

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)



Дніпропетровський державний
аграрно-економічний університет



№ 6, 2016

[Назад](#)[Головна](#)

0 0 0 0 1 0 0 1

УДК 330.332: 336.717

Л. Г. Кльоба,

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів Інституту підприємництва та перспективних технологій,
Національний університет «Львівська політехніка»

ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ

L. H. Kloba,

Ph.D., Assistant Professor, Associate Professor of Finance,
National University "Lviv Polytechnic"

EVALUATION OF INNOVATIVE BANKING PRODUCTS AND SERVICES

Інноваційна банківська діяльність спрямована на отримання прибутку від комерціалізації накопичених сучасних знань, технологій і обладнання. Результатом інноваційної банківської діяльності є нові продукти і послуги або продукти та послуги з новими якостями. Об'єктами банківської інноваційної діяльності є: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; сучасне нове технологічне обладнання та процеси; інноваційні продукти та послуги; інноваційні механізми формування ринку сучасних банківських продуктів та послуг.

Оцінювання рівня інноваційності банківських продуктів та послуг доцільно проводити, в тому числі, на основі таких показників: частки витрат на інноваційну діяльність, економічної ефективності інновацій, кваліфікації та універсальності персоналу банку.

Innovative banking aims to profit from the commercialization of accumulated knowledge of modern technologies and equipment. The results of the banking activities are new products and services or products and services with new qualities. The objects of the banking innovation are: innovative programs and projects; new knowledge and intellectual products; modern new technological equipment and processes; innovative products and services; innovative market mechanisms of modern banking products and services.

Evaluation of innovative banking products and services appropriate conduct, including on the basis of the following indicators: the proportion of spending on innovation, cost-effectiveness of innovation, skills and versatility of its workers.

Ключові слова: *інноваційна діяльність; інноваційні продукти; оцінювання інноваційності; критерії інноваційності; інноваційні банки; конкуренція; ефективність інновацій; інноваційна політика.*

Keywords: *innovation; innovative products; evaluating innovation; criteria of innovation; innovative banks; competition; effectiveness innovations; innovation policy.*

ВСТУП

Інноваційна банківська діяльність — вид діяльності, пов'язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у нові чи покращені банківські продукти та послуги, в оновлений чи вдосконалений банківський технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації продуктів і послуг, їх адаптацію до актуальних вимог клієнтів.

Інноваційна банківська діяльність пов'язана із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у нові чи покращені банківські продукти та послуги, в оновлений чи вдосконалений банківський технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації продуктів і послуг, їх адаптацію до актуальних вимог клієнтів.

Ознаками привабливості інноваційних банківських продуктів є висока надійність, дохідність та якість.

Банківська інноваційна діяльність у кінцевому підсумку завершується оцінюванням ефективності витрат на розробку і реалізацію інноваційного продукту - види, форми, зміст, прибутковість якого можуть мати досить великий діапазон (спектр) мінливості.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Інноваційна діяльність охоплює усі сторони господарської діяльності банку, включаючи як внутрішні інновації, які безпосередньо використовуються в межах банку (стосовно нових видів банківських продуктів, послуг, нових методів роботи), так і зовнішні, які спрямовані на удосконалення чи застосування нових методів реалізації банківських продуктів, розробку нових маркетингових технологій, нових форм інвестування банками інноваційної діяльності інших підприємницьких структур.

Об'єктами банківської інноваційної діяльності є: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; сучасне нове технологічне обладнання та процеси; інноваційні продукти та послуги; інноваційні механізми формування ринку сучасних банківських продуктів та послуг.

Мета даної статті полягає у розгляді питань пов'язаних з оцінюванням рівня інноваційної банківської діяльності в Україні, а також у необхідності привернення уваги науковців та практиків до необхідності поглиблення теоретичного обґрунтування і розробки практичних рекомендацій з даної тематики.

Об'єктом дослідження є банківська діяльність в Україні.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та прикладні засади оцінювання рівня банківської інноваційної діяльності в Україні в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Значний внесок у розвиток теорії та практики розвитку банківської інноваційної діяльності зробили Т.А. Васильєва [1], О.В. Золотарьова [2], С.Б. Єгоричева [3], Я.М. Кривич [4], С.В. Леонов [6], І.О. Лютий [7], О.В. Мошенець [8], С.К. Реверчук [10] та інші. Однак окремі аспекти цієї проблеми з'ясовано не повністю, в тому числі, більш детальне дослідження потребують питання пов'язані з оцінюванням рівня банківської інноваційної діяльності в умовах глобалізації та інтеграційних процесів. Це і зумовило вибір та підтверджує актуальність теми даної статті.

ВІКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Інноваційна діяльність (від англійського *innovation* — нововведення) — діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

Інноваційна банківська діяльність пов'язана із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у нові чи покращені банківські продукти та послуги, в оновлений чи вдосконалений банківський технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації продуктів і послуг, їх адаптацію до актуальних вимог клієнтів.

Інноваційна банківська діяльність спрямована на комерціалізацію накопичених сучасних знань, технологій і обладнання. Результатом інноваційної банківської діяльності є нові продукти і послуги або продукти та послуги з новими якостями.

Об'єктами банківської інноваційної діяльності є: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; сучасне нове технологічне обладнання та процеси; інноваційні продукти та послуги; інноваційні механізми формування ринку сучасних банківських продуктів та послуг.

Суб'єктами банківської інноваційної діяльності є банківські установи та їх ділові партнери, які провадять інноваційну діяльність або залучають для цього майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в розробку та реалізацію банківських інноваційних проектів, продуктів та послуг.

В українській науковій літературі є багато визначень, які стосуються банківських інновацій.

С.Б. Єгоричева вважає, що банківські інновації це: «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» [3].

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 досягнути визначеного позитивного економічного або стратегічного ефекту (приріст клієнтської бази, збільшення частки ринку, скорочення витрат на проведення певного виду операцій тощо) [4; 6].

На думку І.О. Лютого: «Управління інноваційним потенціалом є систематичною, динамічною, плановою і комплексною діяльністю щодо забезпечення стратегічної життєздатності банку шляхом пошуку нових рішень щодо продуктового портфеля, ринкового позиціонування, методів роботи, організаційної структури» [7].

О.В. Золотарьова стверджує, що: «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 збереження, 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» [2].

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 ефективне управління активами та зобов'язаннями;
- нові продукти в традиційних сегментах позичкових капіталів [2].

Сьогодні банківські інновації в Україні відбуваються найчастіше у появі нових банківських продуктів та послуг.

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 банкіngu;
- 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 зараховується на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера;
- 5) POS-термінали в торговельних мережах – на відміну від західних країн вони не призвели до глобальної революції в українському безготівковому просторі. Однак сьогоднішні 15 % безготівкових операцій з платіжними картками все-таки змушують банкірів вірити в посилення цього тренду 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 [8].

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 інноваційних продуктів, в тому числі таких як SMS-банкінг та Інтернет-банкінг [1].

Лідруючу позицію наразі займає ПАГ «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 [9].

Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проекту і науково-дослідною або дослідно-конструкторською розробкою нової технології (в тому числі - інформаційної) чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії і відповідає таким вимогам [10]:

- він є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для даного продукту;
- розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;
- цей продукт вироблено (буде вироблено) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоздатним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Банки як інституційні інвестори повинні дотримуватись відповідних регуляторних вимог до інноваційної діяльності, а як консервативного типу інвестори, їхні нові ПРОДУКТИ, в які вони можуть інвестувати кошти, повинні відповідати дуже жорстким вимогам.

Ознаками привабливості інноваційних банківських продуктів є висока надійність, дохідність та якість. Для інституційних консервативних інвесторів, якими є банки, важливим є оптимальне поєднання цих ознак, тобто таке їх співвідношення, яке забезпечує максимальну очікувану дохідність при заданому рівні ризиків або найнижчі ризики при заданій очікуваній дохідності. Водночас банківські продукти відзначаються наявністю, як правило, однієї або двох ознак і дуже рідко трьох.

Тому з метою дотримання зазначених вище умов банки повинні розробляти такі інноваційні продукти, які б відповідали встановленим вимогам щодо підтримки надійності, доходності і ліквідності вкладень.

На наш погляд, якщо йдеться про інноваційний банківський продукт з використанням цінних паперів, то це:

1) гарантування повернення інвестованих коштів, тобто надійність вкладень, може забезпечити майнова застава та інші форми майнового забезпечення зобов'язань емітента цінних паперів. Це буде слугувати своєрідним інструментом зниження або повного усунення ризику неповернення інвестованих у цінні папери коштів;

2) гарантування доходності за окремими інноваційними продуктами забезпечить встановлення доходу за ставкою, що враховує рівень інфляції або зміну курсу національної валюти;

3) підтримка ліквідності окремих інноваційних продуктів може досягатись шляхом укладання угод з емітентом цінних паперів щодо обов'язкового викупу цінного паперу взагалі або за настання певних обставин.

Аналіз наявних на фондовому ринку інструментів засвідчує, що не всі з них повною мірою відповідають вимогам, які висуваються до об'єктів інвестування. Така невідповідність передусім пов'язана з встановленими законодавством невисокими вимогами щодо властивостей окремих цінних паперів, а також сучасним станом ринку цінних паперів (непрозорість угод, рейтинговий характер операцій тощо).

Банківські інноваційні продукти можна класифікувати за різними критеріями і зокрема за такими [10]:

- *суб'єкт їх придбання*: (інноваційні продукти фізичним, юридичним особам нефінансової сфери; інноваційні продукти юридичним особам фінансової сфери; інноваційні продукти державним органам та органам місцевого самоврядування);

- *платність* (платні і безоплатні інноваційні продукти);

- *вартісність* (дороговартісні та дешеві інноваційні продукти);

- *дохідність* (дохідні – інноваційні продукти, які приносять банку дохід; недохідні – не приносять банку дохід).

На думку багатьох науковців банківський продукт розвивається за трьома фазами життєвого циклу:

-перша фаза циклу характеризується запуском продукту на ринку і швидким зростанням обсягів й продаж. Це фаза народження банківського продукту на ринку;

-друга фаза життєвого циклу банківського продукту характеризується стабілізацією обсягів продаж і розгортанням конкурентної боротьби між банками за споживача;

-третя фаза життєвого циклу банківського продукту відображає спад банківського продукту. Ця фаза може тривати десятки років і відображати певний консерватизм клієнтів і банків до звичних форм співпраці.

У даний час частка інноваційних банківських продуктів у ВВП розвинутих країн світу неухильно зростає. Це зумовлено передусім поширенням практики диференціації пакетів банківських послуг, для сегментованих груп корпоративних клієнтів та реалізації ідеї комплексності їх продажу. Окрім того, у світі і Європі велика увага приділяється розвитку банківських послуг при допомозі різних засобів телекомунікації. Зростає потреба в наданні клієнтам різних консультативних послуг, в тому числі, по страхуванню, управлінні активами, права спадщини.

Частка інноваційних послуг розвинутих країн є досить високою. В Україні обсяги банківських інвестицій у інновації становлять 8-10 % від загальних активів банків, що у кілька разів менше від європейських стандартів. Використання світового досвіду може бути корисним при наданні українськими банками таких інноваційних послуг: оцінка і управління ризиками потенційних інвесторів; депозитарних послуг для обслуговування процесу перерозподілу позикового капіталу у формі фондових операцій між різними інвесторами; фінансового консультування і послуг у сфері корпоративних фінансів; випуск боргових зобов'язань, забезпечених активами клієнтів або експортним виторгом

Розвиток українського ринку інноваційних банківських продуктів, послуг і операцій актуалізує такі завдання: розвиток операцій і супутніх послуг по емісії цінних паперів; розвиток послуг по відповідальному зберіганню цінних паперів; розвиток послуг по сек'юритизації зовнішніх валютних надходжень.

До базових інноваційних послуг, які банки надають клієнтам у процесі організації випуску облігацій, належать: проведення аналітиками банку аудиту емітента; підготовка аналітичного службою банку документації та інформаційного меморандуму по угоді; створення банком та емітентом спеціалізованої компанії, яка перебуватиме під контролем банку, для акумуляції засобів від продажу цінних паперів і виплат купонного доходу; послуги комісiонера по акумуляції валютних надходжень; послуги агента по залученню інвестиційних ресурсів емітента і платіжного агента по виплаті доходів інвестора; консультативні послуги аналітичних служб банку по аналізу діяльності емітента.

Використання Інтернету дає можливість українським банкам розвивати принципово нові види інноваційних банківських послуг: розрахунки за угодами у режимі реального часу; клірингові послуги; доступ до інформації про випуск, моніторинг фінансового стану емітента, зміна цін на облігації тощо.

До інноваційних банківських послуг у галузі корпоративних фінансів в Україні можна віднести: інформаційно-аналітичні послуги у процесі злиття і поглинання компаній, пошук стратегічного інвестора або партнера; консультації при створенні спільних підприємств; консультування по приватизації підприємств, підготовки їх до приватизаційного конкурсу; фінансове консультування - складання бізнес-плану підприємства, структурування угоди, вибір потенційних інвесторів, підготовка контрактної та юридичної документації по угодах тощо.

Банківська інноваційна діяльність у кінцевому підсумку завершується розробкою і реалізацією інноваційного продукту, види, форми, зміст, прибутковість якого можуть мати досить великий діапазон (спектр) мінливості.

Розглянемо з методологічних позицій деякі особливості ринкового ціноутворення на банківські інноваційні продукти, процедуру виробництва інноваційних продуктів, а також систем їх доставки до споживачів, роль реклами та конкуренції у ринковому регулюванні банківського інноваційного бізнесу.

За останні 10 років значно зросла банківська індустрія, що надає інноваційні послуги. Велику роль тут відіграла і чинила вплив сучасна технологія, яка сприяла переходу банків на широку автоматизацію виробництва.

Певні особливості має процедура розробки банківських інноваційних продуктів. Банк може поступити трояко: вдосконалити існуючий продукт; розробити цілком новий (невідомий для ринку) продукт; розробити новий для банку, але уже відомий для ринку продукт. Принципово новий продукт може одразу і не принести банку доходів, але сприятиме нарощуванню банківської технології та індустрії, підвищенню позитивного іміджу банку. Найважливіші етапи алгоритму розробки нових банківських інноваційних продуктів: розробка концепції банківського інноваційного продукту; формалізація та опис банківського інноваційного продукту; маркетингові дослідження інноваційності продукту; розробка, погодження та затвердження інноваційного продукту; впровадження інноваційного продукту.

Сутність банківського інноваційного обслуговування полягає у безпосередньому контакті клієнта та банку. Однак в умовах розвитку і широко застосування інформаційних технологій ця ознака може порушуватись, наприклад, при здійсненні Інтернет-банкінгу.

Системи доставки банківських інноваційних продуктів мають особливості і залежать від розміру, типу послуги, способу її надання. В цьому зв'язку можна виділити такі головні види систем доставки банківських інноваційних продуктів споживачам: універсальні відділення; спеціалізовані відділення; автоматизовані відділення; малі відділення; автоматичні касові машини; фінансові супермаркети; системи електронних платежів у пунктах продажу; системи, засновані на картках; "розумні" термінали; банківські послуги на дому; телемаркетинг.

Основною метою усіх вищезазначених систем є забезпечення максимального збільшення обсягу реалізації банківських інноваційних продуктів, причому за зручними і простими механізмами. Водночас банківські інноваційні продукти задовольняють потреби покупців не безпосередньо, а опосередковано. Для банків не існує проблеми недостатності каналів збуту, так як виробництво банківських інноваційних послуг і їх збут збігаються в часі і тому можуть бути локалізовані у банківському відділенні.

У системі ринкової реалізації банківських інноваційних продуктів важливими є особисті та неособисті комунікації. Особистий продаж передбачає використання індивідуальних комунікаційних каналів між банком та споживачем його інноваційних послуг. Основними інструментами особистого продажу інноваційних продуктів є: особисте фізичне спілкування (один навпроти одного); телефонні розмови; побутові контакти.

Ефективність банківської інноваційної діяльності значною мірою залежить від довіри з боку клієнтів, яку під час особистого продажу треба формувати у клієнтів. Зрозуміло, що необхідність спілкування продавців банківських інноваційних продуктів з клієнтами потребує певної винагороди за працю, або інших дієвих стимулів. Наприклад, твердий оклад плюс можливості його підвищення по службі, комісійні, премії тощо.

З розширенням чисельності банківських інноваційних послуг все більше застосовуються знеособлені комунікації і, зокрема, реклама. За загальними обсягами витрат на рекламу банки провідних країн світу посідають 4-е місце (після автомобільних компаній, торговельних фірм і видавничих організацій) [2].

Споживачі банківських інноваційних продуктів зіштовхують інтереси конкуруючих банків, що призводить до підвищення якості інноваційних продуктів. Сила впливу груп споживачів на інтенсивність конкуренції значна за таких умов [10]:

- споживачі купують велику частку банківського інноваційного продукту і за рахунок цього можуть впливати на банк під загрозою зменшення обсягу купівлі цього продукту;
- кредити становлять значну частку фінансових ресурсів позичальника, що робить його дуже чутливим до зміни процентної ставки та якості банківського інноваційного продукту;
- висока ступінь стандартизації банківського інноваційного продукту, що скасовує перешкоди для переключення споживача на послуги конкурента;
- наявність обширної інформації про відповідний банківський інноваційний продукт;
- високий рівень комунікації споживачів інноваційних продуктів і послуг.

Для найбільш ефективного впливу на цільову аудиторію та стимулювання споживання інноваційних продуктів банку, банки розробляють комунікаційну політику, яка передбачає певний набір інструментів (рис. 1).



Рис. 1. Головні інструменти комунікаційної політики банку для активізації продажу інноваційних продуктів

Інноваційна діяльність охоплює усі сторони господарської діяльності банку, включаючи як внутрішні інновації, які безпосередньо використовуються в межах банку (стосовно нових видів банківських продуктів, послуг, нових методів роботи), так і зовнішні, які спрямовані на удосконалення чи застосування нових методів реалізації банківських продуктів, розробку нових маркетингових технологій, нових форм інвестування банками інноваційної діяльності інших підприємницьких структур.

Оцінювання рівня інноваційності банківських продуктів та послуг доцільно проводити, в тому числі, на основі таких показників: частки витрат на інноваційну діяльність, економічної ефективності інновацій, кваліфікації та універсальності персоналу банку.

У системі показників, що характеризують рівень інноваційної діяльності банку, необхідно виділити показник частки витрат на впровадження інновацій ($K_{ін.}$), який пропонуємо обчислювати за формулою:

$$K_{ін.} = \frac{B_{ін.}}{B_{заг.}} \rightarrow \text{до зростання,} \quad (1)$$

де $B_{ін.}$ – витрати банку на впровадження інновацій, грн.;

$B_{заг.}$ – загальні витрати банку, грн.

Даний показник потрібно аналізувати в динаміці і порівнювати із середнім рівнем по банківській системі. На підставі досліджень ми зробили висновок: що вищим є значення показника, то вищою є конкурентоспроможність банку та інноваційна складова інвестиційної безпеки банку.

Проведений нами аналіз показав, що кожен банк, залежно від стратегічних цілей і стадій життєвого циклу, обирає відповідну інноваційну політику. Наприклад, на стадії становлення банку прийнятною є традиційна або імітаційна інноваційна політика, яка базується на використанні досвіду прогресивних банків, підвищенні якості обслуговування клієнтів. На стадії зрілості – наступальна політика, яка потребує значних фінансових витрат, високої кваліфікації банківського персоналу, чіткої організації інноваційних процесів. На стадії спадання ділової активності – оборонна інноваційна політика, метою якої є не відставати від конкурентів і за сприятливих умов перейти до наступальної політики.

Нами визначено, що реалізація вибраної інноваційної політики вимагає значних інвестицій, а оскільки більшість вітчизняних банків мають обмежені власні джерела для інвестицій у інновації, то значущість їх ефективного використання підвищується. Вважаємо, що узагальнюючим показником ефективності інновацій є ефект, який може бути економічним, науково-технічним, соціальним та екологічним. Між тим усі ефекти, в той чи інший спосіб, знаходять своє відображення у кінцевих результатах діяльності банку: прибутках чи збитках. Рівень інноваційної діяльності банку також доцільно оцінювати за допомогою показника економічної ефективності інновацій ($K_{еф.ін.}$), який пропонуємо обчислювати за формулою:

$$K_{еф.ін.} = K_{еф.ін.} \cdot \frac{\Delta \Pi}{B_{ін.}} > 1 \quad (2)$$

де $\Delta \Pi$ – приріст прибутку банку у випадку вкладення капіталу в інновації, грн.;

$B_{ін.}$ – інноваційні витрати банку, грн.

Оптимальним вважаємо стан, коли $\Delta \Pi > B_{ін.}$, а зростання значення показника економічної ефективності інновацій може свідчити про збільшення рівня інноваційної діяльності банку.

Важливим чинником, який впливає на інноваційність банку, є також кваліфікація і мобільність працівників, які здатні активно продукувати нові ідеї та ефективно використовувати сучасні банківські технології. До показників, що характеризують інноваційність банку, необхідно включати такі: частка працівників банку, які мають науковий ступінь, вчене звання і великий практичний досвід роботи. Показник кваліфікації (інтелектуального рівня) працівників банку пропонуємо

обчислювати за формулою:

$$K_{\text{інт.}} = \frac{Ч_{\text{в.кв.пр.}}}{ССЧ} \rightarrow \text{до зростання,} \quad (3)$$

де $Ч_{\text{в.кв.пр.}}$ – чисельність висококваліфікованих працівників банку, чол.;

$ССЧ$ – середньоспискова чисельність працівників банку.

На основі аналізу стверджуємо, що зростання значення коефіцієнта $K_{\text{інт.}}$ відображає збільшення рівня інноваційності банку.

Реалізація стратегії банку передбачає більш ефективне використання трудових ресурсів банку, підтримку і розвиток корпоративної культури, правильний підбір і навчання співробітників банку. У цьому зв'язку впливовим чинником створення інноваційної атмосфери у банку є запровадження програми «універсального співробітника». У звичайному банку співробітники, як правило, виконують вузькоспеціалізовані завдання. Неважко помітити, що більший ефект, якісніше обслуговування клієнтів буде тоді, коли кожен спеціаліст банку буде навчений виконувати різну роботу. Зокрема касир зможе прийняти заяву на відкриття рахунку, а співробітник, який займається кредитами, зможе пояснити сутність інвестиційного консалтингу та андеррайтингу. Наприклад, в японському банку службовець перші 10–12 років переводиться з відділу у відділ через кожні два–три роки. Навчання організує банк, який свідомо йде на такі витрати, тому що хоче позбавити працівників „тунельного бачення”, дати їм можливість ознайомитися із різними напрямками діяльності банку, отримати чітке уявлення про цілі організації [10]. Відтак вважаємо, що особливе значення для гарантування інноваційності може мати показник універсальності персоналу ($K_{\text{унів.}}$), який рекомендуємо обчислювати за формулою:

$$K_{\text{унів.}} = \frac{Ч_{\text{пос.}}}{ССЧ} > 1, \quad (4)$$

де $Ч_{\text{пос.}}$ – кількість посад, які можуть виконувати працівники за сумісництвом;

$ССЧ$ – середньоспискова чисельність працівників банку, чол..

Дані показники необхідно аналізувати в динаміці за декілька останніх років.

ВИСНОВКИ

Інноваційна банківська діяльність — діяльність, спрямована на комерціалізацію накопичених сучасних знань, технологій і обладнання. Результатом інноваційної банківської діяльності є нові продукти і послуги або продукти та послуги з новими якостями.

Інноваційна банківська діяльність пов'язана із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у нові чи покращені банківські продукти та послуги, в оновлений чи вдосконалений банківський технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації продуктів і послуг, їх адаптацію до актуальних вимог клієнтів.

Сьогодні в Україні найбільш інноваційними банками є «Приватбанк», «Райффайзен Банк Аваль», «Альфа-Банк», «ОТП Банк» та інші. Вони вже більше десятиріччя виділяються поміж інших банків наданням інноваційних продуктів, в тому числі таких як SMS-банкінг та Інтернет-банкінг

Об'єктами банківської інноваційної діяльності є: інноваційні програми і проекти; нові знання та інтелектуальні продукти; сучасне нове технологічне обладнання та процеси; інноваційні продукти та послуги; інноваційні механізми формування ринку сучасних банківських продуктів та послуг.

Оцінювання рівня інноваційності банківських продуктів та послуг доцільно проводити, в тому числі, на основі таких показників: частки витрат на інноваційну діяльність, економічної ефективності інновацій, кваліфікації та універсальності персоналу банку.

Перспективи подальших досліджень даної теми полягає, на нашу думку,

у розробці практичних рекомендацій для оцінювання ефективності всіх етапів розробки та впровадження банками інноваційних продуктів та послуг.

ЛІТЕРАТУРА.

1. Васильєва Т. А. Маркетинг банківських інновацій / Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, С. В. Леонов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 13–28.
2. Золотарьова О.В., Чекал А.А. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх упровадження в Україні/ О.В. Золотарьова, АА. Чекал// Науковий вісник Херсонського державного університету.-2016.-№1.- С. 112-114.
3. Єгоричева С.Б. Банківські інновації: [навч. посіб.] / С.Б. Єгоричева. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 208 с. 4
4. 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>. 5
5. Кльоба Л.Г. Методологічні підходи до визначення сутності банків і банківської діяльності / Л.Г. Кльоба, В.Л. Кльоба, Р.Л. Кльоба // Економіка та держава. - 2013. - № 10. – С. 55-58.
6. Леонов С. В. Комплексний підхід до управління інноваційним потенціалом банку / С. В. Леонов, Я. М. Кривич // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету (Серія «Економічні науки»). – 2009. – Вип. 22. – Ч. II. – С. 45–49.
7. Лютий І. О. Банківський маркетинг / І. О. Лютий, О. О. Солodka. – К.: Центр учбової літ., 2009. – 776 с.
8. Мошенець О.В. Інноваційні продукти і технології на ринку банківських послуг / О.В. // Фінансовий ринок України. – 2011. – № 12. – С. 7–8. 9
9. Офіційний сайт КБ «ПриватБанк» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://privatbank.ua/about/>. 10
10. Реверчук С. К., Кльоба Л. Г., Паласевич М. Б. Управління і регулювання банківською інвестиційною діяльністю : [наукова монографія] / За ред. д.е.н., проф. С. К. Реверчука. — Львів : Тріада плюс, 2007. — 352 с.

REFERENCES.

1. Vasylieva, T. A. Kozmenko, S. M. and Lioenov, S. V. (2011), "Marketynh bankivskykh innovatsii", *Marketynh i menedzhment innovatsii*, vol. 1, pp. 13–28.
2. Zolotarova, O.V. and Chekal, A.A. (2016), "Innovatsiini bankivski produkty ta spetsyfika yikh uprovadzhennia v Ukraini", *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, vol.1, pp. 112-114.
3. Yehorycheva, S.B. (2010), *Bankivski innovatsii* [Banking innovation], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine, p.208.
4. Kryvyh, Ya. M. "Vplyv innovatsii na stratehichni rozvytok banku", [Online], available at: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/797/3/4.pdf>.
5. Kloba, L.H. Kloba, V.L. and Kloba, R.L. (2013), "Metodolohichni pidkhody do vyznachennia sutnosti bankiv i bankivskoi diialnosti", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 10, pp. 55-58.
6. Lioenov, S. V. and Kryvyh, Ya. M. (2009), "Kompleksnyi pidkhid do upravlinnia innovatsiinyim potentsialom banku", *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu (Seria "Ekonomichni nauky")*, vol. 22, part. II, pp. 45–49.
7. Liutyi, I. O. and Solodka, O. O. (2009), *Bankivskiy marketynh* [Bank marketing], Tsentr uchbovoi lit., Kyiv, Ukraine, p.776.
8. Moshenets, O.V. (2011), "Innovatsiini produkty i tekhnolohii na rynku bankivskykh posluh", *Finansoviy rynek Ukrainy*, vol. 12, pp. 7–8.
9. «PrivatBank» [Online], available at: <https://privatbank.ua/about/>.
10. Reverchuk, S. K. Kloba, L. H. and Palasevych, M. B. (2007), *Upravlinnia i rehulivannia bankivskoiu investytsiinoiu diialnistiu* [Management and regulation of banking investment activity], Triada plus, Lviv, Ukraine, p.352.

Стаття надійшла до редакції 30.05.2016 р.

ТОВ "ДКС Центр"