

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Кривич Я.М.

к.е.н., старший викладач кафедри банківської справи
ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»

Світова фінансова криза та загострення конкуренції на ринку банківських послуг змусили банки вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг, зокрема, шляхом впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів, нових продуктів та послуг.

В той же час, 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.

Систематизація поглядів вітчизняних та закордонних науковців на сутність банківських інновацій (як результат, зміну, процес, сукупність заходів) дозволила обґрунтувати необхідність їх трактування як результату розробки та впровадження нових або удосконалення існуючих банківських послуг та продуктів, технологій здійснення банківської діяльності. При цьому акцентуємо увагу на тому, що інноваційним продуктом правомірно вважається продукт, що був запозичений з зовнішнього ринку та впроваджений на національному.

Впровадження інновації повинно супроводжуватися змінами у маркетинговій діяльності банку, особливо у системі збутової політики, технологічним та технічним переоснащенням, а в окремих випадках – підвищенням рівня кваліфікації персоналу.

Інноваційний процес починається з усвідомлення потреби банківської установи в інновації, після чого обов'язково проводиться маркетингове дослідження для виявлення поточних і потенційних потреб клієнтів. Далі керівниками маркетингового відділу розробляються і пропонуються інноваційні ідеї, серед яких потім обираються найкращі з урахуванням можливостей банку.

Наступним етапом є стратегічний аналіз і оцінка інноваційних проектів – якщо результати є задовільними, то відбувається власне реалізація проекту, а якщо ні, то проект або доопрацьовується або відхиляється.

Автором досліджено специфіку найбільш відомих банківських інновацій за наступними критеріями їх ідентифікації: новизна, задоволення ринкового попиту, високий ризик і високий ступінь невизначеності, гнучкість форм, наявність побічного, важко передбачуваного результату та здатність до комерціалізації.

У ході здійсненого дослідження нами було встановлено, що основними інноваційними тенденціями на світовому банківському ринку є наступні: зміна

структури та іміджу банку, розширення регіональної та національної діяльності, завоювання ринку небанківських послуг, зростання популярності нецінових методів конкуренції, тощо.

У свою чергу до інноваційних змін вітчизняних банків варто віднести: зміну структури та вигляду банківської установи (багатоканальна діяльність з поєднанням нових та традиційних технологій та інструментів, використання зон самообслуговування клієнтів, а також дистанційного обслуговування); впровадження віртуальних банківських та фінансових технологій (управління банківськими рахунками, готівкові розрахунки, електронний підпис); комплексне використання нових інформаційних та комунікаційних технологій для електронного та змішаного маркетингу, нові можливості внутрішнього контролю та аудиту.

Аналіз стану сучасного рівня залученості вітчизняних банків до інноваційної діяльності показав, що на сьогодні поступово збільшується кількість банків, які значну увагу приділяють інноваційним продуктам і технологіям. Однак цей процес носить скоріше стихійний характер, ніж системний. Слід також зазначити, що проведені нами дослідження світової практики з впровадження банківських інновацій підтверджує, що переважна кількість вітчизняних банків застосовує стратегію запозичення банківських інновацій, а не розробку власних. Це пов'язано, в першу чергу, з тим, що банківські установи України у порівнянні з банками промислово розвинених країн мають відносно невеликий термін існування. Застосовуючи таку стратегію, вітчизняні банки страхують себе від ризиків, пов'язаних з веденням інноваційної діяльності. Крім того, такий підхід дозволяє їм значно скоротити витрати на розробку та впровадження інновації, обмежуючись при цьому лише витратами на проведення досліджень щодо адаптації новинки на внутрішньому ринку.

Підбиваючи підсумок у розгляді визначеного питання відзначимо, що банки зацікавлені розробляти нові продукти та послуги, а також модернізувати методики представлення цих інновацій з метою доведення операційних витрат та цін на них до рівня, що відповідає конкурентній позиції. Розробка нових банківських продуктів та послуг – це процес зміни стратегії банківської діяльності.

Неабияку-яку роль в інноваціях банківського обслуговування відіграє часовий фактор. Банк, який першим вийшов зі своєю інновацією на ринок та завоював свою нішу, швидко створює собі імідж. Банківська інновація – це функція часу. Вона діє лише в межах часу, які встановлюються початком та кінцем життєвого циклу даної інновації. Це означає, що банківською інновацією не може бути банківський продукт чи операція, які є новими лише для даного банку, в той час коли вони вже поширені в інших банках країни.

Кривич, Я.М. Сучасні тенденції розвитку банківських інновацій [Текст] / Я.М. Кривич // Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків : збірник тез VII Міжнародної науково-практичної конференції (18-19 жовтня 2012 р.). – Черкаси : ЧІБС УБС НБУ, 2012. – С. 101–104.