

Олександра Вадимівна ЯКУШЕВА

аспірантка кафедри банківської справи,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 64/13, м. Київ, 01601, Україна
E-mail: sasha.y@mail.ru
Телефон: +380994994993

**КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ЯК
МОТИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ**

Якушева, О. В. Конкуренція на ринку банківських послуг як мотив інноваційної діяльності банків [Текст] / Олександра Вадимівна Якушева // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 1. – С. 284-291. – ISSN 1993-0259.

Анотація

Вступ. У статті досліджено банківську конкуренцію, що служить мотиваційним фактором для впровадження інновацій у діяльність банків. З'ясовано, що керівництво банків розуміє, що на сьогодні для того, щоб отримати конкурентні переваги над іншими банками та небанківськими фінансово-кредитними інститутами, необхідно проводити інноваційну діяльність, про що свідчить збільшення фінансування інноваційної діяльності у 2013 році у більшості зарубіжних банків.

Результати. Досліджено зміст та ознаки такої економічної категорії як інновація. Виявлено, що існує декілька підходів щодо трактування фінансових (банківських) інновацій та, як результат, сформульоване власне визначення банківських інновацій. Проаналізовано методи здійснення інноваційної діяльності у провідних банках світу, і тут слід зазначити активну співпрацю банківських установ з ІТ-компаніями, збільшення власних підрозділів, що розробляють інноваційні технології обслуговування клієнтів, залучення клієнтів банку через соціальні мережі до спільної роботи щодо розробки інноваційних продуктів і послуг. Розглянуто найбільш популярні і перспективні напрями у банківській інноваційній діяльності, серед яких платежі Р2Р. Проаналізовано український досвід здійснення інноваційної діяльності банківськими установами та виявлено, що лише окремі великі банки України впроваджують інновації. Також встановлено, що для вітчизняних банків характерною є практика запозичення інновацій у провідних зарубіжних установ. Серед основних тенденцій банківської інноваційної діяльності в Україні спостерігається активний розвиток Інтернет-банкінгу та мобільного банкінгу, впровадження системи управління взаємовідносинами з клієнтами – CRM, розвиток нових каналів продажу продуктів і джерел комісійного доходу.

Висновки. Визначено, що для подальшого успішного розвитку та підвищення своєї конкурентоспроможності банки України повинні сформувати та діяти відповідно до стратегії інноваційної діяльності, повністю або частково змінити структуру управління, здійснювати взаємодію з клієнтами у формі зворотного зв'язку, у майбутньому є необхідність у перегляді ролі філіальної мережі банківських установ у напрямі зменшення кількості філій та відділень банку та зосередження на обслуговуванні клієнтів он-лайн, що буде зручно і для власне клієнтів, і зменшить витрати банків на утримання приміщень.

Ключові слова: інновації; банківські інновації; інноваційна діяльність банків; конкуренція; конкурентоспроможність банку; платежі Р2Р.

Александра Вадимовна ЯКУШЕВА

**КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ КАК МОТИВ ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ**

Аннотация

Введение. В статье исследована банковская конкуренция, которая является мотивационным фактором для внедрения инноваций в деятельность банков. Выяснено, что руководство банков понимает, что на

© Олександра Вадимівна Якушева, 2014

сегодня для того, чтобы получить конкурентные преимущества перед другими банками и небанковскими финансово-кредитными учреждениями, необходимо проводить инновационную деятельность, о чем свидетельствует увеличение финансирования инновационной деятельности в 2013 году в большинстве зарубежных банков.

Результаты. Исследовано содержание и характеристики такой экономической категории как инновация. Выявлено, что существует несколько подходов к трактовке финансовых (банковских) инноваций и, как результат, сформулировано собственное определение банковских инноваций. Проанализированы методы осуществления инновационной деятельности в ведущих банках мира, и здесь следует отметить активное сотрудничество банковских учреждений с ИТ-компаниями, увеличение собственных подразделений, разрабатывающих инновационные технологии обслуживания клиентов, привлечение клиентов банка через социальные сети к совместной работе по разработке инновационных продуктов и услуг. Рассмотрены наиболее популярные и перспективные направления в банковской инновационной деятельности, среди которых платежи P2P. Проанализирован украинский опыт осуществления инновационной деятельности банковскими учреждениями и обнаружено, что лишь отдельные крупные банки Украины внедряют инновации в своей деятельности. Также установлено, что для отечественных банков характерной является практика заимствования инноваций у ведущих зарубежных банков. Среди основных тенденций банковской инновационной деятельности в Украине отмечено активное развитие Интернет-банкинга и мобильного банкинга, внедрение системы управления взаимоотношениями с клиентами – CRM, развитие новых каналов продаж продуктов и источников комиссионного дохода.

Выводы. Определено, что для дальнейшего успешного развития и повышения своей конкурентоспособности банки Украины должны сформировать и действовать согласно стратегии инновационной деятельности, полностью или частично изменить структуру управления, осуществлять взаимодействие с клиентами в форме обратной связи. В будущем необходимо пересмотреть роль филиальной сети банковских учреждений в направлении уменьшения количества филиалов и отделений банка и сосредоточиться на обслуживании клиентов он-лайн, что будет удобно и для собственно клиентов, и уменьшит затраты банков на содержание помещений.

Ключевые слова: инновации; банковские инновации; инновационная деятельность банков; конкуренция; конкурентоспособность банка; платежи P2P.

OleksandraVadymivnaYAKUSHEVA

PhD Student,
Department of Banking,
Taras Shevchenko Kyiv National University
Volodymyrska str., 64/13, Kyiv, 01601, Ukraine
E-mail: sasha.y@mail.ru
Phone: +380994994993

COMPETITION IN THE BANKING SECTOR AS A MOTIVE OF INNOVATION ACTIVITIES OF BANKS

Abstract

Introduction. A paper explores the banking sector competition, which can be a strong motivational factor for the innovation. It is clear for banking top management that nowadays innovation is vital in order to gain the competitive advantage. This idea is supported by increased innovation spending in most of the foreign banks in 2013.

Results. The article focuses on the characteristics of the economic category of innovation and different approaches to handling banking innovations. As a result, the author formulates her personal definition of banking innovation. This article also analyses various methods of innovation management that are used in the world's leading banks, such as: active cooperation with IT companies, growth of the innovation departments, attracting customers for mutual development of innovative products and services via social networks. It takes into account the most popular and promising areas of banking innovations such as P2P payments. The current situation in Ukraine shows that only a small number of banks try to innovate, while most of them simply copy innovations of the leading foreign banks. Some of the major trends in banking innovations in Ukraine include active development of internet and mobile banking, implementation of the customer relationship management (CRM), finding new sources of fee income.

Conclusions. The Ukrainian banks have to formulate the strategy of innovation management and change the structure of bank management in order to continue successful development and increase the competitiveness. It is necessary to reconsider the importance of branch networks of banking institutions in the nearest future, reducing

the number of branches while focusing on the online customer services. This will help to cut costs and improve the customer service at the same time.

Keywords: *innovation; banking innovation; competition; banking competitiveness; P2P payments.*

JEL classification: D40, G21, O31

Вступ

Тенденції розвитку світового банківського бізнесу на сьогодні пов'язані з процесами глобалізації та інтеграції, лібералізацією фінансової сфери, що стимулює розвиток філіальної мережі банків за кордоном, і, як наслідок, створення міжнародного банківського бізнесу. Це активізує процеси злиттів і поглинань, розширює і урізноманітнює форми інтеграції банків, їх кооперацію з небанківськими фінансово-кредитними установами. Банки для того, щоб витримати конкуренцію, вступають у різноманітні стратегічні альянси, консорціуми, здійснюють синдикуване кредитування та ін. У результаті руйнування вхідних бар'єрів на ринок банки вимушені конкурувати не лише один з одним, а й з іншими фінансовими установами, такими, як страхові компанії, інвестиційні фонди, фінансові компанії і т. д. Для вітчизняного ринку банківських послуг характерним є розширення присутності іноземних банків, які мають тривалу історію існування та відповідний досвід. В основі всіх цих процесів лежить конкуренція, що виступає як мотив інноваційної активності у сфері банківської діяльності. На сьогодні стало зрозуміло, що саме інновації можуть вивести банки на відносно новий рівень функціонування, покращити позиції банку на ринку банківських послуг, розширити клієнтську базу, а також підвищити лояльність клієнтів до банку.

Серед українських та російських вчених, які розглядали проблеми банківських інновацій, їх сутність, класифікаційні ознаки, форми вияву, слід зазначити: І. Балабанова [1], В. Вікулова [2], С. Єгоричеву [3], О. Лаврушина [4], Т. Смовженко [5] та інших. Не заперечуючи досягнення у дослідженні інноваційних процесів у банках, варто зазначити, що чимало проблем все ще потребують подальших розробок, серед яких перспективи залучення інновацій зарубіжних банків та впровадження власних інновацій українськими банками та загалом вплив інновацій на банківську систему у майбутньому.

Мета статті та завдання

Метою статті є узагальнення науково-методичних основ дослідження сутності банківських інновацій, що виступають як основа підвищення конкурентоспроможності банківських установ, аналіз зарубіжного і вітчизняного досвіду банківської інноваційної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Термін «інновація» почав досить активно використовуватись у процесі ринкової трансформації вітчизняної економіки. Однак єдиного підходу до визначення цього поняття у науковій літературі не існує. М. Портер під інноваціями розуміє новий спосіб здійснення будь-якої операції, який поставлено на комерційне підґрунтя. Основною метою інновації є соціально-економічний ефект, і тому введення інновацій без зниження витрат, мінімізації негативного впливу на екологію, покращення споживчих якостей продукції не є доцільним [6].

Для інновацій характерними є наступні ознаки:

- отримання фінансової або соціальної вигоди, яка обумовлена впровадженням та розповсюдженням нововведень на ринку для окремих груп споживачів;
- взаємозв'язок з виробничим застосуванням оригінальних рішень, що відрізняє інновацію від технічних винаходів;
- наявність творчого підходу;
- зв'язок з ризиками різної природи;
- перше впровадження нововведення на конкретному виробництві господарюючого суб'єкта, незалежно від того, чи застосовувалося останнє де-небудь раніше [7].

Банківська діяльність має свою специфіку, тому поняття інновацій тут також має певні відмінні особливості. На сьогодні можна виокремити декілька підходів до трактування фінансових інновацій, що впроваджуються у банках.

Так фінансові інновації можна визначити як нові фінансові продукти і послуги, а інноваційною при цьому є діяльність банків, що пов'язана з генеруванням цих продуктів і послуг. Банки внаслідок зростання конкуренції все більше починають звертати увагу на інструменти, продукти, операції, що існують в інших сегментах фінансового ринку, та розглядають їх як нове джерело отримання додаткових ресурсів. Так, наприклад, завдяки цьому підходу до банківських інновацій у банківській практиці з'явилися і закріпились такі явища, як похідні цінні папери, сек'юритизація, що в кінці ХХ ст. отримали значного поширення у всіх сегментах фінансового ринку.

Інший підхід до фінансових інновацій у банківському секторі полягає у розумінні їх як автоматизації фінансових процесів, винайденні нових технологій, інформатизації економічних процесів, упровадженні нових методологій та методик фінансових операцій.

Відповідно до наступного підходу поняття фінансових інновацій розглядається з позиції організації бізнес-процесів банківських установ. Глобалізаційні процеси світової економіки та фінансового сектору, розвиток інформаційного суспільства, зростання ролі Інтернету ставлять перед банками нові завдання, вирішення яких потребує реорганізації бізнес-процесів.

Відповідно до останнього підходу під фінансовими інноваціями слід розуміти нові інституційні форми організації банківського бізнесу. Наприклад, зміна організаційної структури, механізму управління банківською діяльністю, перехід до мережевої організації, використання принципів аутсорсингу. На сьогодні банківський капітал не тільки злився з промисловим, але й активно взаємодіє з іншими фінансово-кредитними інститутами, що також є причиною появи багатьох банківських інновацій, наприклад, банкострахування, рахунки довірчого управління та ін. [8].

Узагальнюючи вищезазначене, можна сформулювати наступне визначення банківських інновацій – це результат діяльності банків, що реалізується у вигляді нового банківського продукту чи послуги, технології та методології надання банківських послуг, удосконаленої організаційної форми або інших сферах функціонування банку з метою підвищення ефективності діяльності банку. Інші сучасні визначення поняття «банківські інновації» подано в таблиці 1.

Таблиця 1. Сучасні визначення поняття «банківські інновації»

Автор	Визначення
Балабанов І. Т.	Реалізований у формі нового банківського продукту або операції кінцевий результат інноваційної діяльності банку [1, с. 206].
Вікулов В. С.	Створення банківського продукту, що має більш привабливі споживчі властивості порівняно з пропонованим раніше, або якісно нового продукту, здатного задовольнити не охоплені раніше потреби його потенційного покупця, або використання більш досконалої технології створення того ж банківського продукту [2].
Лаврушин О. І.	Як сукупність принципово нових банківських продуктів і послуг – це синтетичне поняття про мету і результати діяльності банку у сфері нових технологій, спрямованих на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування та розміщення ресурсного потенціалу за допомогою впровадження нововведень, що сприяють клієнтам в отриманні прибутку [4, с. 480].
Єгоричева С. В.	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 й є результатами банківського інжинірингу. У широкому розумінні: 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, с. 74].

На сьогодні провідні банки світу розуміють, що наявність інновацій у банку є ключовою ознакою, що відрізняє їх від конкурентів. Відповідно до дослідження, що проводиться компанією Infosys «Інновації в роздрібному банкінгу», за останні роки інтерес роздрібних банків до інновацій значно виріс, так у 2013 р. 60% банків дотримуються інноваційної стратегії, для порівняння – в 2009 р. – 37% банків. Увага саме роздрібного блоку пояснюється просто – дохід забезпечується великою кількістю в середньому дрібних транзакцій, тобто необхідні потужні, оперативні рішення. Стратегічний пріоритет інновацій призводить до збільшення бюджету. Згідно з даними Infosys, 77% банків збільшують бюджет на інновації і лише 5% зменшують його.

Банки по-різному організовують роботу над інноваціями, наприклад відкривають спеціальні інноваційні лабораторії, в яких співробітники можуть працювати над відповідними проектами. Але найбільш ефективним методом інновацій, на думку банкірів, є спільна робота з ІТ-компаніями та постачальниками. На другому місці за ефективністю йде створення тестових версій ІТ-рішень за допомогою онлайн-спільноти. Третє місце посідає спільна робота з навчальними закладами та

стартапами [9]. Як приклади, можна навести співпрацю фінансової компанії ING з банком RBS у сфері створення інновацій, клієнти якого можуть оцінити інноваційні ідеї, що запропоновані RBS. У 2013 році корпорація IBM оголосила про багатомільярдний контракт з банківською групою Unicredit, предмет якого – створення нової інфраструктури банку у найближчі десять років, правління банку сподівається заощадити на такому партнерстві 725 млн євро [10]. Дубайський банк NoorIslamic регулярно проводить конкурси інновацій з винагородою в 20 тис. дол. США за перше місце. Іспанський банк La Caixa пропонує своїм клієнтам представляти свої ідеї за допомогою соціальних мереж, таким чином дає відчуття клієнтам їх приналежність до процесу, на сьогодні банк отримує понад 200 ідей на місяць.

Якщо говорити про інноваційні напрямки, то максимальною популярністю користуються технології проведення мобільних P2P-платежів (від користувача до користувача), мобільні гаманці та розпізнавання голосу. Платежі P2P є однією з найбільш інноваційних розробок останнього десятиліття і є простим способом переказу невеликих сум грошей. Системи P2P платежів clearXchange, CashEdge і PayPal пропонують своїм клієнтам здійснювати P2P-платежі безпосередньо зі своїх банківських рахунків. Для того, щоб передати гроші, достатньо знати номер мобільного або електронну адресу одержувача. Три банки-члени clearXchange охоплюють щонайменше половину існуючих клієнтів, що користуються мобільним чи Інтернет-банкінгом. PayPal використовують більше 100 млн активних користувачів в усьому світі. Система платежів CashEdge зараз охоплює більше 500 банків та кредитних спілок, у тому числі 20 з 30 провідних фінансових інституцій [11]. Таким чином, система P2P платежів є дуже вигідною для банків завдяки зменшенню витрат на обробку паперових платежів, отриманню нових клієнтів, а також підвищенню рівня лояльності клієнтів. Однак для подальшого розвитку необхідна консолідація фрагментованих P2P систем, ідеальним для користувача стало б існування єдиної системи платежів, що охоплює всі банки.

Також варто згадати про створення так званого банку третього покоління, стартапу Бретта Кінга – Moven. Moven реалізує дуже цікаву ідею, суттю якої є інтегрування в мобільні пристрої клієнтів усіх необхідних інструментів, які допоможуть їм приймати правильне рішення про витрати грошей. Moven на сьогодні запропонував спеціальну програму для смартфонів, за допомогою якої можливо поповнювати рахунки, переказувати кошти, оплачувати різні послуги, а також знімати готівку через мережу спеціалізованих банкоматів. Крім цього, всі клієнти цього банку також отримують спеціальну наклейку, яка має вбудований гнучкий чіп, що може бути використаний для виконання безконтактних платежів [12]. Такі банки на сьогодні є орієнтованими на досить вузьку категорію клієнтів з обмеженими запитами у фінансових сервісах, продуктова пропозиція таких бізнес-організацій також є досить обмеженою. По суті Moven не є банком: у нього немає відповідної ліцензії, а власне послуги, що пов'язані з обслуговуванням клієнтів, надані BancorpBank. Тому організації типу Moven повинні подолати бар'єри при переході до кредитування, що повинно відповідати процесам ризик-менеджменту. Однак, ці організації дають змогу побачити, як може виглядати мобільний банкінг.

Основні фактори, які прискорять інноваційність, на думку іноземних банкірів, – це збільшення швидкості та ефективності бізнес-процесів, збільшення орієнтованості на клієнта, а також зниження складності та вартості операцій, що викликано численними розрізненими системами, які використовуються для обслуговування клієнтів. Цікавим є досвід ірландського банку AIB щодо впровадження своїх технологій. В Ірландії 84% населення у мережі, однак лише 50% використовують онлайн-банкінг, AIB вирішила покращити цю статистику шляхом спеціального відділення банку – лабораторії – демо-зони, де клієнти можуть дізнатися про нові технології. Цифровий аватар вітає клієнтів при вході до лабораторії, у якій представлені банківська зона самообслуговування, зона для мобільної та онлайн демонстрації продукту, дистанційні помічники, які надають консультації щодо цілого переліку банківських питань обличчям до обличчя за допомогою телеприсутності та інше [13].

В Україні на сьогодні все більша кількість банків залучаються до інноваційної діяльності, поступово збільшується кількість банківських установ, які розробляють і впроваджують у своїй діяльності інноваційні продукти, послуги, технології та ін. Однак для українських банків характерним є копіювання банківських продуктів і послуг, що застосовуються за кордоном. Це можна пояснити тим, що банківські установи України є набагато молодшими і менш досвідченими, ніж банки промислово розвинених країн. Така практика українських банків має позитивний бік, оскільки дозволяє значно скоротити витрати на інноваційну діяльність і значною мірою вберегти себе від різноманітних ризиків, пов'язаних з такою діяльністю. Таким чином, зважаючи на це, банківськими інноваціями на українському ринку є нові для України зарубіжні продукти, послуги, технології, що раніше не мали аналогів на вітчизняному ринку банківських послуг.

Істотним напрямком у банківському роздрібному бізнесі України останнім часом є пошук нових каналів продажів і джерел комісійного доходу. Тут можна назвати аутсорсинг банківських продуктів (наприклад, продаж кеш-кредитів інших банків і фінансових інститутів), продаж партнерських продуктів (страхові продукти, авіаквитки і т. д.). Банки зосередили увагу на альтернативних каналах продажів та

інформування споживача про свої продукти та послуги, а саме – активніше почали користуватися послугами фінансових брокерів, сайтів-агрегаторів знижок, різних фінансових порталів, де клієнт може заповнити заявку на отримання послуги банку, також розвивається мікрокредитування завдяки Інтернет-магазинам (особливо магазинам електроніки). Таким чином, банки активно шукають канали продажів своїх продуктів, які виходять далеко за межі традиційного відділення банку і дозволяють суттєво економити на операційних витратах.

Деякі вітчизняні банки з метою вивчення та розуміння потреб клієнтів запускають систему управління взаємовідносинами з клієнтами – CRM, яка дозволяє відстежити історію контактів клієнта з банком, продукти та сервіси, що ним використовуються і зробити йому найкращу пропозицію стосовно існуючих продуктів і послуг та поінформувати про поточні акції.

Основною тенденцією українських банків останнім часом є розвиток дистанційного банківського обслуговування, мобільного та Інтернет-банкінгу. Передовим банком у цій сфері залишається ПриватБанк. Так ПриватБанк відкрив перший пункт самообслуговування, тобто відділення, де немає каси, співробітників банку, але можна самостійно оплатити свої рахунки, відправити грошовий переказ, поповнити свій депозит за допомогою карти чи готівкою.

Одним з останніх нововведень ПриватБанку в технологічному плані є розробка спеціальної банківської програми для управління власними фінансами створеної для GoogleGlass. Очікується, що завдяки GoogleGlass можна буде оплачувати рахунки через фото, переводити гроші за допомогою голосових функцій, заправлятися на АЗС, оплачувати товари та послуги в Інтернеті і магазинах, замовляти і оплачувати їжу в ресторанах, запитувати пошук найближчих банкоматів, знімати готівку з банкоматів без самої карти, а також зв'язуватися по відео з банкіром. Все управління здійснюватиме власник за допомогою голосу[14]. ПриватБанк активно розробляє різноманітні програми для смартфонів задля оптимізації роботи та забезпечення зручності клієнтів, такими програмами є, наприклад, Фотокаса, за допомогою якої клієнт може оплатити рахунки та комунальні платежі, лише сфотографувавши рахунок і надіславши фото до банку.

Отже, в сучасних умовах усі банки, як зарубіжні, так і вітчизняні, у своїй діяльності значною мірою орієнтуються на впровадження інновацій як конкурентної переваги на ринку банківських послуг. Банки розуміють, що без розробки та реалізації інноваційної стратегії як генерального напрямку з приводу створення і використання інновацій у всіх сферах діяльності неможливо досягти високої конкурентної позиції.

При формуванні інноваційних стратегій банки повинні враховувати такі фактори зовнішнього і внутрішнього середовища [5]:

- розвиток економіки, що заснований на знаннях, коли інтелект та інновації визначають темпи і перспективи економічного розвитку;
- глобалізаційні процеси, що створюють принципово нові умови для функціонування банківських установ, а саме: створення зарубіжної мережі підрозділів банків, загострення конкуренції на міжнародних фінансових ринках, збільшення мобільності клієнтів, що також створює єдині глобальні стандарти обслуговування, вимагає розробки нових продуктів і послуг та інше;
- розвиток інформаційно-комунікаційних технологій;
- зміни в регулюванні банківської діяльності та функціонуванні фінансових ринків;
- рівень інноваційного потенціалу банку як здатність генерувати, сприймати і реалізовувати інноваційні ідеї, використовуючи для цього наявні ресурси;
- дієва система ризик-менеджменту, що здатна оцінювати, мінімізувати та контролювати інноваційні ризики у взаємозв'язку з іншими ризиками банківської діяльності (кредитним, процентним, ринковим, ліквідності і т. д.);
- інноваційна культура, тобто сукупність цінностей, традицій, норм поведінки у сфері інноваційної діяльності, на які орієнтуються співробітники при виконанні своїх професійних обов'язків.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Таким чином, у сучасних умовах банки сприймають розвиток інновації як фактор підвищення ефективності функціонування та відповідно підвищення своєї конкурентної позиції на ринку банківських послуг. Українські банки відчувають вплив усіх тенденцій, що визначають розвиток сучасної банківської системи, серед яких слід виокремити активне впровадження та удосконалення інформаційних технологій, зміна ролі і суті філіальної системи, у тому числі зменшення кількості філій банків, покращення взаємодії з клієнтами, визначення їх потреб, що реалізується шляхом CRM-систем, зміна всієї системи управління банком.

Для того, щоб отримати конкурентні переваги, вітчизняні банки повинні постійно створювати та удосконалювати наявні продукти і послуги у відповідь на зростаючі потреби клієнтів, використовувати різні канали надання інформації (Інтернет, мобільний телефон), надавати більш персоналізовані

послуги на основі аналізу попередніх взаємин із клієнтом, створювати пункти самообслуговування, надавати можливість клієнтам проводити частину банківських операцій, використовуючи Інтернет, упроваджувати прогресивні структури управління, які б швидко реагували на зміни зовнішнього середовища.

Список літератури

1. Банки и банковское дело [Текст] / Под ред. Балабанова И. Т. — СПб. : Питер, 2003. — 256 с.
2. Викулов, В. С. Концептуальный подход к разработке инновационной стратегии коммерческого банка [Текст] / В. С. Викулов // Финансовый менеджмент. — 2004. — №5. — С. 106-121
3. Єгоричева С. Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти [Текст]: монографія / С. Б. Єгоричева; ВНЗ у кооперації «Полтавський університет економіки і торгівлі». — Полтава: ТОВ «АСМІ», 2010. — 348 с.
4. Банковский менеджмент [Текст] : учебник / кол. авторов под ред. д-ра экон. наук, проф. О. И. Лаврушина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2009. — 560 с.
5. Смовженко, Т. С. Инновационные стратегии зарубежных банков [Текст] / Т. С. Смовженко, С. Б. Егоричева // Деньги и кредит. — 2010. — № 8. — С. 51-56
6. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с.
7. Трысячний, В. И. Особенности содержания и структурирования категории «инновация» [Текст] / В. И. Трысячний, С. П. Григориадис // Terra Economicus. — 2013. — том 1, №3, часть 2. — С. 36-39.
8. Яковенко, С. Н. Финансовые инновации в деятельности коммерческих банков: теоретико-экономические аспекты [Текст] / С. Н. Яковенко, А. А. Тимченко // Современные проблемы науки и образования. — 2013. — № 2. — С. 53-59.
9. Innovation in Retail Banking – Simplify Technology to Innovate (September 2013, 5th annual edition) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.infosys.com/finacle/resources/industry-reports/Pages/innovation-retail-banking.aspx>.
10. IBM Announces a 10-Year Strategic Partnership with UniCredit to Deliver New Services [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/41523.wss>.
11. P2P Payments: The Bank Imperative [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.bai.org/bankingstrategies/payments/remote-payments/p2p-payments-the-bank-imperative>.
12. Офіційний сайт Moven. Moven's Oath: Supporting Your Financial Wellness [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://blog.moven.com/movens-oath-supporting-your-financial/>.
13. Офіційний сайт Allen International. Welcome to The Lab [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.allen-international.com/welcome-to-the-lab/>.
14. Офіційний сайт ПриватБанк. ПриватБанк готовий обслужити Клієнтів в Google Glass [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://privatbank.ua/ua/news/privatbank-gotov-obsluzhit-klijentov-v-google-glass/>.

References

1. Balabanova, I. T. (2003). Banki i bankovskoyedelo. Peterburg: Piter.
2. Vikulov, V. S. (2004). Conceptual approach to the development of innovative strategies for the commercial bank. Financial management, 5, 106-121.
3. Yehorycheva, S. B. (2010). Innovation activities of commercial banks. Poltava: TOV ASMI.
4. Lavrushin, O. I. (2009). Bankovskiy menedzhment. Moscow: KNORUS.
5. Smovzhenko, T. S. (2010). Innovation strategies of foreign banks. Money and Credit, 8, 51-56.
6. Porter, M. (2005). Competitive Advantage: How to achieve high results and ensure its sustainability. Moscow: Alpina Business Books.
7. Trysyachnyy, V. I. (2013). Features of the content and structure of "innovation" category. Terra Economicus, 3 (11), 36-39
8. Yakovenko, S. N. (2013). Financial innovations in commercial banks' activity: theoretical and economy aspects. Actual problems of science and education, 2, 53-59.
9. Infosys (2013, September). Innovation in Retail Banking – Simplify Technology to Innovate, 5th annual edition. Retrieved April 15, 2014, from : <http://www.infosys.com/finacle/resources/industry-reports/Pages/innovation-retail-banking.aspx>.
10. IBM. (2013). IBM Announces a 10-Year Strategic Partnership with UniCredit to Deliver New Services. Retrieved April 15, 2014, from : <http://www-03.ibm.com/press/us/en/pressrelease/41523.wss>.
11. BAI. (2013). P2P Payments: The Bank Imperative. Retrieved April 15, 2014, from : <http://www.bai.org/bankingstrategies/payments/remote-payments/p2p-payments-the-bank-imperative>.

-
12. Moven. (2012, November 21). *Moven's Oath: Supporting Your Financial Wellness*. Retrieved April 15, 2014, from : <http://blog.moven.com/movens-oath-supporting-your-financial/>.
 13. Allen International. (2013, April 18). *Welcome to The Lab*. Retrieved April 15, 2014, from : <http://www.allen-international.com/welcome-to-the-lab/>.
 14. PrivatBank. (2013, April 17). *PrivatBank ready to serve customers in the Google Glass*. Retrieved April 15, 2014, from : <http://privatbank.ua/ua/news/privatbank-gotov-obslyuzhit-klijentov-v-google-glass/>.

Стаття надійшла до редакції 08.03.2014 р.