

## БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ ТА РОЗВИТОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

*студентка гр. Ф-91 Ізоценкова І. М.*

Забезпечення високого рівня якості активів, збільшення прибутковості банківських продуктів, їх конкурентоспроможності можливе сьогодні за умови впровадження інновацій вітчизняними банками.

Інноваційна діяльність банку розглядається як процес відтворення інноваційних ідей управлінського, маркетингового чи фінансового характеру, при цьому банк виступає як учасник здійснення інноваційного проекту чи може бути інноватором.

Для банку інноваційний проект означає створення банківського продукту, що є новим на ринку, де працює банк. Традиційно новий банківський продукт розуміється як сукупна форма банківського обслуговування, яка базується на маркетингових дослідженнях ринкових потреб.

Новий банківський продукт характеризується: кращими споживчими властивостями порівняно з тим, що пропонувався раніше; є більш новим, а також він повинен забезпечувати неохоплені раніше потреби клієнта; вимагає застосування новітніх технологій створення [3].

Банківські інновації, що вже впроваджені на вітчизняному ринку банківських продуктів, переважно є такими, що копіюють продукти, які уже пропонуються та використовуються на зарубіжних ринках банківських послуг. Загалом такий підхід можна вважати правомірним, оскільки банківські контрагенти, працюючи на внутрішньому ринку, закономірно сприймають банківські продукти, які є новими для цього ринку як інноваційні.

Отже, новим банківським продуктом можна вважати:

- самостійно винайдений банком продукт, що задовольняє потреби клієнта, який не має аналога на ринку банківських послуг;
- продукт, створений на певному ринку, але реалізується вперше на іншому;
- пакетний продукт, який є новинкою на даному ринку і являє собою комбінацію вже діючих банківських продуктів;
- продукт, що діє на ринку, але має хоча б один параметр, що вперше використовується на зазначеному ринку.

Класифікація банківських інновацій досить широка. За ознакою їх цільового використання виділяють: технологічні, наукові, організаційні, інформаційні, комунікаційні, маркетингові, соціальні, психологічні, сервісні та інше. Залежності від впливовості на поведінку споживачів виокремлюють 3 підвиди інноваційних банківських послуг: адаптивні інновації (припускають мінімальні зміни у продукті чи послуді і не вимагають ніяких

змін у поведженні споживачів), функціональні інновації (припускають збереження функції послуги, але характер реалізації функції змінюється) і фундаментальні (мають під собою реалізацію нової концепції чи ідеї, у результаті чого виникають нові функціональні якості) [2].

Доцільність впровадження певного виду інновацій визначається співвідношенням вигод (ефектів), які вони можуть забезпечити, та витрат на їх реалізацію. Витрати, пов'язані з реалізацією банківських інновацій, можуть включати:

- витрати на проектування, розробку нормативно-методичних документів, що формуються при впровадженні інновацій;
- витрати на інформаційне забезпечення, рекламу нових банківських послуг;
- знижки, що можуть надаватися клієнтам, та їх обслуговування за новим банківськими послугами;
- витрати на навчання та адаптацію персоналу банку щодо надання нових банківських послуг;
- витрати на придбання обладнання, програмних продуктів та іншого ресурсного забезпечення, необхідного для реалізації інновацій [1].

Прикладами інновацій широкого використання є: пластикові картки, мобільні філії, інтернет-банкінг, електронне банківське обслуговування, кеш-менеджмент тощо. Яскравим прикладом останніх банківських інновацій для широкого кола клієнтів є операції за допомогою мобільного телефону.

Отже, інноваційна банківська діяльність спрямована на максимальне задоволення потреб клієнтів у послугах з метою отримання додаткового прибутку банком. При цьому банківські інновації сприяють підвищенню швидкості транзакцій, доступності

*Науковий керівник: доц. Скляр І. Д.*

1. Семагин И. А. Теоретические основы банковских инноваций / И. А. Семагин // Экономические науки. – 2010. – № 10(71). – С. 254-258.
2. Базадзе К. М. Перспективні види інноваційних послуг банків / К. М. Базадзе // Вісник університету банківської справи НБУ. – 2012. – № 2(14). – С. 218-221
3. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку [Текст] : навч. посібник / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. – Суми : Университетская книга, 2003. – 740 с. – серія «Мастер-класс».

Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.): у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 292-293.