

9. Яворская Т.В., Чиж Л.М. Особенности финансового мониторинга страховых компаний в Украине. Вестник КазЭУ. 2014.

10. Рыжков О.Ю. Финансовая устойчивость страховщиков: оценка и управление: монография. Новосибирск: НГУ, 2013. 216 с.

11. Перестрахование как инструмент обеспечения финансовой устойчивости страховых организаций. URL: <http://arbir.ru>.

12. Браун-Грачева Ю.В. Финансовая устойчивость страховых компаний: комплексная оценка: дис. ... канд. экон. наук. Екатеринбург, 2002. 185 с.

13. Слепухина Ю.Э., Фомин Ю.Г. Финансы страховых организаций: проблемы управления. URL: <https://cyberlinka.ru>.

14. Соболев Р.Г. Концепция управления финансовой стабильностью страховой организации в Украине. URL: <https://cyberlinka.ru>.

15. Байнарович Н.Н. Финансовое управление и финансовая устойчивость страховых компаний. URL: <https://abc.vvsu.ru>.

16. Худиев Н.Н. Совершенствование механизма налогообложения в страховых организациях. М.: Финансы, 2012. 287 с.

17. Закон Азербайджанской Республики «О страховании» от 5 января 1993 г. № 437.

18. Закон Азербайджанской Республики «О страховой деятельности» от 25 декабря 2007 г. № 519-IIIQ.

19. Закон Азербайджанской Республики «Об обязательном страховании» от 24 июня 2011 г. № 165-IVQ.

20. Закон Азербайджанской Республики «О страховании от безработицы» от 30 июня 2017 г. № 765-VQ.

21. Стратегические дорожные карты по развитию финансовых услуг в Азербайджанской Республике: Указ Президента Азербайджанской Республики от 6 декабря 2016 г.

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ FEATURES OF BANKING INNOVATIONS

У статті узагальнено теоретичні основи банківських інновацій, визначено їхні особливості, наведено класифікацію банківських інновацій та узагальнено принципи впровадження інноваційної політики банків.

Ключові слова: інновація, інноваційний процес, банківська система, банківська установа, інноваційні банківські продукти та послуги, особливості банківських інновацій, інноваційна політика комерційного банку, конкурентоспроможність банку.

В статті обобщены теоретические основы банковских инноваций, определены их особенности, приведена классификация банковских инноваций и обобщены принципы внедрения инновационной политики банков.

Ключевые слова: инновация, инновационный процесс, банковская система, банковское учреждение, инновационные банковские продукты и услуги, особенности банковских инноваций, инновационная политика коммерческого банка, конкурентоспособность банка.

The article summarizes the theoretical foundations of banking innovations, identifies their features, classifies banking innovations and summarizes the principles for introducing innovative policy of banks.

Key words: innovation, innovation process, banking system, banking institution, innovative banking products and services, features of banking innovations, innovative policy of a commercial bank, competitiveness of a bank.

УДК 336.7

Іванов С.В.

член-кореспондент

Національної академії наук України,
д.е.н., професор, завідувач кафедри
фінансів та маркетингу

Придніпровська державна академія
будівництва та архітектури

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 основним завданням для банків. Відповідно, банківські інновації не лише дають змогу залучити клієнтів, вони також підвищують рівень конкурентоспроможності банку, виділяють його з-поміж інших банків, сприяють задоволенню потреб клієнтів, що швидко змінюються під впливом науково-технічного прогресу, а також відображають рівень інтелектуального потенціалу персоналу банку, можливості розроблення інноваційних банківських продуктів та послуг, збільшують рівень прибутку.

Водночас інновації є складним об'єктом стратегічного управління, що потребує планомірного

та ефективного управління інноваційною діяльністю банку з урахуванням закономірностей її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляду особливостей і переваг банківських інновацій присвячено дослідження значної кількості вітчизняних економістів, зокрема: С. Афоніна, І. Балабанова, В. Бехделева, В. Бодаковського, В. Борова, Л. Братків, О. Гончарук, М. Дзямулича, С. Єгоричева, С. Князь, О. Лаврушина, О. Мошенець, Т. Неклюдова, А. Несторук, Н. Савинської, І. Сидорук, В. Сизоненко, В. Ткачук, А. Тимченко, Н. Чижа, Т. Юхименко, С. Яковенко, О. Якушевої.

Проте спектр інноваційних продуктів постійно оновлюється, що потребує регулярного моніторингу структури клієнтської бази, вивчення потреб населення у банківських продуктах, аналізу провідного зарубіжного досвіду в контексті можливостей його впровадження в Україні. В умовах економічної

нестабільності банки повинні використовувати весь свій інтелектуальний потенціал та досвід розвинутих країн, щоб зберегти свої позиції на фінансовому ринку в Україні та не втратити, а іноді вже й намагати повернути довіру та інтерес своїх клієнтів.

Проблематика щодо розроблення та впровадження інноваційних банківських продуктів відіграє важливу роль у поточній діяльності кожного сучасного вітчизняного комерційного банку і потребує досліджень у напрямку сприяння окресленим вище процесам.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення теоретичних основ банківських інновацій, визначення їх особливостей та систематизація через класифікацію та узагальнення принципів упровадження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомі різні визначення поняття «інновація»:

– «...будь-який новий підхід до конструювання, виробництва або збуту товару, у результаті чого інноватор і його компанія отримують переваги перед конкурентами» [10];

– «...продукт творчої праці, що має завершений вигляд товару, готового до застосування та поширенню на ринку».

Крім терміну «інновація», використовується поняття «нововведення». Існує думка, що поняття «нововведення» є російським варіантом англійського слова *innovation*, переклад якого означає «уведення новацій». Відомі такі визначення поняття «нововведення»:

– це цілеспрямований процес ефективної реалізації прогресивного нововведення, орієнтований на кінцевий результат – інтенсифікацію тієї сфери людської діяльності, в якій це нововведення використовується [8];

– це новий спосіб задоволення сформованих суспільних потреб, що забезпечує приріст корисного ефекту і, як правило, заснований на досягненнях науки і техніки.

Таким чином, інновації (нововведення) можуть розглядатися й як результат, й як процес. Залежно від цілей дослідження використовують різні підходи до класифікації інновацій (нововведень), але найбільшою популярністю користується класифікація Й. Шумпетера: нове, тобто ще невідоме у сфері споживання блага або нова якість відомого блага; новий, більш ефективний метод виробництва відомої продукції; відкриття нових можливостей збуту відомої продукції; відкриття нових джерел сировини або виробництва напівфабрикатів; реорганізація виробництва, що призводить до підриву якоїсь монополії, що встановилася у ньому [3].

Одним із різновидів інновації є банківська інновація. Банківська інновація має свої особливості. На думку проф. І.Т. Баланова, «банківська інновація – це реалізований у формі нового банківського продукту чи операції кінцевий продукт інновацій-

ної діяльності» [6]. Таке трактування вузьке й не охоплює напрям удосконалення технологій. Ураховуючи той факт, що на ринку представлений широкий спектр банківських послуг та продуктів, більшої уваги потребують саме технології, які використовуються банками для надання послуг. Їх безпечність, надійність, швидкість є запорукою ефективної діяльності банку.

О.І. Лаврушин визначає банківську інновацію як «синтетичне поняття про діяльність банку у сфері інноваційних технологій, спрямовану на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування і розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень, які сприяють клієнтам в отриманні прибутку» [7]. Це визначення охоплює обидва напрями інновацій (банківські продукти та послуги і технології), але занадто абстрактне.

Я.М. Кривич вважає, що 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).

Н.С. Меда трактує банківські інновації як кінцевий результат процесу модернізації всіх боків діяльності банку, що полягає в удосконаленні банківських послуг, бізнес-процесів, сервісу, організації, управління та маркетингу для досягнення конкурентних переваг на ринку.

На основі аналізу визначень фахівців банківську інновацію можна визначити як кінцевий результат інноваційної діяльності в банківській сфері, який отримав утілення у вигляді нового вдосконаленого продукту або послуги, реалізованих на ринку, або нового вдосконаленого технологічного процесу, що використовується у практичній діяльності, у результаті чого зростає ефективність діяльності банку та поліпшується задоволення потреб клієнтів.

Важливими проблемами є аналіз можливих ризиків упровадження банківських інновацій та оцінка впливу їх наслідків, що безпосередньо пов'язано з аналізом ефективності інноваційних рішень і вибором найбільш оптимального з них. Для цього необхідно здійснювати порівняльний аналіз ефективності інноваційних проектів. Він ґрунтується на порівнянні проектів на етапі прийняття рішення про вибір проекту, на порівнянні показників ефективності конкретного проекту з плановими параметрами, які визначаються на стадії проектування інновації, на зіставленні їх із позицій якісних характеристик, сфери й обсягу можливого застосування, затратності та рентабельності.

Комерційний банк вирішує ці завдання через реалізацію інноваційної політики, яка як форма сучасного управління передбачає визначення

мети й умов здійснення інноваційної діяльності, спрямованої на забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності та ефективного використання ресурсів. Зрозуміло, що інноваційна політика охоплює всі стадії та етапи інноваційного процесу, маркетингову діяльність, організаційну структуру і культуру банку.

Інновації у банківському бізнесі характеризуються певними особливостями, серед яких варто виокремити такі:

- наявність суттєвого впливу достатньо жорсткої системи регулювання банківського бізнесу, що до певної міри може гальмувати темпи інновацій;

- на відміну від сфери матеріального виробництва основним інструментом захисту інтелектуальної власності на інноваційні об'єкти банку є не патентний захист, а ноу-хау та авторські права, хоча останнім часом кількість виданих патентів у сфері банківського бізнесу значно зросла;

- абсолютна більшість банківських інновацій базується на прикладних, а не фундаментальних наукових дослідженнях, що дає змогу значно скоротити затрати банків на інноваційну діяльність;

- значна частка банківських інновацій є результатом здійснення інноваційних рішень в інших галузях суспільного життя або мотивовані зміною параметрів попиту з боку клієнтів.

Ефективне управління інноваціями в банку визначає необхідність їх чіткої класифікації. Найбільшого поширення в економічній літературі набули такі класифікаційні ознаки, які можуть використовуватися з різним ступенем деталізації:

- за масштабністю новизни й обсягом можливого впливу на банківську діяльність: базові (системні), модифікаційні (локальні), комбінаційні інновації;

- за об'єктами: продуктові, процесні, сервісні, управлінські, концептуальні, маркетингові інновації;

- за спрямованістю: банківські інновації, орієнтовані на попит, та інновації в пропозиції нових продуктів (так звані стратегічні інновації);

- за продуцентом інновації: інновації, які можуть бути запозичені на ринку й впроваджені у діяльність банку, інновації, які від народження ідеї до її практичного втілення здійснюються персоналом банку, та інновації, які розробляються консалтинговими чи дослідницькими фірмами на замовлення банків;

- за причинами виникнення: інновації, які можуть бути ініційовані змінами нормативно-правового поля, та інновації, спричинені конкуренцією;

- за характером ефекту: інновації, які дають позитивні фінансові результати, кращі якісні параметри послуг для клієнтів, кращі умови праці для персоналу, мінімізують ризики, забезпечують соціальний та іміджевий ефекти;

- за тривалістю позитивного ефекту впровадження: тактичні (короткострокові), середньострокові та стратегічні (довгострокові) інновації.

Таким чином, поняття «банківська інновація» ширше за поняття «новий банківський продукт». Своєю чергою, новий банківський продукт являє собою різновид банківських інновацій. Новий банківський продукт – це результат банківської діяльності, який виступає у вигляді нового товару, який надходить на банківський ринок для продажу клієнтам.

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, вдосконалення 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 з необхідністю дотримання вимог органів державного регулювання. Такі інновації здійснюються у разі необхідності задовольнити вимоги регулятивних органів у частині створення відповідних умов банківської діяльності.

Новий банківський продукт можна поділити одиничний та масовий.

Одиничний банківський продукт – це індивідуальний продукт, який має чітко визначене коло своїх покупців, тому він випускається у розрахунок на конкретних споживачів.

Масовий банківський продукт – це продукт без різко вираженої індивідуальності, випускається у розрахунок на широке коло споживачів та інвесторів.

Окрім того, за кількістю випуску новий банківський продукт може бути лімітований та нелімітований.

Лімітований банківський продукт – це продукт, обсяг або кількість випуску якого суворо квотується.

Нелімітований банківський продукт являє собою продукт, обсяг (кількість) випуску якого не обмежений ніякими квотами. Цей продукт випускається у розрахунок на можливого потенційного покупця.

Новий банківський продукт може бути представлений у формі майна або майнового права. Майно являє собою матеріальний об'єкт власності, наприклад це гроші, мірні злитки золота, монети, цінні папери тощо. Майнове право означає право володіти, розпоряджатися і користуватися певним майном. До банківського продукту у формі майнових прав належать такі документи, як договір банківського рахунку, кредитні угоди тощо

Як новий продукт банківська інновація проявляє себе тільки в процесі її реалізації на фінансовому ринку або всередині банку.

Банківські інновації включають:

- новий банківський продукт, що вперше з'явився на фінансовому ринку, тобто тільки в одному банку;

- новий зарубіжний банківський продукт, тобто новий банківський продукт, що з'явився на фінансовому ринку, але вже давно реалізований за кордоном на фінансових ринках інших країн згідно з їх конкретними умовами і юрисдикцією;

- нові фінансові операції.

За економічним змістом банківські інновації можна поділити на технологічні інновації та продуктові.

До технологічних інновацій належать: електронні перекази грошових коштів; банківські картки; віртуальні картки – спеціальні банківські картки, як правило, не мають фізичного втілення; подарункові передплатені картки – банківські картки міжнародної платіжної системи з певним лімітом, який оплачується під час покупки карти.

До продуктових інновацій належать нові банківські продукти, які можуть бути пов'язані як із новими операціями та послугами, так і з традиційними банківськими операціями в період їхнього розвитку або зміни умов регулювання.

За видами нові банківські продукти можна поділити на: електронні грошові розрахунки із застосуванням пластикових карток; банкомат як елемент електронної системи платежів; Home banking – банківське обслуговування клієнтів удома та на робочому місці; форфейтингові операції банків; форвардний опціон; операції «своп»; операції за поєднанням контокоррента з овердрафтом та ін.

У світовій банківській практиці нині відбуваються такі інноваційні зміни: «багатоканальна діяльність» за поєднання нових і традиційних технологій та інструментів: самообслуговування, дистанційного обслуговування, використання Інтернету, індивідуальних консультацій, телефонних центрів; віртуальні банківські і фінансові технології: управління банківським рахунком, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладення договорів, фінансові організації (біржі, банки); розосередження і організаційне розділення банку на три елементи: поширення послуг, виробничу частину і портфельний банк; оптимізація банківської мережі: сегментація, зміни у філіях і філіальній мережі; комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій для електронного та змішаного (традиційного й нового) маркетингу (клієнт сам вибирає форму обслуговування), нові банківські продукти (послуги) на базі нових технологій, нові автомати самообслуговування (моно- і багатофункціональні, інформаційні).

За інноваційним потенціалом банківські інновації, як й інновації в інших сферах діяльності, прийнято поділяти на: радикальні, модифікуючі та комбінаторні (архітектурні) інновації.

Радикальні означають упровадження принципово нових продуктів та послуг, якісно нових технологій їх реалізації та надання, а також процесів, заснованих на нових наукових принципах. Радикальні нововведення можуть вимагати суттєвих інвестицій та бути тривалими у розробленні, а їх комерціалізація є найбільш ризикованою. Проте саме вони мають максимальну цінність, оскільки привносять принципово нове в діяльність фінансового інституту.

Модифікуючі інновації – це невеликі, але важливі або суттєві поліпшення продуктів та процесів. Вони переважають у фазах розповсюдження та стабільного розвитку життєвого циклу нововведень і покликані поліпшувати характеристики первинних моделей, не змінюючи принципів, що лежать в основі їх створення. Модифікуючою інновацією у сфері банківської діяльності також можна вважати постійний процес удосконалення умов та технологій здійснення базових операцій банків – залучення депозитів та надання кредитів.

Комбінаторні (архітектурні) інновації дуже часто стають основою створення нових продуктів для клієнтів, що задовольняють їхні індивідуальні потреби. До цього типу інновацій у банківській сфері належать, зокрема, структуроване фінансування, елементами якого можуть бути різні форми розміщення акцій компанії, сек'юритизація активів, викуп акцій за рахунок кредиту, лізинг, використання гарантій, страхового покриття тощо.

За впливом на банківську діяльність, інновації поділяються на локальні та системні.

Локальні мають місце на окремій ділянці роботи, як правило, вони пов'язані з удосконаленням технології виконання операцій. Вони не потребують значних матеріальних витрат, підвищують ефективність однієї-двох операцій та не справляють помітного впливу на бізнес-процес у цілому. Це може бути впровадження сканування платіжних документів клієнтів замість їх ручного вводу в операційну систему банку, вдосконалення технології формування звітності тощо.

Відмінностями системних інновацій є неможливість їх автономної реалізації без перебудови всього механізму створення цінності, а також залежність їх виникнення та ефективності впровадження від стану та технологій різних галузей.

Залежно від ринкової ситуації та вибраної стратегії банк може здійснювати реактивні або стратегічні інновації.

Реактивні є відповіддю на нововведення, що впроваджені конкурентами, фактично вони є вимушеними і здійснюються для утримання ринкових позицій. Як правило, здійснення реактивних інновацій є більш витратним, ніж стратегічних.

Здійснення стратегічних інновацій має випереджувальний характер для отримання конкурентних переваг, хоча останні на банківському ринку внаслідок його

високої конкурентності та прозорості, як правило, не зберігаються протягом тривалого часу. Стратегічні інновації частіше спрямовані на формування нових потреб споживачів, аніж на задоволення наявних.

Тож за характером потреб, що задовольняються, виділяють: інновації, що спрямовані на створення нових потреб, та інновації, що спрямовані на задоволення наявних потреб.

Інновації, що спрямовані на створення нових потреб, з'являються достатньо рідко, тому що вимагають наявності у банків певного творчого та інноваційного потенціалу, підкріпленого результатами ретельних маркетингових і соціологічних досліджень. Окрім того, такі інновації несуть у собі значні ризики невдачі у разі помилкового стратегічного рішення.

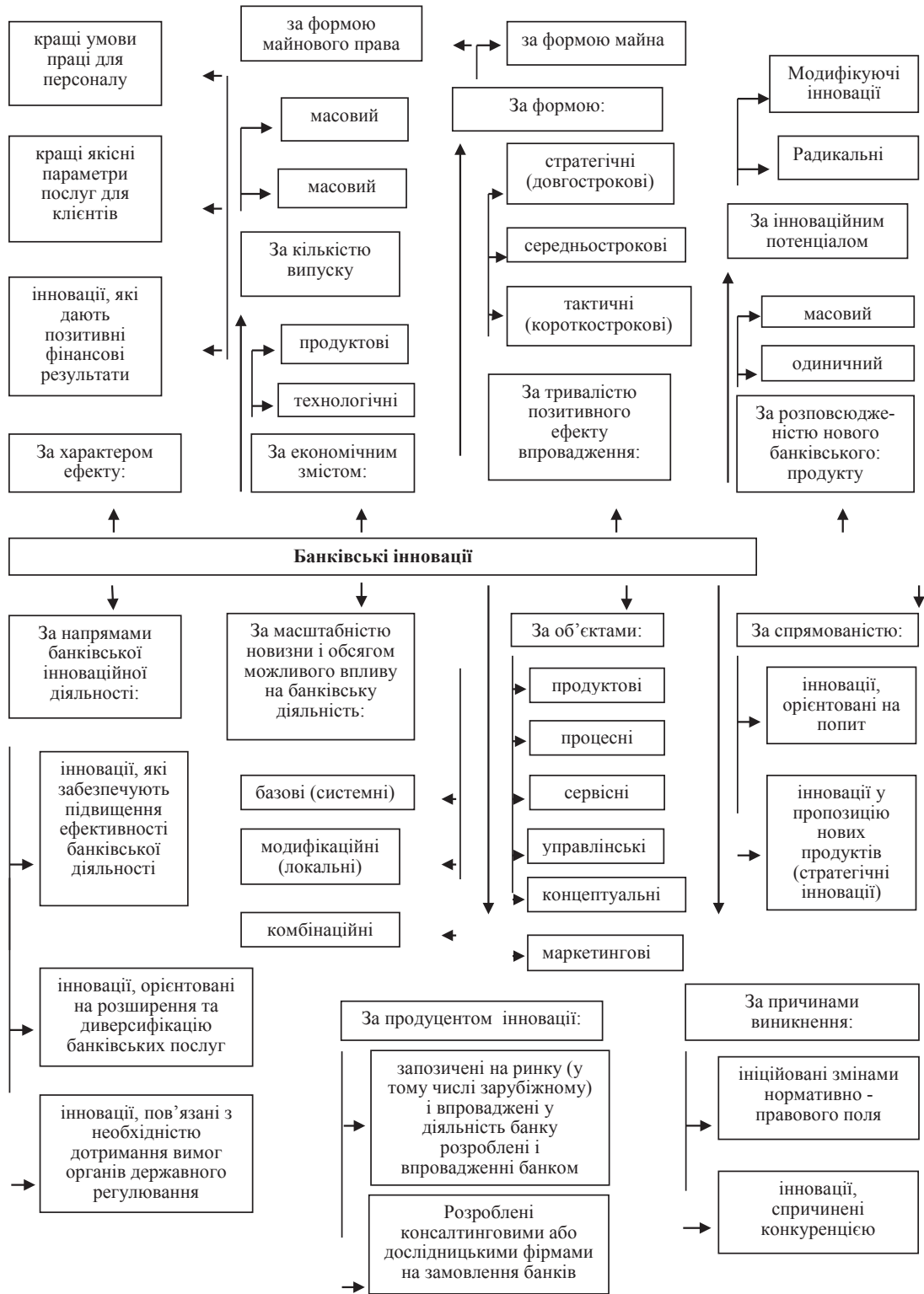


Рис. 1. Класифікація банківських інновацій

Інновації, що спрямовані на задоволення наявних потреб, виникають або із власних розробок банку, або шляхом запозичення зарубіжного досвіду.

Підсумовуючи все вищесказане, можна систематизувати банківські інновації за такими ознаками (рис. 1).

Слід відзначити, що до класифікації банківських інновацій можна застосувати й інші ознаки залежно від мети їх характеристики.

В умовах інтеграції банківської системи України до світового економічного простору конкурентоспроможність банків багато в чому залежить від їх бажання та можливості переходити від застосування традиційних механізмів і процедур обслуговування клієнтів до впровадження інноваційних методів розроблення та впровадження банківських продуктів та операцій, розширення асортименту запропонованих послуг.

Оскільки в сучасних умовах уся діяльність банку має здійснюватися з урахуванням її інноваційного складника, банківський менеджмент також повинен мати своїм основним спрямуванням ефективно управління банківськими інноваціями відповідно до визначених стратегічних цілей банку. Механізм управління інноваціями передбачає комплексне поєднання двох складових елементів – оперативного і стратегічного управління, кожен з яких реалізується через використання функцій інноваційного менеджменту: прогнозування, планування, аналіз ринку, аналіз факторів впливу, вибір управлінських рішень, мотивацію і контроль.

Важливими проблемами є аналіз можливих ризиків упровадження банківських інновацій та оцінка впливу їх наслідків, що безпосередньо пов'язано з аналізом ефективності інноваційних рішень і вибором найбільш оптимального з них. Для цього необхідно здійснювати порівняльний аналіз ефективності інноваційних проектів. Він ґрунтується на порівнянні проектів між собою на етапі прийняття рішення про вибір проекту, на порівнянні показників ефективності конкретного проекту з плановими параметрами, які визначаються на стадії проектування інновації, на зіставленні їх із позицій якісних характеристик, сфери й обсягу можливого застосування, затратності та рентабельності.

Формою сучасного управління виступає інноваційна політика банку. Вона передбачає визначення умов та мети здійснення інноваційної діяльності, які спрямовані на збільшення рівня конкурентоспроможності та більш ефективного використання фінансових, матеріальних та трудових ресурсів.

Інноваційна політика охоплює всі стадії та етапи інноваційного процесу, маркетингову діяльність, організаційну структуру і культуру банку. В основі формування та реалізації інноваційної політики банку лежать відповідні принципи:

- запровадження у банківську практику сучасних технологій;

- урахування впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на основі поточного та перспективного аналізу маркетингової інформації;

- безперервності і послідовності;

- збереження і розвитку бази клієнтів банку;

- прискорення процесів інтеграції нововведень;

- скорочення термінів розроблення і запровадження банківських продуктів;

- підвищення доходів банку, його фінансової стійкості, рентабельності активних банківських операцій.

Незважаючи на очевидні стратегічні переваги банків, які здійснюють активну інноваційну політику, вони також мають такі проблеми:

- дефіцит власних фінансових ресурсів для проведення інновацій;

- ризикованість і незахищеність операцій із вкладення коштів в інноваційні проекти;

- недостатнє використання маркетингових досліджень і маркетингових інструментів під час формування та реалізації інноваційної політики.

У банківській сфері традиційно основним каналом збуту вважають мережу власних відділень. Але з часом з'явилися технології, які дають змогу клієнтам скористатися послугами банку, не відвідуючи безпосередньо банк. Такі канали збуту отримали назву альтернативних. Основними інноваційними каналами продажу банківських послуг в Україні є: Інтернет-банкінг, фінансові супермаркети, ко-брендінг, банкомати.

У роздрібному банківському бізнесі стабільно зростає популярність електронних каналів продажу банківських послуг, насамперед через Інтернет. Найбільші банки світу продовжують створювати підрозділи онлайнового обслуговування: CitiDirect, HSBC Direct, ING Direct, Wells Fargo Mobile тощо [66].

Перспективним видом дистанційного банківського обслуговування є Інтернет-банкінг, оскільки з року в рік кількість користувачів мережі Інтернет зростає, а впровадження такого виду обслуговування є маловиратним. Зокрема, серед лідерів ринку, які надають послуги Інтернет-банкінгу, що є одним з основних продуктів дистанційного обслуговування, є три лідери ринку: ПАТ «КБ «ПриватБанк», ПАТ «ПУМБ» та ПАТ «ОТП Банк». Загалом вони охоплюють 80% цього ринку. Беззаперечним лідером у сфері надання послуг Інтернет-банкінгу є «ПриватБанк», який охоплює дві третини ринку цих послуг.

Розроблення і запровадження інновацій може бути результатом діяльності окремого структурного підрозділу в банку або координації всіх підрозділів банку на створення у ньому механізму розроблення й упровадження нововведень. Це означає, що інноваційний процес має високоорганізований і керований характер.

Також банки почали освоювати торговельні центри, створюючи в них свої відділення. Таке явище присутнє майже в усіх розвинених країнах. Позитивними рисами цього каналу збуту є невисока вартість відкриття відділення та велика кількість потенційних клієнтів, підвищення рівня впізнаваності бренду. В Україні банки почали освоювати мережу супермаркетів починаючи з 2007 р. Зокрема, це були такі банки, як ПАТ «Дельта Банк», ПАТ «Родовід Банк» та ПАТ «Альфа Банк».

Інноваційною формою роботи банків також є створення фінансових супермаркетів – установ, які надають клієнтам широкий спектр фінансових послуг. Найчастіше це співпраця банків та страхових компаній. Фінансові супермаркети є вигідними як для страхових компаній, так і для банків, тому що відбувається одночасний продаж страхових і банківських продуктів співробітниками банку. Крім того, ці умови полегшують життя клієнтів, оскільки роблять процес оформлення як кредиту, так і страхового договору комфортнішим і зручнішим.

Віднедавня українські банківські установи активно привертають увагу до іміджу самої установи, бренду або його цільової групи, тобто використовують ко-брендінг.

Ко-брендінг – це відносно нове явище в маркетингу, яке полягає в об'єднанні брендів. Мета ко-брендінгу полягає у збільшенні обсягів продажу кожного з брендів, підвищенні впізнаваності серед аудиторії іншого бренду, тобто розширення цільової аудиторії [9].

Найпоширенішою формою співпраці між установами є ко-брендінгові картки. Поки що вони малопопулярні, але це перспективний канал збуту для банків. Ко-брендінг є однією із сучасних технологій бренд-менеджменту. Це найбільш розвинена форма спільної маркетингової діяльності, що передбачає об'єднання комплексів маркетингу установ, у тому числі створення спільного товару, що просувається на ринок під спільним брендом. Застосування ко-брендінгу за правильної комбінації брендів сприяє збільшенню обсягу продажу банківських продуктів та зменшенню витрат на просування.

Висновки з проведеного дослідження. Банківські інновації – це результат діяльності банку, спрямований на створення нових продуктів та технологій, а також інноваційних методів управління банківською установою для 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).

Банківський менеджмент повинен мати своїм основним спрямуванням ефективно управління банківськими інноваціями відповідно до визначе-

них стратегічних цілей банку. Механізм управління інноваціями повинен передбачати комплексне поєднання двох складових елементів – оперативного і стратегічного управління, кожен з яких реалізується через використання функцій інноваційного менеджменту: прогнозування, планування, аналіз ринку, аналіз факторів впливу, вибір управлінських рішень, мотивацію і контроль. Інноваційна політика банку має головною метою максимальне задоволення вимог споживачів послугами за мінімально можливих витрат на їх розроблення, запровадження, надання та отримання на цій основі прибутку. Формою сучасного управління виступає інноваційна політика банку. Вона передбачає визначення умов та мети здійснення інноваційної діяльності, які спрямовані на збільшення рівня конкурентоспроможності та більш ефективного використання фінансових, матеріальних та трудових ресурсів. Інноваційна політика охоплює всі стадії та етапи інноваційного процесу, маркетингову діяльність, організаційну структуру і культуру банку.

Суть банківського інжинірингу полягає у створенні інноваційних банківських продуктів і послуг, які застосовуються банками для перерозподілу фінансових ресурсів, ризиків, ліквідності, прибутковості та інформації відповідно до власних інтересів, специфічних потреб контрагентів і змін у макро- і мікросередовищі банку.

У банківській сфері традиційно основним каналом збуту вважають мережу власних відділень. У роздрібному банківському бізнесі стабільно зростає популярність електронних каналів продажу банківських послуг, насамперед через Інтернет. Перспективним видом дистанційного банківського обслуговування є Інтернет-банкінг, оскільки з року в рік кількість користувачів мережі Інтернет зростає, а впровадження такого виду обслуговування є маловитратним.

Перспективним напрямом є також освоєння банками торговельних центрів, створюючи в них свої відділення. Інноваційною формою роботи банків також є створення фінансових супермаркетів – установ, які надають клієнтам широкий спектр фінансових послуг.

З недавнього часу українські банківські установи активно привертають увагу до іміджу самої установи, бренду або його цільової групи, тобто використовують ко-брендінг. Мета ко-брендінгу полягає у збільшенні обсягів продажу кожного з брендів, підвищенні впізнаваності серед аудиторії іншого бренду, тобто розширенні цільової аудиторії.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бизнес. Оксфордский толковый словарь. Англо-русский. М.: Прогресс – Академия. РГТУ, 1995. 752 с.

2. Кресс В.М., Грачев В.А. Законодательное обеспечение научно-технического прогресса на современном этапе. Экономика и управление. 1997. № 1-2. С. 45-49.

2. Бестужев-Лада И.В., Наместникова А. Социальное прогнозирование: курс лекций. М.: Педагогическое общество России, 2007. 392 с.

3. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 453 с.

4. Банки та банківська справа / за ред. І.Т. Балабанова. К., 2013. 304 с.

5. Банківські операції. Ч. 1 / за заг. ред. О.І. Лаврушина. М.: ИНФРА-М, 2010. 96 с.

6. Кривич Я.М. Вплив інновацій на стратегічний розвиток банку. URL: <http://dSPACE.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/7973/4.pdf>.

7. Меда Н.С. Поняття банківського товару і його зв'язок із категоріями «банківський продукт», «банківська послуга» та «банківська опе-

рація». Збірник наукових праць. 2014. Вип. 38. С. 196-204.

8. Кифяк Р. Альтернативні канали продажу банківських продуктів як пріоритетний напрям розвитку банківського бізнесу. Вісник НБУ. 2011. № 10. С. 106-110.

9. Тесьлович М. Організація продаж як заключна стадія інноваційно-технологічного процесу в системі продаж банківського ритейлу. URL: <http://libfor.com>.

10. Просування банківських послуг в умовах українського ринку інноваційних технологій / І.З. Гнилякевич, О.Р. Голубник, І.М. Палько. Сталий розвиток економіки. 2012. № 6(16). С. 313-318.

11. Бегун К.А. Ко-брендінг як засіб стимулювання продажу банківських продуктів і створення іміджу банківської організації. Економіка та підприємництво; відп. ред. С.І. Дем'яненко. 2009. Вип. 23. С. 265-271.

12. Prostobank.ua. Отримуємо бонуси, розплачуємось картою: що пропонують в рамках ко-брендових проектів улітку-2012. URL: <http://ua.prostobank.ua>.

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ КАПІТАЛУ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

FINANCIAL MECHANISMS OF EVALUATION OF CAPITAL VALUE OF JOINT STOCK COMPANY

Визначено сутність акціонерних товариств як похідних від ринку акцій, що є товаром, здатним приносити дохід на ринку капіталів. Узагальнено чинники, які впливають на вартість акціонерного капіталу. Основними серед них є: концентрація угод на різних сегментах ринку, публічний чи приватний характер, наявність достовірної та повної інформації про рівень капіталізації основних суб'єктів господарювання; рівень ризиків нагромадження капіталів та їх використання у реальному секторі економіки; обсяг тіньової економічної діяльності, стан захисту прав власності тощо. Запропоновано авторську дефініцію фінансових механізмів оцінки вартості капіталу акціонерного капіталу.

Ключові слова: фінансові механізми, оцінка, вартість капіталу, акціонерне товариство, публічне, приватне.

Определена сущность акционерных обществ как производных от рынка акций, которые являются товаром, способным приносить доход на рынке капиталов. Обобщены факторы, влияющие на стоимость акционерного капитала. Основными среди них являются: концентрация сделок на различных сегментах рынка, публичный или частный характер, наличие достоверной и полной информации об уровне капитализации основных субъектов хозяйствования; уровень рисков накопления капиталов и их использование в реальном секторе экономики; объем теневой экономической деятельности, состояние защиты прав собственности и тому подобное. Предложена авторская дефиниция финансовых механизмов оценки стоимости капитала акционерного капитала.

защиты основных субъектов хозяйствования; уровень рисков накопления капиталов и их использование в реальном секторе экономики; объем теневой экономической деятельности, состояние защиты прав собственности и тому подобное. Предложена авторская дефиниция финансовых механизмов оценки стоимости капитала акционерного капитала.

Ключевые слова: финансовые механизмы, оценка, стоимость капитала, акционерное общество, публичное, частное.

The essence of joint stock companies as derivatives from the stock market, which is a commodity capable of generating income in the capital market, is determined. The factors that affect the value of equity capital are summarized. The main ones are: the concentration of transactions in different segments of the market, public or private, the availability of reliable and complete information on the level of capitalization of major business entities; the level of risks of capital accumulation and their use in the real sector of the economy; volume of shadow economic activity, state of property rights protection, etc. The author's definition of financial mechanisms for estimating the value of equity capital is proposed.
Key words: financial mechanisms, estimation, cost of capital, joint-stock company, public, private.

УДК 336.76

Косова Т.Д.

д.е.н., професор, професор кафедри обліку, фінансів та економічної безпеки Донецький національний технічний університет (м. Покровськ)

Деєва Н.Е.

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту Київський національний торговельно-економічний університет

Постановка проблеми. Фінансовий стан, фінансові результати і вартість капіталу є визначальними індикаторами ефективності функціонування підприємства. Акціонерне товариство є найбільш розвиненою формою об'єднання розрізаних внесків в один

загальний асоційований капітал завдяки розподілу акціонерного капіталу на рівновеликі частки, що вільно обертаються у формі акцій [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Істотний вплив на вартість акціонерного товари-