалізована в 1992 році шведсько-фінським об'єднанням Merita NordBanken відтоді вони активно почали використовуватися в банках Європи та США. Сьогодні мобільний банкінг розповсюдився серед найбільших банків світу та зазнав значних змін після довготривалого поетапного розвитку та удосконалень. У загальному розумінні мобільний банкінг виконує досить диверсифіковані функції: он-лайн купівлі продуктів, сплачування відсотків по кредиту, оплата комунальних послуг. На даний час багато експертів вважають мобільний банкінг найбільш перспективним електронним каналом доставки послуг, тому що він дозволяє реалізувати ефективну рекламну концепцію “банк, який завжди з тобою”. Останніми роками в світі швидко почали розвиватися мініатюрні картрідери, що приходять на зміну SMS-банкінгу та Java-додаткам приходять мініатюрні картрідери. Дана технологічна можливість дає змогу клієнтам розраховуватись картою коли відповідного POS-терміналу поблизу немає.

Банки постійно збільшують перелік операцій які здійснюються за допомогою СМС-повідомлень. А також після появи смартфонів збільшилися можливості мобільного банкінгу, постійно відбувається розширення переліку продуктів для різних моделей девайсів. У світі існує група науковців яка вважає, що з часом платіжну картку як засіб платежу замінить мобільний телефон, на їхню думку це має відбутися в найближчому майбутньому. Клієнта будуть ідентифікувати за допомогою NFC-чіпа, вбудованого у телефон. Також буде досить розширений спектр операцій: платежі, перекази коштів, залишок по рахунку, кредити однієї фізичної особи іншій тощо. Також ідентифікація клієнта у відділеннях банку стане можлива за допомогою смартфона, при цьому зникне потреба у паспорті для ідентифікації клієнта.

На даний час на ринках США та Європи появилася нова тенденція ідентифікувати клієнтів банку за допомогою електронної пошти. У другому півріччі 2013 році компанія Square випустила на ринок інноваційний безкоштовний сервіс Square Cash, що дозволяє користувачам розраховуватись між собою за допомогою електронної пошти, при цьому не сплачуючи комісії. Технологія працює за принципом користувач надсилає повідомлення на електронну адресу отримувача коштів, вказавши в темі електронного листа суму коштів. Після отримання листа отримувач і платник зв'язують електронні адреси з своїми банківськими картками, робиться це для того щоб в подальшому без повторного введення даних карток надсилати кошти, кошти зараховуються безпосередньо на рахунок відкритий у банку отримувача.

Сьогодні активно відбувається зближення банків з соціальними мережами що формує новий тренд банківської. Ще однією інноваційною розробкою компанії Socure є програма Perceive яка використовує біометричні параметри клієнта для авторизації в програмі мобільного банкінгу. Програма вивчає зображення клієнта, зроблене при вході і після того зіставляє його з фотографіями в мережах Twitter, LinkedIn або Facebook. Пройшовши перевірку система дає згоду на платіж, або б'є тривогу і блокує дану операцію. Поки що система тестується в декількох Лондонських банках. Тенденція щодо співпраці з

соціальними мережами активно розвивається в світі. Так кенійська банківська група NIS у 2015 році активно почала інтегрувати свої банківські системи у соціальні мережі. Група анонсувала введення в дію інноваційної платформи NIS KONNECT, яка дозволить користувачам месенджерів та сучасних соціальних мереж користуватися банківськими сервісами не виходячи з мережі. За допомогою цієї платформи африканські користувачі Facebook, Whatsapp, Telegram та Twitter матимуть змогу отримати виписку по рахунку, перевіряти баланс, поповнювати баланс мобільного телефону, переводити кошти, та сплачувати покупки в мережі Інтернет та комунальні послуги. З 2014 року банк NIS надав можливість власним клієнтам торгувати акціями з мобільного телефону. Всі нововведення банку спрямована на пошук нових механізмів співпраці банку з клієнтами.

В світі інноваціями у банківській сфері займаються не тільки банки, а й великі ІТ компанії світу, наприклад Apple на своєму офіційному сайті презентувала програму IChat, за допомогою якої через мережу Інтернет користувач може зустрітися з представником банку через відео виклик. Послуга буде цілодобова. З її допомогою клієнти банку зможуть отримувати консультації банківського працівника по будь-якому питанню, що їх зацікавило. IChat дає початок розвитку нової тенденції інновацій у банківській сфері, що в подальшому може називатись відео банкінг.

На сучасному етапі інноваційний потенціал банків України є досить високий, але він не реалізовується в повному обсязі. Державні банки не надають великої уваги впровадженню фінансових інновацій тому частка введених інновацій з боку держави є незначною. Тоді ж існує велика інноваційна ініціатива з боку комерційних банків. Як правило українські банки керуються досвідом своїх західних партнерів, що зменшує витрати на створення нових продуктів, але й унеможливорює набуття власного досвіду у даній сфері та не дає розвитку власним унікальним розробкам. Спільними зусиллями двох українських банків «ПриватБанку» та «Ощадбанку» в Україні впроваджується система онлайн-верифікації BankID. Система створена за подобою та до систем,

які вже багато часу використовуються в Фінляндії, Швеції та Великобританії. Система працює за принципом верифікації через Facebook та за допомогою банківських даних клієнта дозволяє підтвердити особу користувача в інтернеті. Програма дозволяє запобігати шахрайству з рахунками та пластиковими картками.

Українські найкрупніші банки на, такі як ПриватБанк, UniCredit Bank, Ощадбанк, ОТП банк ПУМБ та багато інших даний час на офіційних сайтах підтримують функцію створення власного кабінету.

В Україні ринок банківських інноваційних послуг є специфічним тому що розвиток ринку стримує відсутність попиту на дані послуги. Українські банки спеціалізуються на інноваціях які спрямовані на створення нових потреб, при цьому активно запозичуючи досвід зарубіжних колег, а ще основною характеристикою банківських інновацій є те що вони в основному створюються на вимогу корпоративних клієнтів. Під час цього на першому плані проявляється не новизна продукту, а його унікальність для клієнта, підвищення привабливості та зручності для клієнта.

Ще одним недоліком при розвитку банківських інновацій в Україні є недосконала законодавча база спрямована на захист прав інтелектуальної власності, щодо регулювання сфер яких стосується введення інновацій. Українське населення не підготовлене до сприймання банків як фінансових радників і до користування банківськими інноваціями, що не створює для банків нових можливостей для підвищення конкурентоспроможності на світових ринках. Наступні дослідження по цій темі повинні стосуватися удосконалення законодавчої та нормативної бази України, а також методів співпраці банків з населенням.

Інтернет банкінг на мою думку це банківський продукт який себе вже вижив у тому вигляді в якому він існує на українському ринку. Сьогодні одиниці українських банків можуть запропонувати дійсно продукт орієнтований на клієнта. Через те що клієнт щоб підключитися до інтернет сервісу банку потрібно витратити багато зусиль, часу і грошей. Банки не розуміють, що

розвиток подібних систем це насамперед додатковий дохід, та один з основних методів збільшення клієнтської бази банку, а при важкодоступності для споживача послуги даний ефект на відбувається.

Сьогодні в більшості українських банків для того, щоб підключитися до послуги Інтернет-банкінгу, клієнту потрібно прийти в банк, відкрити рахунок, заповнити безліч формулярів, заплатити за все. Також можливе стягнення абонплати за користування послугою. Ще однією проблемою є те, що більшість банків не приділяють уваги мобільності таких додатків. Теперішній Інтернет-банкінг, це в першу чергу смартфон, меншою мірою планшет і давно вже це не персональний комп'ютер. Сьогодні тільки декілька українських банків можуть похвалитися додатками на смартфон.

В загальному відставання українського банківського ринку інновацій в середньому складає рік-два, не більше. Головною причиною є те що наші банки не настільки багаті, як наприклад європейські.

Щодо потенціалу українських банків у розвитку високих технологій то він є великий, так наприклад онлайн-кредитування фізичних осіб вперше було запущене одним з українських банків. Ситуація постійно змінюється в більшості випадків в кращу сторону. Але поки що важко прогнозувати піде на повне удосконалення системи загалом. Причиною є не тільки в складна економічна, політична та соціальна ситуація в якій Україна опинилася. Глобальна проблема полягає у наступному, після кризи першими послугами які починають споживатися клієнтами є традиційні, в чомусь навіть примітивні сервіси і послуги. А сфера інноваційних банківських технологій починає розвиватися в другу чергу.

Враховуючи тенденцію постійної міграції клієнтів в системах дистанційного обслуговування, банкам потрібно подумати про удосконалення традиційних операцій для фізичних осіб, таких як оформлення платіжних карток, безготівкові перекази коштів, оформлення овердрафтів, відкриття депозитів прийом готівкових грошових коштів. Банки повині організувати подальшу

свою діяльність таким чином, щоб перевести максимальну кількість операцій в режим онлайн.

Загалом український ринок інноваційних продуктів не відстає від польського, а українська система електронних платежів навіть є кращою, і вважається однією з найефективніших в світі.

В основному інноваційні продукти з'являються в сфері Інтернет технологій і мобільних додатків та безпосередньо залежать від кількості користувачів ними та ступеня проникнення Інтернету в банківську сферу країни.

В загальному Україна не відстає від своїх географічних сусідів по впровадженню інновацій в банківській сфері. Ступінь проникнення нових продуктів практично знаходиться на одному рівні. Але Українські банки постійно повинні покращувати якість та збільшувати кількість інноваційних послуг, для більшої конкурентоспроможності на світовому ринку.

Висновок

Інноваційні технології в наш час відіграють дуже важливу роль. При створенні банку майбутнього інноваційні технології в сфері банківських послуг – це такі технології, яким притаманний «стратегічний ефект» приросту клієнтської бази, зменшення витрат на здійснення банківських операцій при оптимальному рівні операційного ризику і операційних затрат.

Основними світовими трендами у розвитку банківських інновацій є тісний взаємозв'язок банку з клієнтом, інтеграція банку в ІТ сектор, взаємодія банків з соціальними мережами та залучення новітніх технологій.

Антикризові заходи регулювання ринку банківських послуг, що спрямовані на стабілізацію та реформування банківської системи, вимагають створення універсального механізму, який би забезпечив посилення взаємодії банківського і реального секторів економіки, а також примноження їхнього потенціалу за рахунок розширення можливих комбінацій факторів виробництва та інструментів ринку банківських послуг. Реформування і розвиток банківського сектору супроводжується трансформацією і диверсифікацією традиційних видів банківської діяльності. Будучи відносно автономною, банківська сфера нерозривно пов'язана з соціально-економічною та політичною системами держави. Банківський сектор можна розглядати одночасно як генератор ресурсів, так і своєрідний полігон, на якому втілюються інноваційні підходи, схеми та моделі, напрацьовані в інших секторах суспільного життя. Водночас банківська сфера більш сприйнятлива до кризових явищ унаслідок зростаючого впливу глобалізації, інформатизації та інтернетизації. Найбільшого поширення набуло тлумачення інновацій та інноваційної діяльності як напрямку науково-технічного прогресу і як процесу впровадження результатів наукових досліджень та розробок у практику. Однак сучасні підходи характеризуються більшою місткістю і ширшим змістом цього поняття. Інновації охоплюють не тільки практичне використання винаходів та науково-технічних розробок, а й зміни у продуктах, процесах, організації, маркетингу. Документально результат

науково-дослідної діяльності чи експериментів у формі винаходів, відкриттів, патентів, ноу-хау, документації на вдосконалений продукт, процес чи технологію, рекомендації, методики, інструкцій, стандартів, пропозицій чи висновків є новацією, яка набуває нової якості та перетворюється на інновацію шляхом її впровадження, поширення і використання. Сьогодні інновації слугують не тільки одним із найважливіших чинників економічного зростання та структурних змін, вони стали суттю сучасного розвитку в усіх сферах економіки, в тому числі і на ринку банківських послуг.

Фінансова криза справляє певний вплив на інноваційну діяльність банків, у тому числі на систему інноваційних ризиків. З огляду на це варто враховувати ризик запізненого і негативного сприйняття інновації наявними чи потенційними клієнтами або регулятором ринку та ризик лобювання своїх інтересів власниками традиційних технологій та процесів. В умовах фінансової кризи для оцінки інноваційних ризиків доцільно застосовувати систему кількісних і якісних показників, серед яких найважливішими є рівень виживання інноваційних проектів, рівень можливих збитків, обсяг упущеної вигоди і можливий рівень компенсації потенційних збитків страховими компаніями. Інновації виступають найважливішим чинником успішної підприємницької діяльності. Вони визначають основні показники комерційної діяльності банку на ринку, напрями змін на перспективу, забезпечують тактичну і стратегічну конкурентоспроможність банку.

Майбутні удосконалення банкінгу пов'язують з впровадженням концепції Банк 3.0, які базуються на наданні високотехнологічних послуг та активній взаємодії з клієнтами в рамках моделі *everyday banking*, сутність якої полягає в тому, що банк стає центром екосистеми, яка дає можливість банку підтримувати постійний контакт з клієнтами в режимі 24/7/365 завдяки використанню інтернет-технологій, соціальних мереж, смартфонів, мобільного банкінгу для задоволення потреб клієнтів як у фінансових, так і не фінансових послугах, підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності банків. Дослідивши банківську систему України щодо слідування сучасним

інноваційним тенденціям банківництва, можна зробити висновок про невисокий рівень впровадження банками України інновацій. На сьогодні лише 6 банків (Приватбанк, Ощадбанк, Альфа-банк, Укрсиббанк, ОТП Банк, Платинум банк) працюють за всіма чотирма сучасними напрямками інноваційного розвитку, 16 банків взяли на озброєння 3 напрями, 29 банків мають у своїй стратегії та переліку послуг 2 напрями і нажаль 44 українські банки ще не взяли на озброєння ні технології дистанційного обслуговування та самообслуговування, ні роботу із мобільними технологіями і не мають бажання спілкуватися та консультувати своїх клієнтів у соціальних мережах.

Ситуація на ринках, що розвиваються, включаючи і український, є дещо іншою. Банківський сектор тут є менш динамічним і консолідованим, і в цілому, йому поки що вистачає законодавчого простору для помірному інноваційного розвитку. Разом з тим, українські аналітики відмічають певну недосконалість нормативної бази функціонування банківської системи, що ускладнює швидке впровадження банківських продуктів. Це стосується системи валютного регулювання, що стримує розвиток ринку деривативів та повноцінного міжнародного торговельного фінансування, занадто тривалого процесу створення несуперечливої нормативної бази функціонування іпотечного ринку, незавершеності реформ у сферах пайового інвестування, що становлять значний інтерес для банківського бізнесу тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вовчак, О.Д. Платіжні системи [Текст]: навчальний посібник / О.Д. Вовчак, Г. Є. Шпаргало, Т.Я. Андрейків. – К.: Знання, 2008. – 341 с.
2. Ворона, Т. Как будут выглядеть банки будущего [Электронный ресурс] / Т. Ворона // Apparat. — 16.01.2016. — Режим доступа: \www/URL: <http://apparat.cc/world/banks-of-the-future/>
3. Деменков М. С. Интернет-технології в обслуговуванні клієнтів банку / М. С. Деменков // Банківська справа. - 2009. –N 1. –С. 58-65
4. Десять банківських продуктів для copy-paste [Електронний ресурс]. – Режимдоступу: <http://www.sostav.ru/blogs/27523/4661/>
5. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски [Текст] / Ю.Н. Юденков, С.А. Ермаков, Н.А. Тысячникова, И.В. Сандалов. – М. : КноРус,2010. – 320 с .
6. Мехтиев, Э. Банк будущего — возможные бизнес-модели [Электронный ресурс] / Э. Мехтиев // Prostobankir.com.ua — Путеводитель для банкиров. — 30.12.2015. — Режим доступа: \www/URL: http://www.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_pr/s..
7. Ноготков, М. Банк будущего — это мобильный телефон [Электронный ресурс] / М. Ноготков // Forbes. — 22.03.2012. — Режим доступа: \www/URL: <http://m.forbes.ru/article.php?id=80398>
8. Огієнко, В. І. Інтернет-банкінг як перспективний напрям розвитку ринку фінансових послуг [Електронний ресурс] /В. І. Огієнко, О. В. Луняков, О. Ю. Лісняк // Ефективна економіка. — 2012. — Режим доступу: \www/URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1217&..>
9. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/>
10. Офіційний сайт ПАТ «Ощадбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oschadbank.ua/>
11. Офіційний сайт ПАТ «ПриватБанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://privatbank.ua/ua>.

12. Офіційний сайт ПАТ «Укрсоцбанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unicredit.ua/>
13. Положення про електронні гроші в Україні // постанова Правління Національного банку України від 04.11.2010 № 481.
14. ПриватБанк надав можливість підключати до Приват24 картки інших банків. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.prostobank.ua/plastikovi_kartki/novini/priv..
15. Проникнення інтернету перейшло за 20% [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/~/155972>.
16. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні// Закон України від 05.04.2001 № 2346-III;
17. Резниченко Є. Онлайн-банкінг від українських банків: що пропонують у 2013 році-2 / Є. Резниченко. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.prostobank.ua/e_banking/statti/onlayn_banki..
18. Сербина, О. Тенденції розвитку мобільного банкінгу в Україні [Текст] / О. Сербина, В. Пономар // Молодий вчений. – 2014. – № 3 (06). – С. 53–55
19. Степаненко, В. Дистанційні банківські послуги на українському ринку [Текст] / В. Степаненко // Мережа і бізнес. – 2010. – № 4 (23). – С. 98–104.
20. 2014 banking industry outlook survey — Delaware: KPMG, 2014. — 22 p.
21. Щоб не переплатити за "комуналку", потрібно перебирати банками і освоювати Інтернет [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://ua.prostobank.ua/e_banking/statti/schob_ne_per...
22. Яким чином банки розвиватимуть цифрові послуги для населення у 2012–2015 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.prostobank.ua/e_banking/dumki/yakim_chinom...
23. European Internet Statistics [Electronic resource] // Internet World Stats. — Available at: \www/URL: <http://www.internetworldstats>
24. Skinner, C. Digital Bank: Strategies to Launch or Become a Digital Bank [Text] / C. Skinner. — Marshall Cavendish International (Asia) Pte Ltd., 07.08.2014. — 320p.

Додаток А

Класифікація сучасних банківських інновацій

