

передачі інформації, наявності належного контролю з боку держави та саморегулівних організацій.

Список використаних джерел:

1. Павленко Л. Вплив конкуренції на ціноутворення в банку // Економічний аналіз: зб. наукових праць / Тернопільський національний економічний університет, 2010. Вип. 7. – С. 162-165.
2. Сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097

УДК 336.71

Цедік В.С.

аспірантка

ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»

ІННОВАЦІЙНІ ПРОДУКТИ ЗАРУБІЖНИХ БАНКІВ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Світова теорія і практика державного управління переконливо вказують на те, що найважливішою умовою розбудови сучасної конкурентоспроможної національної економіки є формування ефективної банківської системи як рушійної сили економічного розвитку та ринкових перетворень. Особливої актуальності зазначена проблема набула за останні роки, які відмітились фінансовими потрясіннями, глибокими змінами у банківській справі, численними нововведеннями в організації, формах обслуговування і методах управління банком.[3,с.67] Йдеться про ускладнення прийомів і методів банківської діяльності, виникнення новітніх видів фінансових операцій і послуг, посилення конкуренції з боку різноманітних небанківських організацій, що займаються придбанням і розподілом коштів тощо.

Сьогодні банківський ринок є однією із важливих, динамічних і невід'ємних складових глобальної фінансової системи та відіграє роль головного посередника, що задовольняє потреби у фінансових ресурсах реального сектору економіки та населення країни.[2] Це пов'язано з тим, що банківський ринок співпрацює з усіма секторами національної економіки, тому зростає інтерес до різних аспектів діяльності банків та методів управління ними.

Відомі компанії SST та Gemalto запропонували банківським клієнтам нові інноваційні банківські пластикові карти з електронним папером, на якому відображається тимчасовий пароль для здійснення транзакцій. Інноваційна пластикова карта оснащена шестирозрядним дисплеєм, для роботи якого в карту додана батарейка і додатковий чіп (крім стандартного чіпу EMV). Така система з екрану і батарейки буде відповідати за передачу на дисплей одноразових паролів для здійснення транзакцій. Нині такі паролі надаються різними банками, проте клієнти отримують їх за допомогою смс-повідомлень, на скретч-картках із спеціальним захисним шаром, що стирається, на роздруківках з банкоматів.

Jyske Bank, один з найбільших банків Данії, і німецький банк Deutsche Bank всю свою продукцію представляють виключно у вигляді коробок, розташованих на стелажах відділень. Крім того, поряд із банківськими

продуктами, банки пропонують товари, які, з точки зору банків, підходять до стилю життя клієнтів.

Для поліпшення обслуговування клієнтів західні банки все частіше поєднують зусилля з партнерами зі збуту, які не належать до банківського сектора. Так, багато європейських банків активно співпрацюють із туристичними фірмами, агентствами з торгівлі нерухомістю, використовуючи пункти продажу їхніх продуктів і навіть розробляючи спільні послуги. Значення схожого партнерства визначається взаємодоповнюваністю клієнтів обох партнерів й обсягом потенційної економії на масштабах.

Для української практики є характерним вважати інновації запозичені та адаптовані продукти та послуги зарубіжних банків. Так, більшість послуг та продуктів в сфері private-banking базуються на зарубіжному досвіді.

Але в Україні створюються і власні продукти та послуги. На сьогодні лідером з впровадження інновацій в Україні є ПАТ КБ «ПриватБанк». ПАТ КБ «ПриватБанк» першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги internet-banking «Приват24» та GSM-banking, а також послуги з продажу через мережу своїх банкоматів та POS-терміналів електронних ваучерів провідних операторів мобільного зв'язку та IP-телефонії.[4,с.213]

Експерти відзначають, що створена ПАТ КБ «ПриватБанк» система електронної здачі Liqpay забезпечила довгоочікуваний міст між електронною і заснованою на готівці оплатою. Окрім ПАТ КБ «ПриватБанк», інновації на сьогодні активно впроваджують ПАТ «ОТП Банк», ПАТ «Укрсоцбанк», ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» та ін.

Список використаних джерел:

1. Енnew C., Watkins T., Wright M.: Marketing Financial Services, Butterworth-Heinemann, Oxford, UK 1991.
2. Єгоричева С.Б. Організація діяльності банків у зарубіжних країнах [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://imanbooks.com/book_352
3. Матвієнко В. П. Особливості організації обліку інноваційних банківських продуктів [Електронний ресурс] / В. П. Матвієнко, Л. А. Заводовська // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 2. - С. 65-70. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2015_2_11
4. Торяник Ж.І. Нові тенденції банківського маркетингу: вітчизняний і зарубіжний досвід /Торяник Ж.І., Антимоник К.В. // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. –2014. - № 1(16). – С. 219 – 224.

УДК 658312(477)(043.2)

Чайковська А.О.

студентка

Чібісова І.В.

старший викладач

Національний авіаційний університет

СУЧАСНИЙ СТАН ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Однією з важливих умов розвитку ринкової економіки та народного господарства держави є підприємництво.

Сучасний стан та розвиток українських підприємств знаходиться у тяжкому стані. Однією з цих причин нинішнього стану економіки України є