

*О.М. Сарахман, канд. екон. наук, доц., О.Р. Галько,
Львівський інститут банківської справи
Університету банківської справи НБУ*

БАНКІВСЬКА ІННОВАЦІЯ – ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

Постановка проблеми. У сучасному світі співвідношення потужності держав визначається не стільки наявністю в них тих чи інших традиційних виробничих ресурсів, скільки порівнянням інноваційних можливостей та вмінням ефективніше їх використовувати. Із постійною мінливістю умов функціонування та загостренням на світовому та національному ринках конкуренції і прискорення з цієї причини науково-технічного прогресу для переважної більшості економічних суб'єктів інноваційна активність є пріоритетною сферою як виробничої, так і фінансової діяльності.

На перший план виносяться такі проблеми, як дефіцит інформації, мінімізація часових витрат за всіма видами комерційних розрахунків і можливість використання найновіших досягнень науково-технічного прогресу. Ринкова економіка стає все більш гнучкою, оперативною і разом з тим глобальною, охоплюючи весь простір земної кулі. Доступ до ринків у режимі реального часу є реальною потребою і повинен розвиватися і розширюватися за допомогою єдиного глобального кібернетичного простору.

Причому реалізація інноваційного процесу не повинна обмежуватися рамками матеріального виробництва, розглядаючи під нововведеннями лише нову техніку і технологію. Поняття інновацій є значно ширшим і може застосовуватись до всіх нововведень як у виробничій, так і організаційній, управлінській, фінансовій та іншій сферах діяльності. Тому в умовах глобалізації та посилення конкуренції, де домінуючого становища все більше набуває сфера фінансових послуг, інноваційна активність має охоплювати без винятку усі сектори економіки, в тому числі й у банківській сфері.

Саме банківські установи повинні не просто “робити гроші”, але й здійснювати високоефективний перерозподіл реальних ресурсів на користь тих галузей і виробництв у національній економіці, в яких реалізуються пріоритетні інноваційні проекти, а також постійно дбати про впровадження нових та удосконалення існуючих банківських продуктів, методів роботи з клієнтами, що є актуальною та далеко не вирішеною проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання переходу України до інноваційної моделі розвитку привертає до себе дедалі більшу увагу вітчизняних науковців, політиків, представників практичного бізнесу. Ці проблеми відображено в наукових працях Й. Бажала, С. Вовканича,

М. Долішнього, М. Крупки, О. Кузьміна, О. Лапко, М. Павловського, І. Тивончука та ін.

Дедалі більше уваги приділяється питанням банківського фінансування інноваційних проектів. Зокрема, у працях А. Пересади, Т. Майорової, А. Кузнецової досліджуються напрями банківської діяльності у сфері інноваційного бізнесу, фінансово-кредитні важелі стимулювання залучення банківського капіталу в інноваційну сферу. Проблеми участі комерційних банків у сфері інноваційного підприємництва, організації процесу кредитування інноваційних проектів, удосконалення банківських послуг досліджував у своїх працях П. Матвієнко. Практично не досліджуються вітчизняними науковцями питання власної інноваційної діяльності банків.

На жаль, незважаючи на зростання впливу нововведень на розвиток економіки, зокрема, банківської сфери, Україна все більше відстає в освоєнні прогресивних технологій, навіть тих, які створені вітчизняними вченими. У зв'язку з цим, на нашу думку, необхідні наукові дослідження та узагальнення до наявних розробок галузі нововведень, вивченню якої до цього часу не приділялась належна увага.

Метою статті є дослідження напрямів інноваційної діяльності у банківській системі, де безпосередніми суб'єктами інноваційного підприємництва є банківські установи. Це зумовлено тим, що на сучасному етапі особливості організації бізнесу визначають потреби підприємств не лише у традиційному кредитно-розрахунковому банківському обслуговуванні, а й у значно ширшому спектрі різноманітних послуг зі сторони банків, здатних забезпечити оптимальні умови для ефективної, прибуткової діяльності своїх клієнтів.

Виклад основного матеріалу. З позицій участі в інноваційних процесах банки можуть виступати з двох сторін: як безпосередні суб'єкти інноваційного підприємництва, які здійснюють нововведення з метою завоювання конкурентних переваг на інвестиційному ринку; як зовнішні, але економічно потужні суб'єкти, які виступають активними учасниками в інноваційному середовищі шляхом фінансування відповідних проектів. У межах даної статті ми зосередимося лише на здійсненні нововведень у банківській сфері.

Власні інновації банків включають вкладення у розвиток його матеріально-технічної бази та удосконалення організаційного рівня. Вибір напрямків подібних інновацій, на нашу думку, повинен залежати від того, які завдання банк передбачає реалізувати з їхньою допомогою. Залежно від напрямів банківської інноваційної діяльності доцільно виділяти:

- інновації, які забезпечують підвищення ефективності банківської діяльності. Вони спрямовані на створення умов для зниження собівартості банківських продуктів за рахунок поліпшення технічної бази, удосконалення організації банківської діяльності, умов праці, навчання та підвищення кваліфікації персоналу;

- інновації, орієнтовані на розширення та диверсифікацію банківських послуг. Такі інновації передбачають розширення ресурсної та клієнтської бази, розширення спектра банківських операцій, створення нових структурних підрозділів, здатних забезпечити створення нових видів банківських продуктів;
- інновації, пов'язані із необхідністю дотримання вимог органів державного регулювання. Такі інновації здійснюються при необхідності задовольнити вимоги регулятивних органів у частині створення відповідних умов банківської діяльності [2, с. 216-217].

Ефективність роботи банку і його конкурентоспроможність на ринку багато в чому залежать від запровадження нових банківських продуктів і технологій (процесів). Нові продукти і технології, що реалізуються на ринку, є інновацією, яка буквально означає “інвестиція в інновацію”. Банківська інновація – це реалізований у формі нового банківського продукту чи операції кінцевий результат інноваційної діяльності банку. Новий банківський продукт пропонується банками 2-х видів. *Лімітований продукт* – продукт, обсяг чи кількість випуску якого квотується. Даний продукт створюється з розрахунку на конкретного покупця (андерайтинг цінних паперів). *Нелімітований продукт* – продукт, що випускається з розрахунку на можливого потенційного покупця, а обсяг його випуску не обмежується жодними квотами. До таких продуктів належать, як правило, депозитні операції та операції з пластиковими картками [4, с. 43].

Як новий продукт банківська інновація проявляє себе лише в процесі її реалізації на фінансовому ринку чи в середині банку. Попит покупців на банківський продукт чи операцію визначає ступінь новизни цих видів нововведень.

Важливим стимулом розвитку ринку і фактором перемоги в конкурентній боротьбі є час. Банк, який першим вийшов на ринок із своєю інновацією і захопив певну його частину, швидко створює собі імідж. Виходячи з цього, можна стверджувати, що банківська інновація є функцією часу, оскільки діє тільки в його рамках, які встановлені початковою і кінцевою точками життєвого циклу даної інновації. А це означає, що банківською інновацією не можуть бути банківський продукт чи операція, які є новими лише для даного банку. На нашу думку, банківською інновацією слід вважати:

- новий банківський продукт, який з'явився на українському фінансовому ринку, тобто лише в одному банку;
- новий для України зарубіжний банківський продукт, який з'явився на українському фінансовому ринку, але вже давно реалізований за кордоном на фінансових ринках інших країн;
- нові фінансові операції [5].

Потреба у розширенні діапазону банківських продуктів реально впливає із умов конкурентного середовища, яке поступово складається на вітчизняному ринку. Крім того, в умовах економічних та політичних змін

традиційні кредитні операції банків неспроможні забезпечити їм належний рівень прибутковості, що поглиблює тенденції до універсалізації банківської діяльності та створення повноцінного ринку банківських послуг.

Активний розвиток та розширення сфери діяльності банків вимагає окреслення пріоритетних напрямів запровадження нових послуг, на які мають бути сконцентровані зусилля.

Серед порівняно нових послуг, які стають популярними – дистанційні послуги на основі internet-банкінгу і мобільної телефонії (з використанням WAP-технології), home-banking (банківське обслуговування клієнтів на дому чи робочому місці), а також обслуговування зарплатних і дисконтних проектів на основі пластикових карток, виплата пенсій, грошові перекази, трастові операції та ін.

З метою обслуговування клієнта з максимально можливим комфортом традиційними заходами банків є розширення мережі філій та продовження часу обслуговування. Однак із розвитком сучасних технологій нині у банківській практиці доцільніше користуватися віддаленим (дистанційним) банківським обслуговуванням фізичних і юридичних осіб через банкомати, управління рахунком (банкінг) через телефон, Інтернет тощо.

Технологія дистанційного управління рахунком по телефону передбачає надання клієнтом розпоряджень банку щодо його власного рахунку. За допомогою цього виду обслуговування клієнт матиме змогу здійснювати практично всі операції, пов'язані з банківським обслуговуванням: оперативно контролювати надходження коштів на свій рахунок (при безготівковому переказі заробітної плати, дивідендів, процентів за депозитом); здійснювати необхідні платежі (оплата комунальних платежів, оплата товарів і послуг, послуг мобільного, міського і міжнародного зв'язку, Інтернет, навчання тощо); поповнити платіжну картку шляхом переказу коштів з поточного рахунку клієнта; розмістити тимчасово вільні кошти на депозити, які після закінчення визначеного клієнтом терміну обслуговування банк автоматично повертає кошти разом із нарахованими процентами на поточний рахунок.

Такі операції можна виконати практично за декілька хвилин з будь-якого місця за умови наявності телефону. За допомогою впровадження таких послуг банки мають змогу обслуговувати клієнтів на якісно новому рівні, що не завжди вдається при наявності широкої мережі філій. Завдяки автоматичній обробці заявок клієнтів можна обслужити більше клієнтів, маючи ту ж саму кількість працівників. При цьому робота банку з клієнтами стає надійнішою та безперебійною, знижується собівартість проведення операції та рівень впливу “людського фактора”. Така форма обслуговування дозволяє залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажу банківських продуктів.

Сьогодні на ринку банківських послуг сформувалося нове конкурентне середовище, в якому позиції традиційних банків поставлені під загрозу. Це вимагає нових підходів до банківського маркетингу, нових стратегій

просування депозитних банківських продуктів, додаткових заходів для зниження накладних витрат. Тому ключовим елементом присутності банків на гіперконкурентному ринку банківських послуг стає забезпечення лояльних споживачів ефективними механізмами комунікації. Впровадження новітніх банківських технологій є запорукою активізації депозитної діяльності банківських установ сталого розвитку банківської системи України, зростання довіри населення та СГ до вітчизняних банків та широкого його залучення до розрахунків у безготівковій формі, спрощення й прискорення процесу проведення різноманітних платежів.

У порівнянні з іншими секторами економіки ринок банківських послуг найбільш широко використовує дистанційне обслуговування своїх клієнтів за допомогою телефону (табл. 1).

Таблиця 1

Канали просування роздрібних банківських операцій у США, %

Канали збуту	2000 р.	2005 р.
Відділення	36	28
Банківські автомати	34	32
Телефонні центри	18	24
Операційні центри	8	3
Комп'ютерні мережі	4	13

Протягом 2000-2005 рр. обсяг банківських операцій за посередництвом телефонних центрів зріс з 6 до 10,5 млрд. дол. За даними зарубіжної статистики, кожна американська сім'я у середньому 7 разів протягом місяця користується банківськими послугами через телефонні центри. Всесвітньовідомі банки США майже вдвічі збільшили витрати на функціонування телефонних центрів, і ця сума станом на початок 2005 року становила 5,5 млрд. дол. США.

Подібні послуги в Україні надаються, однак обсяги їх надання в десятки разів нижчі, ніж за кордоном. Телефонне обслуговування клієнтів є досить вигідним як для банків, так і для клієнтів, і характеризується низкою переваг. По-перше, телефонні центри дають можливість інтегрувати вхідні і вихідні дані, на відміну від традиційної схеми співбесіди працівника банку з клієнтом, що забезпечує ефективний зв'язок із вкладником та управління процесом комунікації. По-друге, сума накладних витрат з розрахунку на одного клієнта на один телефонний контакт є майже на 50 % нижчою, ніж при обслуговуванні клієнта у відділенні банку. По-третє, ці послуги характеризуються високим рівнем якості [1, с. 186-187]. Ефективне обслуговування вкладників банку за допомогою телефонів в Україні доцільно проводити лише за умови впровадження банками найсучаснішого обладнання, значних витрат коштів на вирішення складних технічних завдань, пов'язаних з інтеграцією комп'ютерних і телефонних стандартів, обслуговування клієнтів

у режимі реального часу і запам'ятовувальні пристрої, а також проведення широкомасштабних рекламних заходів. Ці витрати з часом окупляться і виправдають свою ефективність.

Із впровадженням Інтернету в банківську діяльність зростає потреба банків у технологічному забезпеченні депозитних операцій у режимі реального часу. Так, на відміну від телефонного обслуговування, використання мережі Інтернет дає змогу проводити клієнтами подачу і сортування заявок. Отримавши на сайті банку необхідну інформацію про те, куди слід звернутися з приводу користування тією чи іншою послугою банку, вони можуть залишити свою заявку. Автоматичний розподіл заявок дозволяє одночасно приймати і розподіляти значну кількість заявок, скорочуючи при цьому тривалість шляху до моменту їх безпосереднього виконання. При цьому може використовуватися інтерактивна програма голосового обміну інформацією, що забезпечує прийом заявки по телефону і її введення в комп'ютер [6, с. 53].

Основним напрямом розвитку банківського дистанційного обслуговування клієнтів у майбутньому стануть такі канали просування банківських послуг, як маркетинг через Інтернет, інтерактивні філії, Всесвітня телевізійна мережа (Web-TV).

В останні роки все більше приватних осіб – клієнтів банків у країнах з розвиненою ринковою економікою – підключаються до системи “домашнього банкіра” (home banking), яка пропонується багатьма банками. Використовуючи дану систему, власник рахунку в банку отримує можливість передачі будь-якої інформації за допомогою комп'ютерної техніки, відповідного програмного забезпечення та мережі Інтернет. Завдяки цим можливостям клієнт може управляти різними видами рахунків – поточними, строковими та ін.

Ведення банківських операцій вдома – самостійна форма банківських послуг населенню, заснованих на використанні електронної техніки. Користувачі систем електронних банківських послуг вдома самостійно купують необхідне обладнання, а банк консулює клієнтів, як обладнати домашні термінали і придбати необхідне програмне забезпечення. Послуги домашнього банкіра включають: отримання виписки з рахунку на поточну дату; замовлення чекової книжки та інших документів; здійснення платежів з рахунку на рахунок; здійснення розрахунків із підприємствами, організаціями, установами за придбаними товарами, наданими послугами, виконаними роботами, сплатою комунальних платежів, розрахунки з місцевими органами влади, податковою адміністрацією тощо; купівля-продаж цінних паперів клієнтом самостійно.

Власник “домашнього банкіра” може заздалегідь фіксувати дату здійснення операції, наприклад, скласти кошторис витрат на поточний місяць з визначенням конкретних дат здійснення різних платежів. Таку систему доцільно використовувати не лише при обслуговуванні фізичних осіб, але й невеликих фірм, обороти яких є невеликими.

Така послуга дає можливість клієнтам отримати різного роду інформацію, зокрема про залишки на своїх рахунках, а також проводити нові

операції без контакту з персоналом банку, так як ця система працює в той час, коли банк не працює.

В Україні серед перспективних напрямків функціонування комерційних банків особливе місце може належати трастовим операціям, які передбачають управління майном та виконання інших послуг в інтересах та за дорученням клієнта на правах його довіреної особи. В економічно розвинених країнах трастові послуги вже давно посідають одне із провідних місць серед широкого кола операцій, які пропонують комерційні банки. Розвиток цього виду послуг зумовлений потребами домашніх господарств і підприємницьких структур у правильному управлінні їхніми коштами, передачі їх іншим особам, правильній мінімізації ризиків при здійсненні різноманітних фінансових операцій, а також обставинами, що вимагають певного досвіду і професійних знань, необхідних для нормального управління майном. І хоча надання трастових послуг може здійснюватися спеціалізованими компаніями, однак банки, що мають значний досвід і широкі можливості зі здійснення різноманітних фінансових операцій, посідають провідні позиції у даному сегменті ринку [3, с. 56].

Новим перспективним видом трастових послуг банків, пов'язаних із залученням коштів клієнтів, є створення спеціалізованих трастів. Сьогодні у вітчизняній банківській практиці слід впроваджувати такі трасти:

- корпоративний траст, який організується у формі майна, що закладається в банку для забезпечення випуску облігацій компаній або корпорацій;
- траст найманих робітників, що має форму пенсійного фонду або переслідує мету участі в прибутках. У першому випадку керівництво компанії та її працівники вносять кошти у фонд, який управляється банком для виплат останнім при досягненні ними пенсійного віку. Коли в даному випадку має місце внесення коштів підприємцями, такий фонд називають трастом без участі. У цьому випадку компанія переводить частину прибутку у трастовий фонд банку, що в майбутньому здійснює розподіл внесків і прибутки працівників компанії, коли вони досягнуть пенсійного віку;
- інституційний траст, який може створюватися вищими навчальними закладами і передаватися банку на довірче управління;
- комунальний траст, який може бути створений групою осіб, що проживають на певній території, і засновує у банку траст на користь місцевої громади.

В Україні розвиток трастових послуг комерційних банків поки що не стимулюється через відсутність належної законодавчої бази, яка б регламентувала банківську діяльність у відповідних сферах. Наявні вади чинного законодавства, яке повинно регулювати відносини довірчої власності, суттєво обмежують можливості цього сегмента ринку банківських послуг.

Висновки. Ініціатором нових послуг переважно є банки, які не так давно з'явилися на фінансовому ринку і намагаються привернути до себе нових клієнтів. Для них нова послуга є візитною карткою, яка відрізняє банк

від конкурентів (хоча є випадки, коли перейменовують стару послугу, створюючи їй при цьому ефективну рекламу).

Нова послуга може цілком реально принести швидкий економічний ефект при умові, що банки-конкуренти ще не представляють її, але може бути і збитковою. Той чи інший ступінь ризику збитковості при апробації нової послуги завжди має місце і цілком очевидно, що її запровадження потребує серйозного техніко-економічного обґрунтування.

Розробка нової послуги банком, в якого надійна клієнтська база, який давно працює на банківському ринку, стимулюється частіше за все “політичними” аспектами. Якщо “політичний” рейтинг нової послуги високий, то необхідно здійснювати вивчення її техніко-економічних аспектів, визначити ступінь ризику для капіталовкладень при запровадженні і проаналізувати досвід запровадження в інших банках. При цьому фактор часу може бути далеко не визначальним.

Насамкінець слід зауважити, що ринок нових банківських послуг – об’єкт підвищеної уваги і постійного вивчення. Він все більше розширюється і охоплює все більш широкі аспекти життя. Побачити і реалізувати нову можливість заробити гроші – мета банківської діяльності, одним із методів реалізації якої є розробка нових банківських послуг. Ефективність від інновацій, пов’язаних із розвитком банку, може бути досягнута в тому випадку, якщо в результаті здійснених витрат забезпечується поліпшення його фінансового стану, перехід до вищої рейтингової категорії. Визначення обсягу та структури власних інновацій, що відбувається в процесі розроблення плану капіталовкладень банку, повинно базуватися на точних техніко-економічних розрахунках. Перевищення необхідного обсягу інновацій може спричинити незбалансованість ліквідності, зниження дохідної бази банку і зниження рівня ефективності банківської діяльності.

Список літератури

1. Денисенко М.П. Гроші та кредит у банківській справі: Навчальний посібник. – К.: Алерта, 2004. – 478 с.
2. Инвестиции: Учеб. пособие / Под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. – М.: Юристъ, 2002. – 480 с.
3. Матвієнко П., Пригуляк Н. Комерційний банк у сфері інноваційного підприємництва // Банківська справа. – 1997. – № 3. – С. 55.
4. Семикова П.В. Банковские инновации и новый банковский продукт // Банковские технологии. – 2002. – № 11. – С. 42-47.
5. Сива Т.В. Конкуренція на ринку банківських послуг // Фінанси України. – 2002. – № 7. – С. 127-132.
6. Юрчук Г. Мережа Інтернет – сучасний канал і середовище надання фінансових послуг // Вісник НБУ. – 2002. – № 7. – С. 52-53.

Отримано 25.09.2007

Сарахман, О.М. Банківська інновація - передумова ефективної діяльності банку [Текст] / О.М. Сарахман, О.Р. Галько // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. - Суми: УАБС НБУ, 2007. – Вип. 21. - С. 35-44.