

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
БАНКОВ УКРАИНЫ**

Билык Ольга Игоревна, к.э.н., доцент

Университет банковского дела, Львовский институт
Bilyk Olga Igorivna, associate professor of banking department of
Lviv Institute of SHEI University of banking, PhD, olga_bilyk@i.ua

Дребот Наталия Петровна, к.э.н., доцент

Университет банковского дела, Львовский институт
Drebot Nataliia Petrivna, associate professor of banking department of
Lviv Institute of SHEI University of banking, PhD, drebot72@gmail.com

Аннотация: Статья посвящена исследованию основных направлений инновационного развития банков по таким направлениям как наличие интернетбанкинга, мобильных приложений для смартфонов и планшетов, представленность в социальных сетях и взаимодействие через них с клиентами, наличие автоматизированных отделений, терминалов самообслуживания. Определены банки, являющиеся лидерами в Украине по внедрению инноваций.

Ключевые слова: банки, инновации, классификация, стратегия, конкурентоспособность.

Девальвация гривны, политико–экономические и социальные потрясения негативно повлияли на банковскую систему Украины. Актуальность исследования обусловлена тем, что в большинстве украинских банков процесс управления инновациями ориентирован только на решение текущих задач, а его качество не соответствует мировому уровню. В связи с этим важное значение приобретает исследование вопросов инновационной деятельности банков.

Целью данной статьи является комплексная оценка внедрения банками Украины инноваций.

В условиях растущей конкуренции, усиления требований регулятора, постоянных внешних и внутренних угроз, банки должны постоянно реализовывать новые стратегии развития и продвижения на рынке. Как отмечает П. Друкер, основная задача инновационной деятельности заключается в том, чтобы превратить потребности общества в новые возможности для прибыльного ведения бизнеса. Именно на активном взаимодействии

банка и клиента строятся стратегии современных банковских учреждений, согласно которым основной чертой банка будущего является ориентация на развитие высокотехнологичных продуктов и услуг, инновационная интернет–направленность и активная работа с клиентами через социальные сети.

Сегодня инновации служат не только одним из важнейших факторов экономического роста и структурных изменений, они стали основой современного развития во всех сферах экономики, в том числе и на рынке банковских услуг. В экономической литературе четкого и однозначного толкования понятия «банковская инновация» не существует. Так С. Б. Егорычева понимает ее как «... результат деятельности банка, направленный на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала с помощью нововведений, способствующих клиентам в получении прибыли. Банковская инновационная деятельность ориентирована на гармонизацию интересов банка, потребителей и общества в целом в рамках создания продуктов и услуг более высокой ценности, чем у конкурентов» [1, с. 44].

Анализ приведенного определения банковской инновации свидетельствует о следующем:

- наблюдается гиперболизация направленности банковской инновации на получение дополнительного дохода банками и получения прибыли клиентами – Вторая часть приведенного определения противоречит первой, поскольку здесь утверждается, что основой банковской инновации является более высокая ценность банковского продукта по сравнению с конкурентами;

- Ограничение сферы инновационной деятельности банка только созданием новых или совершенствованием имеющихся продуктов. Такой подход автор обосновывает тем, что понятие инновации должно соответствовать трем необходимым условиям: иметь признак новизны, иметь способность удовлетворять рыночный спрос и быть коммерчески реализована.

Из таких предположений следует, что управленческие и организационные инновации и инновации бизнес–модели не соответствуют требованиям коммерческой реализуемости и удовлетворения рыночного спроса и поэтому не могут считаться банковскими инновациями в полном смысле этого понятия. На наш взгляд, такие инновационные решения, в отличие от продуктовых или технологических инноваций, обеспечивают в большей степени стратегические преимущества банка, а не краткосрочные тактические. Поэтому с учетом указанных обстоятельств определение банковских инноваций может быть сформулировано следующим образом: банковские инновации – это конечный результат процесса модернизации всех сторон деятельности банка, он заключается в совершенствовании банковских услуг, бизнес–процессов, сервиса, организации, управления и маркетинга с целью достижения конкурентных преимуществ на рынке.

Инновации в банковском бизнесе характеризуются определенными особенностями, среди которых можно выделить следующие:

- наличие существенного влияния достаточно жесткой системы регулирования банковского бизнеса, что в определенной степени может тормозить темпы инноваций;

- в отличие от сферы материального производства, основным инструментом защиты интеллектуальной собственности на инновационные объекты банка является не патентная защита, а ноу–хау и авторские права, хотя в последнее время количество выданных патентов в сфере банковского бизнеса значительно возросла;

- абсолютное большинство банковских инноваций базируется на прикладных, а не фундаментальных научных исследованиях, позволяет значительно сократить затраты банков на инновационную деятельность;

- значительная часть банковских инноваций является результатами осуществления инновационных решений в других областях общественной жизни или мотивированы изменением параметров спроса со стороны клиентов.

Заметим, что существующие на сегодня в Украине исследования по внедрению инноваций, ограничиваются выборочными исследованиями, ограничиваясь 50 крупнейшими банками. Проведенное нами исследование базируется на генеральной совокупности, включая все действующие банков по состоянию на 01.12.2015 г.. В разрезе групп банков

по следующим четырем основным направлениям инновационного развития: 1) наличие Интернет–банкинга; 2) наличие мобильных приложений для смартфонов и планшетов; 3) представленность в социальных сетях и взаимодействие через них с клиентами 4) наличие автоматизированных отделений, терминалов самообслуживания [1].

В последнее десятилетие существенно изменился формат банковского сектора Украины, а вместе с ним и ассортимент услуг, которые кредитно – финансовые учреждения предоставляют своим клиентам. [6] Сегодня сложно представить украинца даже в самых отдаленных уголках страны без мобильного телефона, однако еще в начале 2000–х годов их владельцев было совсем немного. Неудивительно, что и услуга мобильного банкинга в то время для украинских финансовых учреждений была серьезной инновацией. СМС–информирование о проведении операции по счету и функция запроса остатка на счете сегодня уже стали привычными для большинства банковских клиентов. Однако в свое время это была важная инновация, благодаря которой повысились безопасность транзакций и информированность клиента о состоянии его счета. С распространением смартфонов значительно увеличились возможности мобильного банкинга, поэтому банкиры продолжают расширять перечень продуктов для различных моделей гаджетов. С помощью мобильного телефона сегодня можно осуществить большинство операций с собственными счетами. По мнению экспертов, мобильный телефон заменит пластиковую карточку как средство платежа, широкое распространение которого состоится уже через несколько лет. Идентификация клиента будет происходить благодаря NFC–чипам, встроенным в телефон.

Спектр возможных операций будет достаточно широк: – остаток по счету, – платежи, – переводы средств – кредиты одного физического лица другому и тому подобное. Более того, идентификация клиента банком в отделении также станет возможной просто по телефону, потребность в паспорте исчезнет. Сегодня эта тенденция появилась на рынках США и Европы, где идентификация уже происходит даже по адресу электронной почты клиента. В 2000 году впервые на украинском рынке банковских услуг были внедрены одноразовые динамические пароли для Интернет – банкинга за счет привязки карты к номеру мобильного телефона [2]. Каждая Интернет – транзакция подтверждается одноразовым динамическим паролем, который высылается в СМС–сообщении на телефон клиента – такая комбинация делает и платежи максимально безопасными. Использование одноразовых паролей позволяет избежать мошеннических операций в Интернет – банкинга, и сегодня многие финансовые учреждения активно применяют эту технологию.

Прорывом в банковских технологиях последнего десятилетия и ключевой новацией будущего десятилетия является Интернет – банкинг, который сегодня предлагается клиентам большинством банков. Стремительному развитию удаленного доступа к своему счету и осуществлению операций по нему способствует рост украинских Интернет – пользователей. С одной стороны, Украина входит в топ–10 стран Европы по количеству пользователей, а с другой – из–за низкого проникновения в регионы имеет еще и высокий потенциал роста Интернет – аудитории в будущем. Для банков это открывает большие возможности, и эксперты делают основную ставку именно на развитие удаленного банкинга. В отличие от западных стран, POS– терминалы в торговых сетях не привели к глобальной революции в украинском безналичном пространстве. Однако сегодняшние 5% безналичных операций с платежными картами все–таки заставляют банкиров верить в усиление этого тренда в ближайшие пять лет. В будущем POS– терминалы будут устанавливать сами торговцы, поскольку в оплату будут приниматься не пластиковые карточки, а информация с NFC–чипов, встроенных в телефон. Между тем, терминалы самообслуживания, появились несколько лет назад набирают популярность как в банковских отделениях, так и за их пределами. Расширяется и перечень доступных операций – от операций с картами и переводом средств к оплате других различных услуг.

По состоянию на 01.12.2015 года 49 из 120 банков, составляет 41%, не имеют к этому времени систем Интернет–банкинга и предлагают клиентам управлять своими счетами через отделения с помощью операционистов и это при том, что в начале 2015 года проникновения Интернета в Украине достигло 58% и охватило 21 100 000 человек.

Главной тенденцией развития современных технологий в мире на сегодня является переход и широкое использование мобильных устройств в повседневной жизни. По состоянию на 01.12.2015 г. В Украине лишь 13 из 120 банков, или 11%, предлагали своим клиентам мобильные приложения, через которые можно управлять счетами, осуществлять платежи, управлять депозитами, оплачивать коммунальные услуги и т.д. Банки, своевременно поняли инновационные тенденции и внедрили их среди своих услуг каналов обслуживания, это – ПриватБанк, Ощадбанк, Сбербанк России, Укрсоцбанк, Альфа-банк, Укрсиббанк, Первый украинский международный банк, ОТП банк, ФИДОБАНК, Кредобанк, Платинум банк [3].

Отдельно следует выделить Приватбанк, который предлагает сегодня своим клиентам не один, а 19 мобильных приложений. Мобильное приложение Приват24 имеет более 3 млн. Загрузок, бесспорно свидетельствует о его качестве для полезности.

Следующей инновационной тенденцией, уже сегодня приобрела популярность у мировых банков-инноваторов, является наличие автоматизированных отделений и терминалов самообслуживания. В Украине автоматизированные отделения и сети терминалов самообслуживания по состоянию на 01.12.2015 г. предлагают лишь 24 из 120 банков, что составляет 22% банковской системы Украины: 71% банков I группы (10 из 14 банков), 50% банков II группы (7 с 14 банков), 13% банков III группы (3 из 24 банков) и только 5% банков IV группы (4 из 75 банков).

Четвертой инновацией, которой должен обладать современный цифровой банк, работа в социальных сетях. При этом такое использование социальных сетей в своей деятельности должна проводиться в нескольких направлениях [2]: 1) маркетинговый канал – реклама в социальных сетях, продажи с помощью социальных сетей, отслеживание и поддержка репутации; 2) поддержка клиентов – проактивное общения, консультирование, решение проблем клиентов, помощь по финансовым вопросам; 3) социальные платежи – платежи с помощью специальных приложений к социальным сетям, разработанные банковской или небанковской финансовой организацией, позволяющие в режиме реального времени осуществлять микроплатежи между пользователями социальной сети; 4) социальная CRM система – использование данных о интересах аудитории сообщества, чтобы лучше понять, кто же на самом деле является клиентом банка; 5) скоринговые системы, построенные на данных из социальных сетей – оценка кредитоспособности, основанный на данных профиля в социальных сетях, репутации пользователя, уровне доверия других пользователей к пользователю;

б) социальное кредитование и сбережения.

Об использовании украинскими банками социальных сетей, то с состоянием 01.12.2015 г. Имеем следующие данные: I группа – 10 из 14 банков (71%), II группа – 8 из 14 банков (57%), III группа – 9 с 24 (38%), IV группа – 18 из 75 банков (24%).

Будущие усовершенствования банкинга связывают с внедрением концепции Банк 3.0, основанные на предоставлении высокотехнологичных услуг в активном взаимодействии с клиентами в рамках модели *everyday banking*, сущность которой заключается в том, что банк становится центром экосистемы, которая дает возможность банку поддерживать постоянный контакт с клиентами в режиме 24/7/365 [2].

Анализ тенденций развития современного рынка банковских услуг позволяет сформулировать основные перспективные направления инновационной политики, в будущем будут реализовываться на рынке. Акцентируем внимание на основных из них: – создание единого инвестиционного рынка с прямым доступом и просмотром подхода к роли посредников на этом рынке; – Переход клиентов к электронным платежам. Доля мобильных, интернет и микроплатежей будет расти и развиваться не на базе платежных карт и наличных, а за счет технологии мобильных бесконтактных платежей с использованием встроенных чипов в ювелирные украшения, кольца, браслеты, часы или телефоны; – Идентификация и верификация клиентов на основе биометрических средств; – Широкое внедрение принципов исламского банкинга, который традиционно ориентирован на реальную экономику, а не на накачивание экономики деньгами (в условиях глобального финансового кризиса ни один исламский банк не объявил о банкротстве).

Список использованных источников:

1. Кинг Бретт. Почему сегодня банк—это не то, куда выходите, а то, что вы делаете/[Пер.сангл.М.Мацковской].—М.:ЗАО«Олимп–Бизнес»,2014.—520с.
2. Кинг Бретт. Банк 2.0. Как потребительское поведение и технологии изменят будущее финансовых услуг / [Пер. сангл. М. Мацковской]. – М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2012.—512 с.
3. Официальный сайт Facrtum Group Ukraine /<http://www.slideshare.net/WatcherUA/ukraini-an-internetaudience1-q2015>).