

УДК 338.465.4



Дослідження/

■ **Зоряна Шмігельська**
Zoriana Shmihelska

Кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів Львівського інституту банківської справи Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ)
PhD (Economics), Senior teacher of the Chair of Finance of the Lviv Institute of Banking of the University of Banking of the National Bank of Ukraine (Kyiv)

Банківські інновації: суть, необхідність і розвиток

Banking innovations: nature, necessity and development

Розвиток бізнес-систем в Україні поступово привів ринок до потреби конкурувати не лише шляхом проведення ефективних рекламних кампаній, а й шляхом удосконалення продукту або розробки нових продуктів та послуг. Донедавна сфера інновацій у нашій країні була прерогативою наукових установ та промисловості. Нині інновації переходять у галузь комерції та бізнесу.

Автор статті розглядає стадії інноваційного процесу, наводить схему інноваційного процесу, аналізує життєвий цикл банківського продукту, оцінює спектр можливих банківських операцій за допомогою мобільного телефону тощо. У дослідженні запропоновано використовувати систему скорингу на базі індикаторів ризику для оцінки репутації клієнта й відповідності його операцій фінансовому стану, суті та напрямкам діяльності.

The development of business systems in Ukraine gradually brought the market to the need of competition not only through effective advertising campaigns but also by improving the product or the development of new products and services. Until recently, innovations in Ukraine were the prerogative of scientific institutions and industry. Nowadays, innovations are moving to the commerce and business area.

The author considers stages of an innovation process and gives the scheme of the process, analyzes a life cycle of the banking product, assesses the range of possible banking operations via mobile phone, etc. In the article, there is suggested to use the scoring system based on risk indicators for assessment of customer's reputation and compliance of his operations with his financial performance, nature and guidelines of his activities.

Ключові слова: банківські інновації, інтернет-банкінг, скоринг, інноваційний процес.

Key words: banking innovations, internet-banking, scoring, innovation process.

Нині інновації – не просто одне з явищ, що визначає економічне зростання, розвиток, структурні зрушення тощо. Інновації стали сутністю сучасного розвитку в усіх сферах економіки, зокрема і в банківській справі.

Розвиток економіки завжди базувався на впровадженні нових технологій, але протягом тривалого часу цей процес проходив надто повільно. В умовах сучасної науково-технічної революції і особливо останнім часом, коли провідні країни переходять до постіндустріального періоду, економічний розвиток має якісно новий характер [6].

Основні його риси вирізняються:

- налагодженням інноваційного процесу (створення, розповсюдження та використання інновацій);

- перетворенням інноваційного процесу в постійно діючий фактор;

- високою швидкістю змін.

Сьогодні здійснюється новий тип економічного розвитку – інноваційний. Економіка перебуває в процесі постійних змін, і цей процес суттєво впливає на банківську сферу як на галузь застосування (об'єкт) інновацій, так і на фактор, що сприяє їх впровадженню в економіку в цілому. За будь-яких обставин банк має активізувати діяльність та використовувати новітні досягнення науково-технічного прогресу [6].

СТАДІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

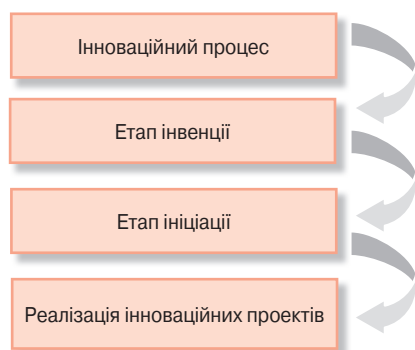
На рівні окремих суб'єктів господарювання (зокрема і банків)

інноваційний процес складається з певних кроків (див. схему 1), які можна умовно об'єднати у стадії, кожна з яких потребує особливих підходів з точки зору організації та управління.

Складові будь-якого інноваційного процесу зазвичай розглядають як його фази [4]. Серед них переважно виділяють фундаментальні та прикладні дослідження, проектно-конструкторські роботи, освоєння, виробництво, реалізацію, експлуатацію, дифузю (розповсюдження).

Що стосується етапу інвенції, то це період діяльності банку впродовж якого відбувається усвідомлення потреби в інноваціях та генерація ідей нововведень. Водночас етап ініціації – це відбір, аналіз та стратегічна оцінка запропонованих банку проектів [10].

Схема 1. Інноваційний процес [4]



Слід зазначити, що механізм упровадження інновацій у комерційних банках має певні особливості, які визначаються загальними рисами інноваційної активності у сфері послуг (у тому числі фінансових) як специфічному секторі суспільного виробництва:

- нематеріальний характер результату діяльності;
- тісніший зв'язок зі споживачами;
- спонтанний процес появи інноваційних ідей, які не є результатами наукових досліджень;
- важлива роль самонавчання організації;
- дифузія (розповсюдження).

У наукових дослідженнях [4; 10] пропонуються різні варіанти схем здійснення банківського інноваційного процесу (див. схему 2).

Ці схеми в основному відображають загальні підходи до механізму управління інноваційними процесами, не розкриваючи всіх аспектів послідовності створення банківських інновацій та сукупності необхідних дій працівників банку.

На нашу думку, одним із найцікавіших елементів цієї схеми є раціоналізація. Відповідно до положень ст. 481 Цивільного кодексу України раціона-

лізаторською пропозицією є визнана юридичною особою пропозиція, що містить технологічне (технічне) або організаційне рішення у будь-якій сфері її діяльності. Отже, відповідно до вітчизняного законодавства коло об'єктів раціоналізаторської пропозиції складається не лише із матеріальних об'єктів та процесів у сфері техніки (технології), а також і з організаційних рішень. Тому сфера застосування раціоналізаторської пропозиції в контексті банківської інноваційної діяльності може бути значно розширена. Словом, упровадження раціоналізації – це перший крок заохочення та стимулювання до інноваційного мислення.

Теоретично та практично доведено, що ефективна інноваційна діяльність можлива лише за умови оптимальної організації інноваційного процесу, який має бути відповідно формалізованим, видимим та задокументованим (зокрема у картах, схемах, регламентах) і в такому вигляді наданий працівникам банку. Щодо цього варто зробити два уточнення [4]:

- тій чи іншій фазі інноваційного процесу повинен відповідати певний набір організаційних умов. На перших стадіях найсприятливішими чинниками будуть відсутність бюрократичних бар'єрів, децентралізація активності, забезпечення масовості учасників. Проте на стадіях від реалізації до комерціалізації нововведення доцільні жорстке управління та постійний контроль за виконанням.

- будь-яка організація, у тому числі й комерційний банк, усвідомлює необхідність формалізації інноваційного процесу і поступово здійснює її, створюючи відповідну технологію на певному етапі свого розвитку, коли опановуються методи процесного управління. Інноваційна ді-

яльність виділяється як специфічний його об'єкт, відокремлений від звичайних виробничих процесів.

БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ

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. Поняття інновації може бути застосовано до всіх нововведень у всіх сферах функціонування банку, що дасть змогу досягти визначеного позитивного економічного або стратегічного ефекту (приріст клієнтської бази, збільшення частки ринку, скорочення витрат на проведення певного виду операцій тощо) [5].

Так як у статті використовуються поняття “банківська операція”, “банківська послуга” та “банківський продукт” вважаємо за доцільне розмежувати їх змістове наповнення. Отже, відповідно до Закону України “Про банки і банківську діяльність” **банківські операції** – це операції із залучення грошових коштів та вкладення їх у позички, цінні папери і послуги, а також операції з випуску в обіг і вилучення з нього грошей, операції, пов'язані з розрахунками, фінансуванням та кредитуванням капітальних вкладень, касовим виконанням державного бюджету тощо.

Банківську послугу можна охарактеризувати як операцію банку (дію банку), яка виконується в інтересах клієнта.

Отже, поняття “банківська операція” охоплює значно ширше коло дій банку. Кожна банківська послуга є одночасно однією або сукупністю кількох банківських операцій, але не кожна банківська операція набуває характеру банківської послуги.

Згідно з вітчизняним законодавством **банківський продукт** – це стандартизовані процедури, що забезпечують виконання банками операцій, згрупованих за відповідними типами та ознаками.

Отже, поняття “банківська операція”, “банківська послуга” та “банківський продукт” не є синонімами і їх потрібно розмежовувати.

Концепція життєвого циклу банківської інновації має важливе значення при плануванні виробництва інновацій і організації інноваційного процесу в банківській сфері.

Схема 2. Схеми здійснення банківського інноваційного процесу [4]

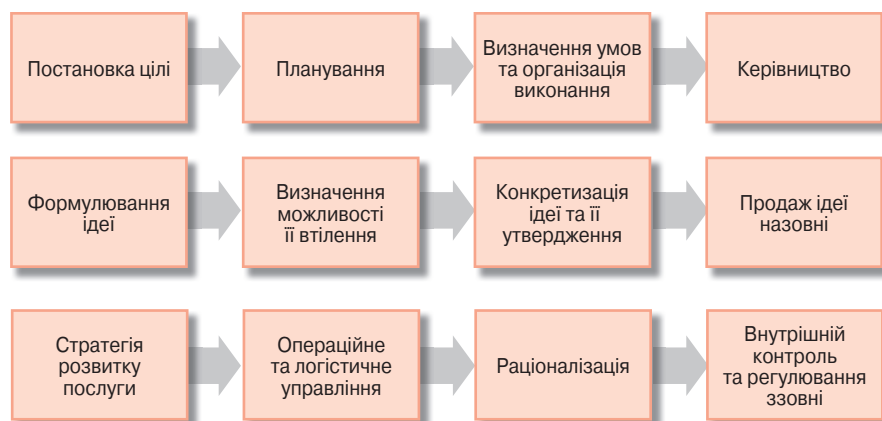
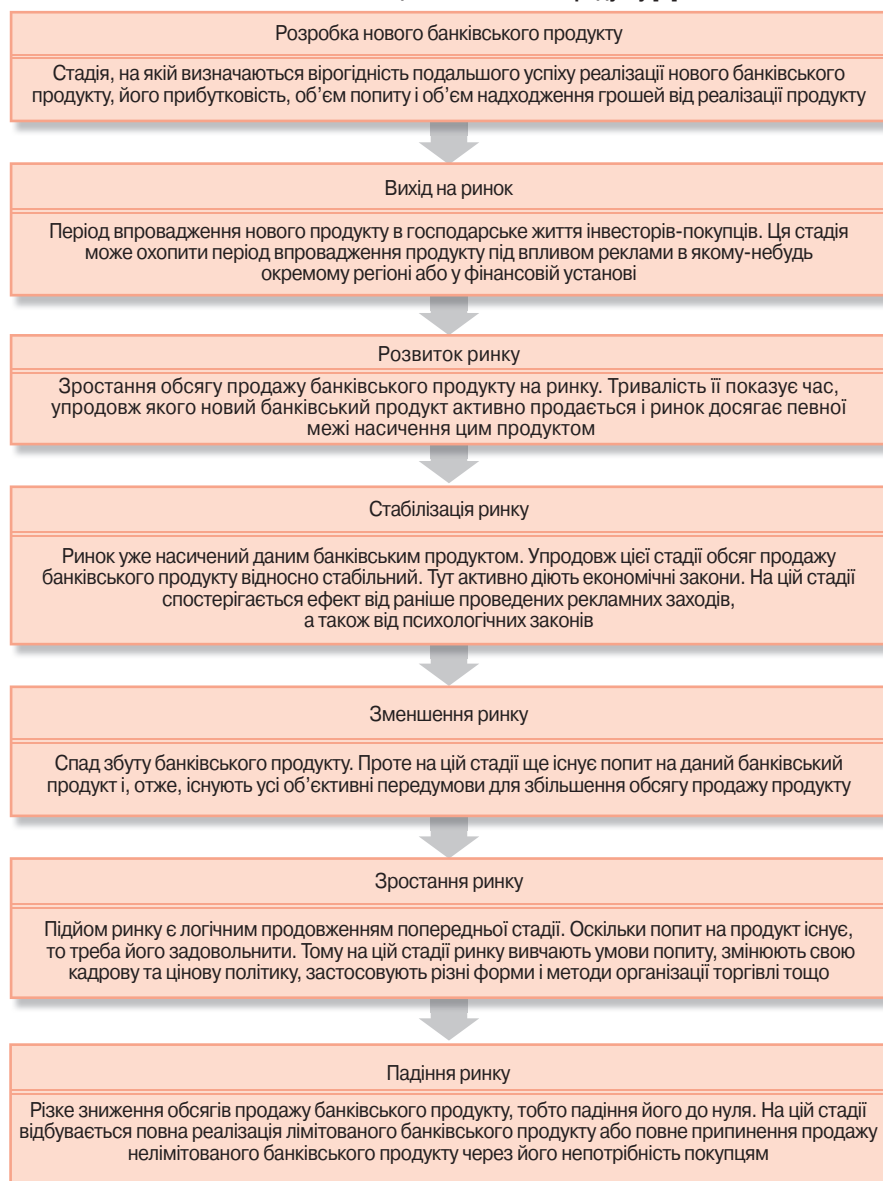


Схема 3. Життєвий цикл банківського продукту [1]



На нашу думку, перша стадія (розроблення нового банківського продукту) є найважливішою, оскільки саме тоді оцінюються можливості запровадження банківського продукту. Прийняття рішень на цьому етапі є базовими при проходженні інших ланок життєвого циклу.

Процес, пов'язаний зі створенням, освоєнням та розповсюдженням інновацій, охоплює всі сторони діяльності банку: від розробки концепції та ідеї до їх практичної реалізації. Банківська інноваційна діяльність стосовно створення нового продукту чи технології орієнтована на збалансованість інтересів банку, споживачів та суспільства в цілому.

Управління інноваційною діяльністю – це складний, багатогранний процес, який є невід'ємним елемен-

том системи управління банком. Проте у більшості українських банків процес управління інноваціями зорієнтований лише на вирішення поточних завдань, а його якість не відповідає світовому рівню та загальнонаціональним потребам розвитку банківської системи. Водночас практика функціонування провідних банків розвинутих країн світу свідчить, що їхні успіхи значною мірою пов'язані з розробкою цілісної системи управління інноваціями. В цих банках створено таку інноваційну структуру і культуру управління, де напрями хронологічного розвитку інтегруються у загальні стратегічні плани, а політика зростання безпосередньо пов'язана з постійною розробкою перспективних продуктів та проникненням у нові сфери бізнесу. У зв'язку з цим осо-

бливої актуальності набуває процес вибору індивідуальної інноваційної стратегії для кожного банку, від якої залежить, у яке русло буде скеровано інноваційну діяльність даної установи. Термін “стратегія” сучасною економічною наукою трактується як набір правил для ухвалення рішень, якими організація керується у своїй діяльності [5].

Стратегію інноваційного розвитку можна трактувати як основний напрям руху організації в довгостроковій перспективі. Цей напрям визначає, коли і як саме необхідно ініціювати інноваційні процеси, які саме ресурси будуть задіяні під час їхнього проходження, яким буде характер інноваційної діяльності, які моменти функціонування банку залучатимуться тощо. Звідси випливає, що формування стратегії є одним із найважливіших елементів у структурі інноваційного управління банківсько-кредитної організації. Слід зазначити, що кожен банк відрізняється від інших ресурсною базою, наявним інтелектуальним потенціалом, набором конкретних засобів, принципів та заходів досягнення визначених цілей.

Крім того, у кожного окремо взятого банку різні якість аналізу навколишнього середовища та визначеність його результатів, що відкриває додаткові можливості для подальшого закріплення і розширення своїх позицій на ринку. Саме це і визначає індивідуальні підходи кожної фінансової установи до визначення власних стратегій [5].

Організація ефективного інноваційного процесу вкрай потрібна українським банкам. Для ініціювання інноваційної діяльності, спрямованої на розвиток та успішне функціонування банку, та створення умов ефективного її здійснення, необхідно керуватися такими принципами [6]:

- створення стимулів для виявлення тенденцій та виокремлення ідей, що потенційно є передумовами для інновацій;
- свідоме недовантаження інтелектуального потенціалу банку в розрахунок на спонтанне виникнення ідей та пропозицій, які можуть позитивно вплинути на розвиток продуктового ряду банку;
- оптимізація рівнів управління (в бік скорочення) з метою прискорення циклу будь-якого інноваційного процесу;
- мінімізація строків розробки та впровадження банківських продуктів

не шляхом скорочення числа стадій інноваційного процесу, а шляхом координування декількох процесів, що проходять паралельно;

- орієнтування всієї інноваційної діяльності банку на споживача продуктів з можливістю контролю за першими кроками впровадження інновацій.

Організаційній структурі належить велика роль у процесі управління будь-якою організацією. Саме за її допомогою структурують та формалізують підходи та методи управління, визначають групи виконавців, розробляють системи контролю та внутрішні організаційні взаємовідносини. Очевидно, що від правильного вибору організаційної структури, від її успішного функціонування та здатності активно оновлюватися під впливом зовнішніх умов, що швидко змінюються, залежить життєздатність банку та його розвиток [6].

Побудова ефективних організаційних структур управління інноваційними процесами, як правило, може відбуватися кількома способами. В одному з випадків у банку формується окремий структурний підрозділ, основною метою якого є розробка нововведень та узгодження цього процесу із довгостроковими планами розвитку банку. Другий спосіб передбачає інтеграцію та координацію інноваційного потенціалу всіх підрозділів банку та створення всередині банку механізму, який дає змогу налагоджено проводити розробку та впровадження нововведень. Банки можуть використовувати і комбінацію обох вищезазначених варіантів, контролюючи інноваційні процеси, змінюючи їх пріоритети за необхідністю. Але обидва способи підтверджують, що процес розробки та впровадження інновацій у банківській діяльності має не епізодичний, а системно організований та керований характер.

Основна помилка, якої припускаються сучасні аналітики в ході побудови інноваційного процесу в комерційному банку, — пошук та вибір оптимальної структури управління інноваційним процесом. Відомо, що будь-який процес функціонує лише за допомогою систем, що його забезпечують, — фінансових, інформаційних, програмних тощо. Структура — це інструмент реалізації політики комерційного банку в галузі інновацій, в якому сукупність елементів та їхні взаємовідносини впливають на повноцінний розвиток. Тому, зосе-

реджуючись на одному варіанті організації взаємодії елементів інноваційного процесу, банк позбавляє себе можливості повною мірою використовувати цей інструмент [6].

ВИДИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР

Аналіз основних видів організаційних структур дає можливість оцінити кожний з них. Зазначимо, що підкреслювати переваги однієї структури над іншою не можна. Так, функціональна структура до цього часу є найбільш розповсюдженою схемою організаційної побудови українських банків. Вона — найоптимальніша для невеликих організацій з обмеженим набором продуктів та послуг. Будується така структура на поопераційному поділі підрозділів: кредитний, валютний та операційний відділи. Функціональна структура має свої переваги. Це простота, прозорість, поліпшена координація у функціональних зонах, відсутність дублювання функцій та робіт, централізація використання матеріальних ресурсів. Спеціалізація співробітників забезпечує постійне зростання їхнього професіоналізму. В рамках такої структури можна створити відділ розвитку банку, а в його складі — спеціальну групу з впровадження інновацій. Головне завдання цієї групи — забезпечувати виконання плану інновацій. При цьому до її основних функцій належать: організація механізму впровадження інновацій, виконання ролі центральної сполучної ланки між всіма учасниками інноваційного процесу, участь у плануванні роботи банку в цілому та розробка плану інноваційного розвитку, організація оперативних груп із впровадження окремих інновацій та координація цих груп [6].

Але функціональна структура не є ідеальною для інноваційного розвитку організації. Створений відділ розвитку банку, що має ініціювати та організувати інноваційні процеси, не вирішує проблеми ефективного управління інноваційною діяльністю. Недоліками такої структури, які особливо проявляються при зростанні організації, є традиційні конфлікти між підрозділами, їх зацікавленість у досягненні поставлених цілей та вирішенні своїх, а не спільних завдань, роздрібненість.

Дивізіональні структури, орієнтовані на клієнта, здебільшого поширені в більшості зарубіжних кредитних організацій. Інші форми дивізіональних структур практично не зустріча-

ються у фінансовій сфері. Такі структури ідеально підходять у ситуації жорсткої конкуренції та боротьби за кожного клієнта, тому що дають змогу організувати краще обслуговування. Вони вирізняються вищою контрольованістю процесів та кращою координацією всіх дій, чіткістю і зрозумілістю поставлених завдань. Головний недолік дивізіональних структур — дублювання деяких функцій та, як наслідок, — велика витратність. Причому, необхідно зазначити, ця негативна риса проявляється зазвичай в організаціях із невеликою кількістю співробітників. Незважаючи на це, дивізіональні структури вже впроваджуються в багатьох українських банках. Вибір конкретного різновиду споживчої дивізіональної структури залежить від особливостей банку та його клієнтури. Інший недолік всіх механістичних структур, зокрема й дивізіональних, у тому, що вони недостатньо адаптовані до змін зовнішнього середовища та не зорієнтовані на швидке, координоване вирішення нових завдань інноваційного розвитку, що постійно постають перед сучасними організаціями.

Оптимальною для управління інноваційним розвитком банківської установи є матрична структура, що поєднує в собі переваги функціональних та дивізіональних структур, а також позбавлена багатьох вищезазначених недоліків. Характерною особливістю цієї структури є наявність двох одночасно функціонуючих структур, що спричиняє подвійне підпорядкування деяких співробітників, зайнятих у проектній роботі. У таких структурах, окрім основної організаційної структури та, відповідно, базових завдань, періодично виникають окремі завдання, пов'язані з розробкою та впровадженням нових банківських продуктів, нових технологій тощо. Для цього спеціально створюються проектні групи із співробітників різних підрозділів, які найбільш підготовлені для виконання того чи іншого завдання. Очолоює такі групи спеціально призначене "проектне керівництво" з відповідними повноваженнями. Після виконання завдання проектна група розформовується. При цьому базова структура може бути як функціональною, так і дивізіональною, що орієнтується на споживача [6].

Після визначення найперспективніших ідей та формування моделі нової банківської послуги розробляється бізнес-процес із її надання.

Насамперед необхідно описати наскрізний бізнес-процес, що охоплює всі підрозділи банку, котрі задіяні у реалізації продукту, чітко визначити їхні функції та відповідальність. До речі, при впровадженні нового продукту (в разі поліпшуючої інновації) не обов'язково починати з нуля, достатньо модифікувати один із уже існуючих бізнес-процесів та розробити для нього технологічну карту процесу [8]. А ще слід розробити регламенти, інструкції для виконавців, методику бухгалтерського обліку, схеми документообігу, форми необхідних документів та процедури внутрішнього контролю.

Важливим моментом є технічне забезпечення бізнес-процесу, а при необхідності – й розробка програмного забезпечення, автоматизація його основних процедур. Тому на стадії формування технологічної карти важливо вирішити питання про виділення або придбання потрібного обладнання (комп'ютерної техніки, банкоматів, електронних табло, сканерів, пристроїв ідентифікації тощо), а також підготувати технічні завдання на розробку або доопрацювання програмного забезпечення [8].

Упровадження нового продукту неможливе без підготовки кадрів, які повинні ознайомитися з інструкціями й регламентами, оволодіти новими програмними продуктами, відпрацювати методи та прийоми роботи з клієнтами. Плідна інноваційна ідея і досконалий бізнес-процес можуть не дати очікуваних результатів, якщо реалізовуватимуться некваліфікованими працівниками, оскільки "виробництво" банківських продуктів відбувається саме у процесі обслуговування клієнтів.

Щоб запобігти можливим помилкам та перевірити ефективність системи внутрішнього контролю, варто по можливості випробувати інноваційний банківський продукт. У пробному тестуванні повинні брати участь усі структурні підрозділи банку, що задіяні в інноваційних операціях.

Зрештою, ще одним елементом зазначеного процесу має бути підготовка маркетингового забезпечення, хоча слід враховувати, що маркетингові дослідження повинні проводитися ще на етапі аналізу ідей. На цій же стадії стартує і якісна рекламна кампанія нововведення, що має ознайомити потенційних клієнтів з його основними конкурентними перевагами, викликати зацікавленість та ба-

Схема 4. Спектр можливих банківських операцій за допомогою мобільного телефону [8]



жання споживачів ним скористатися.

В останнє десятиліття суттєво змінилася структура банківського сектору України, а разом із ним і асортимент послуг, які кредитно-фінансові установи надають своїм клієнтам, і технології, що використовуються при цьому [8].

МОБІЛЬНИЙ БАНКІНГ

Нині важко уявити українця навіть у найвіддаленіших куточках країни без мобільного телефону, хоча ще на початку 2000-х років власників дивозв'язку було зовсім небагато. Не дивно, що й послуга мобільного банкінгу на той час для українських фінансових установ була серйозною інновацією. СМС-інформування про здійснення операції по рахунку та функція запити залишку на рахунку сьогодні вже стали звичними для більшості банківських клієнтів. Завдяки можливостям мобільного зв'язку підвищилися безпека транзакцій та інформованість клієнта про стан його рахунку.

Багато банківських установ розширювали перелік операцій через мобільний телефон, які можна було здійснити за допомогою СМС-повідомлень. Із поширенням смартфонів значно збільшилися і можливості мобільного банкінгу, тому банкіри продовжують розширювати перелік продуктів для різних моделей девайсів. За їх допомогою тепер можна здійснити більшість операцій із власними рахунками. На думку експертів, мобільний телефон вже через кілька років замінить пластикову картку як засіб платежу. Ідентифікація клієнта відбуватиметься завдяки NFC-чіпам, вмонтованим у телефон.

Спектр можливих операцій буде доносити широким, як показано на схемі 4.

Більше того, ідентифікація клієн-

та банком у відділенні також стане можливою просто за допомогою телефону, потреба у паспорті зникне. На ринках США і Європи вже відбувається ідентифікація навіть за адресою електронної пошти клієнта.

У 2000 році вперше на українському ринку банківських послуг були впроваджені одноразові динамічні паролі для інтернет-банкінгу за рахунок прив'язки картки до номера мобільного телефону [8].

Кожна інтернет-транзакція підтверджується одноразовим динамічним паролем, який висилається в СМС-повідомленні на телефон клієнта, – така комбінація робить платежі максимально безпечними. Використання одноразових паролів унеможливорює шахрайські операції в інтернет-банкінгу, тому фінансові установи активно застосовують цю технологію.

У 2005–2006 роках банки стали масово здійснювати ребрендинг. Одні для того, щоб дорожче продатися, інші (котрі вже мали іноземного власника), – з метою стандартизації своєї філіальної мережі в країнах присутності. У результаті спостерігаємо початок нової ери в українському банківському світі – ери транспарентності та орієнтації на масового споживача. Раніше відділення банків були закритими, працювали непрозоро, і споживачі боялися їх відвідувати. Сьогодні банківські відділення – відкриті та комфортні, зі зрозумілою та простою комунікацією. Такі зміни сприяли підвищенню ступеня проникнення банківських послуг на споживчі ринки.

У США мобільними банківськими сервісами користуються 16% абонентів. Із них 60% користувачів здійснюють банківські операції не рідше, ніж раз на тиждень. За даними міжнародної дослідницької компанії Целент (Celent), у найближчі роки розвиток мобільного банкінгу на європейських ринках стрімко набиратиме темпи. Від поточних показників, які в середньому становлять близько 6%, – до 25% у 2013 році. Прогнозують, що зростання цього сегмента у країнах, що розвиваються, матиме ще вищі темпи. Адже мобільний телефон там більш доступний засіб, ніж банківські інфраструктури [5].

ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ

Із розвитком українського фінансового ринку зростають і рівень грамотності споживачів, їхні вимоги до банківських послуг. Тому сьогодні

наявність цілодобової зони обслуговування у відділеннях фінансових установ швидше норма, ніж виняток.

Ще п'ять років тому було майже неможливо самостійно провести операцію або зняти готівку в будь-який час доби в окремій зоні банку. За допомогою "Зони 24" клієнт тепер може самостійно управляти своїми рахунками, одержати консультацію фахівця кол-центру, залишити заявку на отримання послуги, записатися на обслуговування в будь-яке відділення банку [8].

Практично кожна "Зона 24" оснащена банкоматом, модулем поповнення готівкою Cash-In, телефоном доступу до інформаційної служби. Цей напрям продовжуватиме вдосконалюватися.

Вже нині можемо чітко прогнозувати розширення можливостей дистанційного обслуговування клієнта (альтернативних каналів продажів), а також розвиток функціонала платіжної картки, яка згодом стане універсальним високотехнологічним фінансовим продуктом, зібравши та синхронізувавши на своїй платформі ключі доступу до бонусів, партнерських програм, програм лояльності, кредитів, обмінно-валютних операцій, грошових переказів тощо.

Електронний залишок — це одна банківська інновація, що привертає увагу. Впровадження "електронного залишку" у касах банку дає змогу скоротити витрати та обіг монет, оскільки залишок менше однієї гривні зраховується на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера. Щоправда, не всі українці позитивно сприйняли цю технологію, адже будь-яка інновація потребує певного розвитку ринку. Крім того, технологію роботи без монет планували також впровадити у магазинах, однак торговельні мережі виявилися до цього не готовими.

Варто зауважити, що Національний банк вже робив спроби вивести з обігу монети номіналом 1 і 2 копійки, оскільки собівартість їх виробництва збиткова для держави. Населення їх практично не приймає та офіційно з ужитку дрібний номінал поки що не виведений [8].

Золото завжди було надійним механізмом інвестування, проте "золотий депозит" став новацією для українців у кризу. А ще під час кризи особливою популярністю серед громадян став користуватися депозит з можливістю швидкого доступу до за-

ощаджень, що дає змогу накопичувати та користуватися коштами одночасно. Проривом на ринку кредитування останніх років стало впровадження плаваючої процентної ставки. Це відкрило можливість застосувати адекватний ринковий інструмент для зниження ризиків у середньостроковому та довгостроковому кредитуванні і таким чином фактично повернути на ринок іпотеку після кризи 2008–2009 років — у новому форматі конкурентної пропозиції.

Проривом у банківських технологіях останнього десятиліття та ключовою новацією майбутнього десятиліття буде інтернет-банкінг, який вже сьогодні пропонують клієнтам більшість банків. Стрімкому розвитку дистанційного доступу до свого рахунку та здійсненню операцій по ньому сприяє зростання чисельності українських інтернет-користувачів [8]. Україна входить у топ-10 країн Європи за кількістю користувачів, а з іншого — через низьке проникнення в регіони має ще й високий потенціал для зростання інтернет-аудиторії у майбутньому. Це відкриває великі можливості для банків, і експерти роблять основну ставку саме на розвиток віддаленого банкінгу.

На відміну від західних країн, POS-термінали в торговельних мережах не привели до глобальної революції в українському безготівковому просторі. Щоправда, 5% безготівкових операцій з платіжними картками все-таки змушують банкірів вірити в посилення цього тренду у найближчі п'ять років. У майбутньому POS-термінали встановлюватимуть самі торговці, оскільки в оплату будуть прийматися не пластикові картки, а інформація з NFC-чипів, вбудованих у телефон. А поки що термінали самообслуговування, що з'явилися кілька років тому, набирають популярності як у банківських відділеннях, так і за їхніми межами. Розширюється й перелік доступних операцій — від операцій з картками та переказом коштів — до оплати інших різноманітних послуг.

У період до 2005 року в банківській системі України переважала сервісна модель роботи, у центрі якої був не клієнт, а продукт. Клієнти самі мали приходити до банку за продуктом або послугою, тобто виступали у ролі "прохача". Останнім часом банківське обслуговування змінюється у бік так званої "моделі продажів". Найбільш показовим моментом зміни моделі стало динамічне зростання

кредитування населення у 2006–2007 роках. Саме це сприяло розвитку технологічних платформ банків і вдосконаленню скорингових моделей оцінки ризиків.

Проаналізувавши основні законодавчі та регулятивні вимоги, врахувавши рекомендації фахівців групи ФАТФ (Група з розроблення фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей — FATF) та Вольфсбергської групи, спеціалістів "великої четвірки" аудиторів, а також спираючись на міжнародний досвід, пропонуємо використовувати систему скорингу на базі індикаторів ризику для оцінки репутації клієнта й відповідності його операцій фінансовому стану, суті та напрямкам діяльності. Вона може стати однією зі складових ризикозорієнтованої внутрішньобанківської системи фінансового моніторингу [3].

Застосовуючи досвід ризикових індикаторів з метою протидії ризикам використання послуг банків для легалізації кримінальних доходів та фінансування тероризму, можемо скласти перелік індикаторів ризику, які допомагатимуть визначати найпідозріліших клієнтів у цьому контексті.

Законодавчо-нормативним підґрунтям для формування такого переліку слугує ціла низка відповідних міжнародних та вітчизняних документів. Слід наголосити, що переважну більшість зазначених індикаторів ризику можна виявляти автоматизованим шляхом, але в цьому разі останні потребуватимуть чіткого визначення певних параметрів (з можливістю їх коригування в подальшому).

У торговельних точках почали масово з'являтися предстваники банків, що ще у 90-х роках минулого століття годі було уявити. Ця тенденція залишатиметься визначальною й надалі. Банки вже використовують торговельний канал для просування різних банківських продуктів: кредитних та дебетних карт, інтернет-банкінгу, депозиту/кредиту готівкою на поточні потреби фізичних осіб тощо. Тобто такі точки продажів фактично стають повноцінними відділеннями. Ця тенденція ще раз підкреслює закономірність щодо застосування учасниками ринку інноваційних технологій, які забезпечують можливість швидкого прийняття якісних рішень відносно оцінки потреб клієнта та його ризиків [2].

Глобалізація фінансових ринків пропонує великі можливості ефективним інноваційним учасникам і водночас загрожує неефективним ін-

ститутам та тим, хто опирається змінам. У багатьох індустріально розвинутих країнах світу мали місце процеси ослаблення або відміни безпосереднього державного втручання у діяльність банків. Зокрема, це відбувалося в банківському бізнесі, де регулювання торкнулося таких сфер, як процентні ставки, продуктиві, організаційні, географічні та податкові обмеження [2].

Унаслідок глобалізації ринки стають більш взаємозалежними, в усіх сферах постійно зростають масштаби і поглиблюється міжнародна інтеграція, що перетворюється на багатоканальний процес. Загалом процеси глобалізації охоплюють різні сфери світової економіки: міжнародну торгівлю товарами, послугами, технологіями, об'єктами інтелектуальної власності; міжнародний рух засобів виробництва (робоча сила, капітал, інформація); міжнародні фінансово-кредитні та валютні операції; співпрацю у виробничій, науково-технологічній, інжиніринговій та інформаційній сферах.

Важливу роль у сучасних процесах відіграє фінансова глобалізація, що визначається як вільний рух капіталів між країнами і регіонами, функціонування глобального фінансового ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізація глобальних фінансових стратегій транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків.

Як і кожне об'єктивне явище, глобалізація фінансових ринків має позитивні й негативні прояви (див. таблицю).

19 липня 2011 року в НБУ відбулося офіційне закриття проекту Європейського Союзу "Твіннінг" (Twinning) "Посилення потенціалу Національного банку України через наближення до стандартів Європейського Союзу щодо діяльності центральних банків".

Потреба такого міжнародного співробітництва для України на рівні центральних банків європейських країн викликана передусім активною інтеграцією вітчизняної банківської системи до фінансового ринку Європейського Союзу та розвитком конкурентоспроможності у світі ринкової економіки.

Тож проект "Твіннінг" спрямований на підтримку банківського сектору України, підвищення його спроможності у повному обсязі фінансувати економічний і соціальний розвиток країни, а також поступове наближення

Таблиця. Аналіз проявів глобалізації фінансових ринків

Позитивні результати	Негативні результати
<ul style="list-style-type: none"> – відсутність просторових меж; – можливість проведення операцій на фінансових ринках цілодобово завдяки об'єднанню біржових і позабіржових торговельних систем в одну глобальну комунікаційну мережу; – висока мобільність і ліквідність капіталу; – посилення конкуренції на національних фінансових ринках та зниження вартості товарів і послуг; – багатофункціональність фінансового ринку як можливість реалізації операцій з різними видами активів (валюта, капітал, цінні папери); – високі світові стандарти, професіоналізм в управлінні фінансовими потоками. 	<ul style="list-style-type: none"> – висока мобільність капіталу визначає його рух до вищої норми прибутку і перспектив для бізнесу в умовах економічного зростання, тому у разі виникнення загроз, несприятливих економічних і політичних подій у країні перебування, фінансові ресурси переміщуються й завдають тим самим значних збитків; – зростання нестабільності національних фінансових ринків, які внаслідок лібералізації стають чутливішими до криз; – залежність реального сектору світової економіки від монетарної складової послаблює стійкість національних економік країн до світових фінансових криз; – застосування обмежень доступу окремих учасників на світовий фінансовий ринок.

Джерело: [2].

до стандартів Європейського Союзу та прискорення інтеграції вітчизняної банківської системи в міжнародний фінансовий ринок. Партнерами Національного банку України в реалізації цього проекту стали Дойче Бундесбанк (Німеччина) та Національний банк Польщі. Проект "Твіннінг", який охоплював найважливіші сфери діяльності центрального банку, дав змогу вдосконалити систему операційного планування, посилити комунікаційну політику Національного банку України та зміцнити міжнародне співробітництво, розробити пропозиції для впровадження нових механізмів і найкращих практик щодо монетарної політики, вдосконалення валютно-курсової політики і руху капіталу, розвитку грошово-кредитної статистики та зміцнення платіжних систем. При цьому значна увага приділялася наближенню вітчизняної правової бази у цих сферах до законодавства Євросоюзу в частині норм і стандартів банківської діяльності. У період впровадження проекту Національний банк України отримав розуміння підходів центральних банків Європейського Союзу до організації своєї діяльності згідно з нормами та стандартами ЄС [9].

Світова фінансова криза заострила необхідність переосмислення принципів регулювання діяльності банків, а також посилила потребу в розробці та впровадженні нових підходів і методів оцінки системних ризиків, створенні контрциклічних норм достатності капіталу та формуванні резервів на покриття можливих збитків за позиками на періоди економічних піднесень і спадів.

Саме з цією метою Базельським комітетом з питань банківського нагляду було розроблено пакет реформ, який отримав назву Базель III. Ос-

новною ідеєю реформи світової фінансової системи є посилення стійкості банківської системи за рахунок збільшення ліквідних резервів та поліпшення якості капіталу.

Головною метою запропонованих в угоді про капітал змін, які відповідають принципам Базеля III, є підвищення якості, прозорості й удосконалення структури банківського капіталу, розширення практики покриття ризиків капіталом і стимулювання заходів щодо створення резервних його запасів. Зокрема переважаною формою капіталу першого рівня повинні стати прості акції та нерозподілений прибуток.

Інструменти капіталу другого рівня мають бути гармонізовані. Передбачаються також заходи, спрямовані на стримування проциклічності банківської діяльності [7].

ВИСНОВКИ

Банківська сфера економічної системи є найбільш стабільною структурою. Однак і для неї інновації – це основа розвитку. Високі комп'ютерні, інноваційні технології є основою для глобалізації фінансової сфери. Активно формується глобальна фінансова система, яка спричиняє настільки ж глобальну фінансову конкуренцію. Особливої актуальності набуває розвиток наукових досліджень про інноваційні стратегії банку в умовах світової глобалізації. Для національних банків формується принципово нове зовнішнє середовище діяльності, оскільки цей процес характеризується суперечливістю і до певної міри обмеженістю.

Як і в багатьох пострадянських країнах, населення в Україні не підготовлене сприймати банки як фінансових радників із питань користування ін-

новаціями в банківській сфері (мобільним банкінгом, інтернет-банкінгом, скорингом тощо). Це стримує розвиток банків, обмежує їхні можливості щодо підвищення конкурентоспроможності на світових фінансових ринках. На розвиток банківських інновацій в Україні істотно впливають недосконалі законодавча база стосовно захисту прав інтелектуальної власності, а також регулювання сфер, яких стосується впровадження інновацій. Тому подальші дослідження у цій галузі повинні стосуватися методів співпраці банків із населенням, аналізу розвитку банківських інновацій на основі статистичних даних, а також удосконалення нормативної і законодавчої бази України.

Література

1. Балабанова І. Т. *Банки и банковское дело: Учеб. пособие для вузов / И.Т.Балабанова, О.В.Гончарук, В.А.Бо-*

ровкова и др. — СПб.: Питер, 2003. — 301 с.

2. Диба М. *Вплив глобалізації на банківську систему України / М.Диба, Є.Осадчий // Вісник Національного банку України. — 2011. — № 11. — С. 19–23.*

3. Дмитров С. *Система скорингу на основі індикаторів ризику як ефективна складова фінансового моніторингу в банку / С.Дмитров, В.Черняк, О.Кузьменко // Вісник Національного банку України. — 2011. — № 1. — С. 26–32.*

4. Єгоричева С. *Методичні засади організації інноваційного процесу в комерційних банках / С.Єгоричева // Вісник Національного банку України. — 2011. — № 1. — С. 53–57.*

5. Кривич Я. М. *Вплив інновацій на стратегічний розвиток банку / Я.М.Кривич. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/797/3/4.pdf>.*

6. Крухмаль О. В. *Структура управління інноваційними процесами в комер-*

ційних банках / О.В.Крухмаль. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/6331/1/Z_T_8_2003.pdf.

7. Міщенко В. *Базель III: нові підходи до регулювання банківського сектору / В.Міщенко, А.Незнамова // Вісник Національного банку України. — 2011. — № 1. — С. 4–9.*

8. Мошенець О. *Інноваційні продукти і технології на ринку банківських послуг / О.Мошенець // Фінансовий ринок України. — 2011. — № 12. — С. 7–8.*

9. Ткаченко М. М., Глуценко О. В. *Сучасні тенденції розвитку банківських інновацій / М.М.Ткаченко, О.В.Глуценко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. — 2012. — № 1. — С. 5–15.*

10. Пацера М. *Проект “Твіннінг” (Twinning) — важливий крок на шляху євроінтеграції України / М.Пацера // Вісник Національного банку України. — 2011. — № 8. — С. 9–11.*

Монети України/

Про введення в обіг пам'ятних монет “1120 років м. Ужгороду”
 Putting into circulation the commemorative coin “1120 Years of the City of Uzhhorod”

Національний банк України, продовжуючи серію “Стародавні міста України”, 25 грудня 2013 року ввів в обіг пам'ятні монети номіналами 10 та 5 гривень, присвячені Ужгороду — адміністративному центру Закарпатської області, мальовничому місту на берегах ріки Уж, яке виникло як фортеця та було свідком багатьох історичних подій.

Монету номіналом 10 гривень виготовлено зі срібла 925 проби. Категорія якості карбування — пруф, маса дорогоцінного металу в чистоті — 31.1 г, діаметр — 38.6 мм, тираж — 2 000 штук. Гурт монети — гладкий із заглибленими написами, якими зазначено метал, його пробу — **Ag 925**, а також розміщено логотип Монетного двору Національного банку України.

Монету номіналом 5 гривень виготовлено з нейзильберу. Категорія якості карбування — спеціальний анциркулейтед, маса — 16.54 г, діаметр — 35.0 мм, тираж — 30 000 штук. Гурт монети — рифлений.

На аверсі обох монет розміщено: вгорі малий Державний герб України, напис півколом — **НАЦІОНАЛЬНИЙ БАНК УКРАЇНИ**, під гербом на стрічці напис — **УЖГОРОДСЬКИЙ ЗАМОК**; у центрі зображено Ужгородський замок, обнесений захисним

муром, на тлі якого гілочка сакури; ліворуч — рік карбування монети **2013**, унизу на дзеркальному тлі — номінал: на монеті зі срібла — **ДЕСЯТЬ ГРИВЕНЬ**, на монеті з нейзильберу — **П'ЯТЬ ГРИВЕНЬ** та праворуч логотип Монетного двору Національного банку України.

На реверсі обох монет на дзеркальному тлі зображено панораму міста і пішохідний міст через річку Уж в обрамленні гілок сакури; вгорі ліворуч — герб Ужгорода, внизу розміщено напис: **1120 / РОКІВ УЖГОРОД**.

Художники — Олександр Кузьмін, Марія Скоблікова.

Скульптори — Володимир Дем'яненко, Володимир Атаманчук.

Пам'ятні монети номіналами 10 та 5 гривень “1120 років м. Ужгороду” є дійсними платіжними засобами України та обов'язкові до приймання без будь-яких обмежень за їх номінальною вартістю до всіх видів платежів, а також для зарахування на розрахункові рахунки, вклади, акредитиви та для переказів.

