

УДК 336.71

Золотарьова О.В.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів та обліку
Дніпродзержинського державного технічного університету***Чекал А.А.***студентка
Дніпродзержинського державного технічного університету*

ІННОВАЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ УПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто підходи до визначення поняття «банківська інновація» та надано авторське визначення. Розкрито переваги і передумови банківських інновацій. Досліджено зарубіжний досвід у сфері інноваційних банківських продуктів та виділено найбільш цікаві з них, які б могли бути запроваджені в Україні. Виділено вітчизняні банківські інновації, особливу увагу приділено досвіду «ПриватБанку» та перевагам його інноваційних продуктів.

Ключові слова: інновація, банківська інновація, інноваційний банківський продукт, технологія, клієнт, конкурентоспроможність, Інтернет-банкінг, мобільний банкінг.

Золотарьова О.В., Чекал А.А. ИННОВАЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ И СПЕЦИФИКА ИХ ВНЕДРЕНИЯ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены подходы к определению понятия «банковская инновация» и дано авторское определение. Раскрыты преимущества и предпосылки банковских инноваций. Исследован зарубежный опыт в сфере инновационных банковских продуктов и выделены наиболее интересные из них, которые могли бы быть введены в Украине. Выделены отечественные банковские инновации, особое внимание уделено опыту «ПриватБанка» и преимуществам его инновационных продуктов.

Ключевые слова: инновация, банковская инновация, инновационный банковский продукт, технология, клиент, конкурентоспособность, Интернет-банкінг, мобильный банкінг.

Zolotaryova O.V., Chekal A.A. INNOVATIVE BANKING PRODUCTS AND THE SPECIFICS OF THEIR IMPLEMENTATION IN UKRAINE

Approaches to the definition of «banking innovation» are considered and author's definition is provided. The benefits and prerequisites of banking innovation are revealed. International experience in the field of innovative banking products is studied, and the most interesting of them, which could be introduced in Ukraine. Domestic banking innovations are obtained, special attention is paid to the experience of Privatbank and the benefits of its innovative products.

Keywords: innovation, banking innovation, innovative products, technology, client, competitive, online banking, mobile banking.

Постановка проблеми. Сьогодні в банківській сфері загострюється необхідність активного впровадження інноваційних банківських продуктів і послуг, адже в умовах нестабільної економіки і політичної ситуації в державі залучення ще більшої кількості клієнтів постає задачею номер один перед банками. Відповідно, банківські інновації не лише дозволяють залучити клієнтів, вони також підвищують рівень конкурентоспроможності банку, виділяють його серед інших банків, сприяють задоволенню потреб клієнтів, що швидко змінюються під впливом науково-технічного прогресу, а також відображають рівень інтелектуального потенціалу персоналу банку, можливостей розробки інноваційних банківських продуктів та послуг.

У свою чергу, розвиток ринку банківських послуг залежить від готовності банків змінюватися та адаптуватися під потреби клієнтів. На 01.12.2015 р. в Україні працює 120 банків (без урахування неплатоспроможних), кожен з них має свою напрацьовану базу клієнтів, тому подальше нарощування клієнтської бази має будуватися на залученні молодого покоління або на переманюванні клієнтів у банків-конкурентів. Полегшити цей процес здатні тільки банківські інновації, зміна сервісу та новітні технології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду особливостей і переваг банківських інновацій присвячені дослідження значної кількості вітчизняних економістів, зокрема, С. Афоніна, І. Балабанова, В. Бехделева, В. Бодаковського, В. Боровкова, Л. Братків, О. Гончарук, М. Дзямучича, С. Єгоричева, С. Князь, О. Лаврушина, О. Мошенця, Т. Неклюдова, А. Несторук, Н. Савинської, І. Сидо-

рук, В. Сизоненко, В. Ткачук, А. Тимченко, Н. Чижа, Т. Юхименко, С. Яковенко, О. Якушевої.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте спектр інноваційних продуктів постійно оновлюється, що потребує регулярного моніторингу структури клієнтської бази, вивчення потреб населення в банківських продуктах, аналізу провідного зарубіжного досвіду в контексті можливостей його впровадження в Україні, оскільки в умовах економічної нестабільності банки повинні використовувати весь свій інтелектуальний потенціал та досвід розвинутих країн, щоб зберегти свої позиції на фінансовому ринку України та не втратити, а іноді вже й намагатись повернути довіру та інтерес своїх клієнтів. Тому проблематика щодо розробки та впровадження інноваційних банківських продуктів відіграє важливу роль у поточній діяльності кожного сучасного вітчизняного комерційного банку і, зокрема, потребує досліджень у напрямку сприяння окресленим вище процесам.

Мета статті полягає у систематизації підходів до визначення змісту банківської інновації, з'ясуванні причин її появи, аналізі міжнародного та українського досвіду та специфіки впровадження банківських інновацій, перспектив вітчизняних комерційних банків щодо впровадження новітніх продуктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Звертаючись до уточнення сутності банківських інновацій, доцільно перш за все згадати визначення власне інновації.

Відповідно до більшості підходів, інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що виражається у вигляді нового чи удосконаленого

продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті та який починає активно використовуватися у практичній діяльності та має суспільну перевагу.

З приводу визначення поняття «банківська інновація» слід зазначити, що не має його чіткого єдиного визначення в сучасній літературі, тому доцільно в табл. 1 розглянути найбільш відомі підходи.

Таблиця 1
Підходи до визначення поняття «банківська інновація»

Автор	Трактування поняття «банківська інновація»
О. Лаврушин [1]	Синтетичне поняття про діяльність банку, яка спрямована на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою втілення нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутків.
І. Балабанов, О. Гончарук, В. Боровков, Н. Савинська, С. Афонін [2]	Це реалізований у формі нового банківського продукту чи послуги кінцевий результат інноваційної діяльності банку.
С. Яковенко, А. Тимченко [3]	Методи інституційної організації банківських процесів і моделей їх поведінки в сучасному фінансовому світі, що знаходять своє вираження в появі нових банківських технологій, послуг, продуктів, націлених на зростання ефективності діяльності комерційного банку та її соціальної складової.
С. Єгоричева [4]	У вузькому значенні – це впровадження нових або суттєво вдосконалених банківських продуктів і послуг, які відповідають існуючим або потенційним фінансовим потребам клієнтів, власним інтересам банку та вимогам банківського законодавства, надають зацікавленим сторонам додаткові вигоди та є результатами банківського інжинірингу. У широкому розумінні – це процес створення додаткової цінності для клієнтів, працівників та власників банку шляхом внесення якісних змін в усі сфери його діяльності – продукти, послуги, процеси, бізнес-моделі та стратегії, що стали результатом практичної реалізації нових ідей, знань та стороннього досвіду.

Узагальнюючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що банківські інновації – це результат діяльності банку, спрямований на створення нових продуктів та технологій, а також інноваційних методів управління банківською установою з метою отримання додаткових доходів та конкурентних переваг.

Отже, поняття банківської інновації може бути застосовано до будь-яких нововведень у всіх сферах функціонування банку, що дає змогу досягти визначеного позитивного економічного або стратегічного ефекту (приріст клієнтської бази, збільшення частки ринку, скорочення витрат на проведення певного виду операцій тощо).

При цьому як новий продукт чи послуга банківська інновація проявляє себе тільки в процесі своєї реалізації на фінансовому ринку або всередині банку, а попит на інноваційний банківський продукт чи послугу визначає його ступінь новизни [5].

Причиною появи банківських інновацій, з одного боку, є підтримка банком стійкого зв'язку з клієнтами, яка заснована на партнерських відносинах. Це означає, що банки турбуються не тільки про збе-

реження, а й про примноження капіталу своїх клієнтів. Досягають вони цього тим, що пропонують інноваційні продукти, які, своєю чергою, сприяють розширенню напрямів їх діяльності, зниженню витрат, розвитку ділової активності і підвищенню прибутковості.

З іншого боку, передумовою появи банківських інновацій є конкуренція між банківськими та іншими фінансовими інститутами в умовах постійного розвитку фінансового ринку.

У світовій практиці зазвичай виділяють наступні види банківських інновацій:

- банківський продукт на нових сегментах ринку;
- інновації як освоєння напрямів діяльності у нових сферах фінансового ринку;
- нові методи управління готівкою та використання нових інформаційних технологій;
- модифіковані послуги фінансового посередництва, спрямовані на зниження операційних витрат та більш ефективного управління активами та зобов'язаннями;
- нові продукти в традиційних сегментах позичкових капіталів.

Сьогодні банківська інновація в Україні виражається найчастіше у появі нових банківських продуктів.

Банківський продукт – це набір модифікованих банківських і фінансових операцій для вирішення будь-якої потреби клієнта, який можна позиціонувати як нову банківську послугу або поєднання традиційних послуг банку, вибудоване в технологічний ланцюг, що дозволяє вирішувати конкретну проблему клієнта і задовольняти його попит у комплексному обслуговуванні.

Новий банківський продукт буває одиничним і масовим.

Одиничний банківський продукт – це індивідуальний продукт, він має характерні, тільки йому притаманні особливості, які виділяють його серед інших банківських продуктів, він також має чітко визначене коло своїх покупців.

Масовий банківський продукт – це продукт без різко вираженої індивідуальності, у нього немає особливих характерних рис, тому він розрізняється тільки за видами продукту або фінансового активу і випускається в розрахунку на широке коло споживачів та інвесторів.

Окрім того, новий банківський продукт може бути лімітованим і нелімітованим.

Лімітований банківський продукт – це продукт, обсяг або кількість випуску якого суворо квотується. Цей обсяг устанавлюється при випуску продукту, який визначається багатьма факторами: розміром статутного капіталу акціонерного банку, попитом покупців і т. д.

Нелімітований банківський продукт являє собою продукт, обсяг (кількість) випуску якого не обмежено квотами, нормами чи умовами, він розробляється в розрахунку на можливого потенційного покупця [6, с. 137].

Інноваційні банківські продукти, зміна сервісу та новітні технології у вітчизняних банках дозволяють полегшити процес нарощування клієнтської бази насамперед шляхом залучення молодого покоління або на переманюванні клієнтів у банків-конкурентів. У подальшому розвиток ринку банківських послуг України залежить від більш активної готовності банків швидко адаптуватися під потреби більш широкого діапазону клієнтів.

Для того щоб з'ясувати, наскільки сучасними є зарубіжні інноваційні банківські продукти, необхідно

звернутись до досвіду провідних банків світу. Так, наприклад, Royal Bank of Canada сьогодні тестує інноваційний Bradlet, який дозволяє заміряти частоту серцебиття людини та ідентифікувати людину при скоєнні безконтактних платежів. Канадський банк CIBC Bank створив та запропонував своїм клієнтам нову кредитну карту – «Кобренд» у співробітництві з відомою мережею ресторанів Tim Hortons. Ця інноваційна картка має кнопки, тому при здійсненні покупок або оплати рахунку в ресторані клієнт обирає потрібну йому кнопку і здійснює платіж. За оплату покупок клієнт заробляє бонусні бали, які потім можна використати в ресторані. А банк Westpac з Нової Зеландії запровадив ідентифікацію при вході у мобільний додаток за допомогою сканування пальця, що підвищило захист рахунків клієнта [7].

На нашу думку, найбільш цікавими банківськими інноваціями, які могли б бути започатковані на Україні, слід уважати:

1). Депозитний проект SmartyPig від WestBank (Великобританія), який побудований за принципом соціальної мережі – треба зареєструватися, виставити цілі, на які призначено вклад, запросити друзів. Такий вклад носить дуже конструктивний характер – людині прищеплюється звичка постійно усвідомлювати свої потреби та визначати засоби їх досягнення.

2). Проект Keep the change від Bank of America – у процесі покупки банк округлює суму, а різницю залишає клієнту на окремому ощадному рахунку.

3). CIBC Bank (Канада) створив та запропонував своїм клієнтам нову кредитну карту – «Кобренд» у співробітництві з відомою мережею ресторанів Tim Hortons. Ця інноваційна картка має кнопки, тому при здійсненні покупок або оплати рахунку в ресторані клієнт обирає потрібну йому кнопку і здійснює платіж.

4). Сервіс P2P-перекази через мобільний телефон, який представлений на ринку банківських послуг як Oborau, Hal-Cash от Bankinter, POPmoney от PNCBank. Суть його полягає в тому, що для переказу грошей не потрібно знати прізвище, банк та номер рахунку. Все, що потрібно, – зареєструватися в проекті P2P-переказів і відправити гроші парою натиснень кнопок на телефоні. Якщо телефон уже є в системі і він прив'язаний до рахунку в банку, то гроші придуть прямо на нього, а якщо номера в системі немає, то рахунок буде відкрито автоматично [8].

За останнє десятиріччя український банківський сектор також суттєво змінився, він представлений новими технологіями, продуктами та підходом до клієнта. На сьогодні найбільш розповсюдженими є такі види вітчизняних інноваційних банківських продуктів:

1) мобільний банкінг – завдяки мобільному телефону можна здійснити більшість операцій із власними рахунками, він відкриває великий спектр послуг, зокрема, залишок по рахунку, платежі, перекази коштів, кредити однієї фізичної особи іншій тощо. Як уважають експерти, мобільний телефон замінить пластикову картку як засіб платежу вже через кілька років. Саме за допомогою NFC-чипів, які вбудовані у телефон, буде відбуватися ідентифікація клієнта, тому зникне потреба в паспорті, тому що ідентифікація клієнта банком стане можливою лише за допомогою телефона. Сьогодні ця тенденція з'явилася на ринках США і Європи, де ідентифікація вже відбувається навіть за адресою електронної пошти клієнта;

2) Інтернет-банкінг – ключова новація майбутнього десятиліття, яка сьогодні пропонується клієнтам більшістю банків. Україна входить у топ-10

країн Європи за кількістю користувачів, але через низьке проникнення в регіони все ще має значний потенціал зростання Інтернет-аудиторії у майбутньому. Для банків це відкриває великі можливості, тому експерти роблять основну ставку саме на розвиток віддаленого банкінгу;

3) «зона 24» – за допомогою цього продукту клієнт може самостійно керувати своїми рахунками, одержувати консультацію фахівця call-центру, залишити заявку на одержання послуги, записатися на обслуговування в будь-яке відділення банку. Практично кожна «зона 24» оснащена банкоматом, модулем поповнення готівкою CashIn, телефоном доступу до інформаційної служби. Цей напрямок банківської діяльності продовжує вдосконалюватися;

4) електронний залишок – упровадження даної послуги в касах банку дозволяє скоротити витрати на обіг монет, оскільки залишок менше однієї гривні зраховується на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера;

5) POS-термінали в торговельних мережах – на відміну від західних країн вони не привели до глобальної революції в українському безготівковому просторі. Однак сьогоднішні 5% безготівкових операцій з платіжними картками все-таки змушують банків вірити в посилення цього тренда в найближчі п'ять років. У майбутньому POS-термінали будуть установлювати самі торговці, оскільки в оплату будуть прийматися не пластикові картки, а інформація з NFC-чипів, вбудованих у телефон. Тим часом термінали самообслуговування, що з'явилися кілька років тому, набирають популярності як у банківських відділеннях, так і за їхніми межами [9].

Сьогодні в Україні найбільш інноваційними банками є «ПриватБанк», «Райффайзен банк Аваль», «Альфа-Банк», «ОТП Банк» та ін. Вони вже більше десятиріччя виділяються поміж інших банків наданням таких інноваційних продуктів, як смс-банкінг та Інтернет-банкінг.

Лідуючу позицію на разі займає ПАТ «ПриватБанк», який уперше в історії українського банківського ринку став фіналістом одного із самих престижних світових банківських рейтингів Retail Banker International Awards, причому однією із номінацій була «Краща інновація в платежах». «ПриватБанк» – найбільший український банк, який входить до топ-10 провідних банків Центральної та Східної Європи. Він також є одним з найбільш інноваційних банків світу. До останніх інновацій згаданого банку, які отримали визнання по всьому світі, належать наступні продукти: платіжний міні-термінал, вхід в Інтернет-банкінг через QR-код, онлайн-інкасація, оцифровані платіжні картки, а також десятки різноманітних мобільних додатків [10].

У 2014 р. на форумі банківських інновацій FinovateSpring 2014 в місті Сан-Хосе, Каліфорнія, команда «ПриватБанку» представила перший у світі безконтактний Android-банкомат. Новий банкомат дозволяє для зняття грошей використовувати замість типової клавіатури смартфон або Google Glass. За підсумками голосування журі, topless-банкомат «ПриватБанку» було визнано переможцем FinovateSpring 2014, а його оригінальна презентація отримала приз Best of Show.

Найбільш унікальними та цікавими для клієнтів є такі інновації «ПриватБанку», які повинні привернути пильну увагу інших вітчизняних банківських установ:

1) QR-банкінг – це ноу-хау забезпечує легку оплату рахунків, товарів та Інтернет-покупок про-

сто через QR-код за безконтактною банківською системою. Потрібно сфотографувати код з квадратиків, який відразу розпізнається через мобільний Інтернет, спрямовує безпосередньо на сторінку оплати, після чого треба ввести тільки свій персональний пароль. Величезний плюс у тому, що тепер не завжди потрібно носити з собою пластикову карту. А це процес покупок, зняття готівки та інших операцій стане швидше. Все, що потрібно, – це найпростіший смартфон з камерою і вбудованим банківським додатком. На сьогодні понад 1000 українських магазинів надають можливість оплачувати покупки скануванням QR-коду, більшість з них знаходяться в Києві. Завдяки QR-банкінгу у «ПриватБанку» був змінений логотип. Тепер замість чорного квадрата – QR-код;

2) розумна заправка – один з нових корисних додатків «Приват24». За допомогою цього сервісу заправитися бензином можна без черги на касі і навіть не пропускаючи улюблений трек, що грає по радіо в машині. «Розумна заправка» знаходить заправку по GPS-координатам, після чого вибирається номер колонки, марка бензину і кількість літрів або сума, на яку необхідно заправитися через телефон. Потім оплачується операція через додаток в онлайн-режимі. У результаті – економія часу, більш безпечний розрахунок, коли не потрібно пам'ятати пін-коди і возити з собою кредитну карту;

3) Send money – нова послуга, що дозволяє переводити гроші за номером мобільного телефону одержувача. Ідея в тому, що не потрібно вводити 14-значний номер, як раніше, а просто номер телефону того, кому необхідно відправити гроші. Далі система працює вже з людиною-одержувачем, яка повинна ввести дані своєї карти і підтвердити переказ. Для цього потрібно зайти в додаток, ввести номер мобільного телефону, суму і вибрати, з якої карти списувати кошти. Що важливо, одержувач може бути клієнтом будь-якого іншого банку системи Visa або Master Card, і знову ж таки не потрібно запам'ятовувати, записувати довгі номери карт і довго возитися з їх введенням в систему;

4) фотокаса – ще одна новинка для смартфонів. За фотографіями рахунків і комунальних платежів працівники «ПриватБанку» самі створюють усі необхідні документи, які потім приходять на e-mail як відскановане фото. Усе, що потрібно зробити, це сфотографувати невідомий папірець, який потрібно сплатити, смс-кою відправити його в банк і підтвердити операцію [11].

У цілому, інноваційна політика «ПриватБанку» орієнтована на впровадження на українському ринку принципово нових провідних банківських послуг, які надають клієнтам широкі можливості управління своїми фінансами.

Висновки. Розвиток та створення нових банківських інновацій відіграють важливу роль у діяльності комерційних банків не тільки для підтримки конкурентного рівня, але й насамперед для підтримки і залучення нових клієнтів. Можна ствер-

джувати, що банківська інновація є віддзеркаленням інтелектуального потенціалу персоналу банку. Так, в Україні найбільш інноваційним банком, на нашу думку, слід уважати «ПриватБанк», який займає лідируючу позицію серед інших банків та відзнаки на міжнародному рівні за свої інновації. Тому іншим банківським установам доцільно приділити більше уваги вивченню досвіду у сфері впровадження інноваційних продуктів «ПриватБанку».

Не можна заперечити той факт, що банківські інновації є невід'ємною реальністю і об'єктивною необхідністю комерційних банків України, які повинні активізувати свою діяльність за цим напрямом, швидше адаптуватися до мінливих потреб їх клієнтів. Перспективними сферами інноваційної діяльності вітчизняних банків слід уважати, крім мобільного та Інтернет-банкінгу, «Зони 24», «Електронного залишку», POS-терміналів та нових кредитних та депозитних продуктів: новації в комунікаційній політиці банку, розвиток платіжних систем та інструментів, зміну підходів до банківського реінжинірингу, а також оцінку ефективності розроблених інновацій банківськими установами. Тому в подальших дослідженнях важливо більше уваги приділити висвітленню питань у сфері банківського реінжинірингу та оцінки ефективності інноваційних продуктів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Банковский менеджмент / Под ред. д.э.н., проф. О.И. Лаврушина; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КноРус. – 2009. – 560 с.
2. Банки та банківська справа / І.Т. Балабанова, О.В. Гончарук, В.А. Боровкова [та ін.]. – СПб.: Питер, 2003. – 301с.
3. Яковенко С.Н. Фінансові інновації в діяльності комерційних банків: теоретико-економічні аспекти / С.Н. Яковенко, А.А. Тимченко // Сучасні проблеми науки та освіти. – 2013. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scienceeducation.ru/pdf/2013/2/53.pdf>.
4. Єгоричева С.Б. Банківські інновації: [навч. посіб.] / С.Б. Єгоричева. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 208 с.
5. Bernardo Batiz-Lazo, Kassa Woldeesenbet The Dynamics of Product and Process Innovatoin in UK Banking. – New Economic Papers, 03.05.2004.
6. Банки і банківська справа: [підручник для бакалаврів] / Під ред. В.А. Боровкової; 3-тє вид., перероб. та доп. – М.: Юрайт, 2016. – 623 с.
7. Філіна Ф. Банк майбутнього: без черг, без людей, без співробітників / Ф. Філіна // Інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://i.rbc.ru/publication/analytic/bank_budushchego_bez_ocheredejbez_lyudejbez.
8. 10 банківських продуктів для copy-paste [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sostav.ru/blogs/27523/4661/>.
9. Мошинець О. Інноваційні продукти і технології на ринку банківських послуг / О. Мошинець // Україна фінансова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/gkr/168.htm.
10. Офіційний сайт КБ «ПриватБанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua/about/>.
11. Сизотова Є. П'ять незвичайних інновацій «ПриватБанку» в місті / Є. Сизотова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gloss.ua/story/gloss_news/article/74057.