

УДК 336.71

Алексеевко Максим Дмитрович,

д-р екон. наук, проф.,

професор кафедри банківської справи

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

(03680, Україна, Київ, проспект Перемоги, 54/1)

E-mail: professorAlekseenkoM@gmail.com

Денисенко Антоніна Валентинівна,

старший викладач кафедри банківської справи

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

(03680, Україна, Київ, проспект Перемоги 54/1)

E-mail: antonina.yarova@yandex.ua

ІННОВАЦІЙНІ ПОСЛУГИ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВ

Анотація

Мета дослідження. Мета статті полягає в поглибленні теоретичних і практичних засад використання інноваційних послуг як чинників підвищення конкурентоспроможності банків на ринках фінансових послуг.

Методологія. У процесі дослідження для висвітлення основних питань статті було використано історичний метод і метод аналізу при вивченні економічної суті інновацій та інноваційних послуг банків.

Отримані результати. Результати дослідження полягають в обґрунтуванні теоретичних засад підвищення ролі інноваційних послуг у забезпеченні конкурентоспроможності банків на ринках фінансових послуг.

Цінність дослідження. Основні положення і висновки статті можуть бути використанні для розробки практичних заходів з удосконаленням практики надання банками інноваційних послуг.

Ключові слова: банк, банківські інновації, дистанційні банківські послуги, інновації, інноваційні послуги, інноваційна діяльність банків, IPO, конкуренція, конкурентоспроможність банку, сек'юритизація активів.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В сучасних умовах інтеграції України до світових економічних процесів і глобалізації фінансових ринків, що супроводжується активною експансією іноземних фінансових посередників на ринок фінансових послуг країн, а також посиленням конкуренції між банками та небанківськими фінансовими установами, є актуальним підвищення конкурентоспроможності банків. За цих обставин підвищується науковий і практичний інтерес до подальшого пошуку напрямів і засобів підвищення конкурентоспроможності банків на ринках фінансових послуг. У цьому аспекті важливим та актуальним напрямком є створення та продаж клієнтам якісно нових банківських продуктів і послуг, а також освоєння нових сфер діяльності, зокрема

зосередження зусиль на небазових для банків фінансових продуктах і послугах. Мова фактично йде про впровадження нових ідей у банківську діяльність, зокрема про продаж банками споживачам інноваційних продуктів і послуг, зміну умов надання послуг і перегляду вимог щодо контролю, за процесом надання та якості кінцевого продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності терміну «інновації» і зокрема «інноваційних банківських послуг» присвячена низка праць як вітчизняних, так і зарубіжних учених: І. Бланка, С. Єгоричеву, І. Лютого, Д. Норта, М. Портера.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття. Не зважаючи на значну кількість праць, у яких містяться дослідження сутності інноваційних банківських послуг і практики їх надання споживачам, залишається багато не вирішених питань, а отже, є потреба в подальших наукових дослідженнях інноваційної діяльності банків.

Формулювання мети і завдання дослідження. Мета статті поглядає в поглибленні теоретичних і практичних засад окремих сторін впливу інновацій на банківську діяльність у цілому і конкурентоспроможність зокрема.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В економічній та юридичній літературі відсутній єдиний погляд на суть дефініцій «інновація» та «інноваційні послуги банку». Тож у цьому сенсі варто звернути увагу на змістовність дефініції «інновація». Так, Закон України «Про інноваційну діяльність» характеризує інновації як «новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентноздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшує структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [1].

У підручнику «Банківський маркетинг» інновація визначається як «прибуткове використання нових технологій, видів продуктів і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень технологічного, фінансового, комерційного характеру» [2, с. 697]. На думку І.О. Бланка, «інновація – нове досягнення в галузі технології або управління, призначене для використання в операційній, інвестиційній або фінансовій діяльності підприємства» [3, с. 461]. Окремі дослідники зазначають, що предметом інновацій є впровадження суттєвих нововведень, а не просто різно-

видів існуючих продуктів, не значних відмінностей у строках та умовах або дрібних покращень сервіса. Мова йде фактично про абсолютно нові для ринка продукти про послуги, які ніколи раніше не надавались [4, с. 155].

Не вдаючись до аналізу зазначених та інших поглядів щодо змісту дефініції «інновація» (це не є метою цієї статті), зазначимо, що розбіжності поглядів її сутності впливають на змістовність дефініції «інноваційні послуги банків». Характеризуючи інноваційність банківських послуг в економічній літературі зазначається, що вона містить зокрема: створення нових послуг, які не мають аналогів на ринку банківських послуг; додання нової якості існуючим банківським послугам; застосування нових способів поширення і надання банківських послуг; трансформація каналів продажу послуг із переходом від існуючих, традиційних каналів до альтернативних, нових каналів; застосування прогресивних управлінських моделей і форм якісного банківського обслуговування; розвиток інформаційних технологій і засобів телекомунікації. У підтвердження наведемо таке визначення банківських інновацій під якими окремі науковці розуміють «створення та популяризацію нових фінансових інструментів, технологій ведення банківського бізнесу, організацію нових інститутів і ринків (бірж, торговельних систем тощо), а також інституційні інновації, пов'язані із запровадженням нових норм і правил у банківській діяльності» [5, с. 116].

Узагальнюючи зазначене, можна сформулювати таке визначення дефініції «інноваційні послуги банків», котре, на наш погляд, найкраще відбиває його основні риси: «Інноваційними послугами банків є новостворені та/або вдосконалені послуги, які не мають аналогів на ринку, а також організаційно-технічні рішення виробничого, управлінського, комерційного або іншого характеру, що суттєво поліпшують споживчі властивості і якість послуг і каналів їх збуту». Водночас слід враховувати, що інноваційні послуги із впливом часу втрачають свою унікальність через копіювання та тиражування конкурентами. Отже, саме технологічний аспект надання банками послуг у більшості випадків слугує найважливішим чинником наявності стійких конкурентних переваг. Нинішня динаміка розвитку світової економіки переважно є результатом, який зумовлений якісною зміною технологій. Їх створення і впровадження відбувається в межах інноваційного циклу, стимулювання якого стає прерогативою не лише економічних суб'єктів, але і держави. Варто наголосити, що низка інноваційних послуг є різно-

видом базових послуг банків, тобто депозитних, кредитних і розрахунково-касових послуг. Унаслідок зростання конкуренції банки, щоб зберегти та розширити свої позиції на ринках фінансових послуг, будуть намагатися вийти за межі суто банківської діяльності, щоб стати центром всього фінансового життя клієнта. Розвиток банків має ґрунтуватися на прийнятності пропонованих споживачам послуг, зокрема відповідати споживчим чи інвестиційним потребам клієнта, його кредитоспроможності, рівню сприйняття ризиків. Саме від того, якою мірою отримані споживачем послуги будуть задовольняти його потреби і буде залежати зокрема чи залишиться він постійним клієнтом даного банку, чи звернеться до інших фінансових посередників. Варто зазначити, що вітчизняним банкам характерним є значне використання у своїй діяльності банківських продуктів і послуг, розроблених за кордоном. Це дозволяє їм якісніше обслуговувати клієнтів, значно скоротивши витрати на розробку та терміни впровадження самостійно розроблених банківських послуг, аналог котрих уже існує і використовується іноземними банками. Отже, банки по-різному організують роботу щодо надання інноваційних послуг.

Вирішенню проблем банку у сфері бізнесу, включаючи роздрібний бізнес, спрямованому на його розвиток і, як результат, збільшенню рівня конкурентоспроможності банку, його ринкових позицій і фінансової стійкості сприяє трансформація каналів збуту банківських послуг. Йдеться про перехід від традиційного обслуговування клієнтів через мережу структурних підрозділів банку, зокрема філій і відділень, до застосування сучасних високотехнологічних нетрадиційних каналів продажу банківських послуг. Посилення в умовах глобалізації конкуренції на ринках фінансових послуг, впровадження новітніх інноваційних технологій у діяльності фінансових посередників спонукає банки до скорочення та оптимізації власної регіональної мережі структурних підрозділів. Водночас банки намагатимуться до віртуалізації таких підрозділів з метою підвищення ефективності їх роботи. Це, у свою чергу, сприятиме, на нашу думку, переорієнтації структурних підрозділів до надання специфічних послуг, які орієнтовані на невелике коло споживачів і на задоволення їх спеціальних та або специфічних потреб. Для надання стандартних послуг, орієнтованих на задоволення потреб масового споживача, використовуватимуться нетрадиційні канали продажу, що базуються на дистанційному обслуговуванні банками клієнтів і/або

на можливостях спеціалізованих компаній, які підконтрольні банкам або співпрацюють з ними на договірних засадах. Розвитку дистанційного обслуговування клієнтів сприяє розповсюдження використання комп'ютерної техніки як за місцем проживання, так і на робочих місцях, розвиток новітніх каналів і технологій зв'язку. Системи інтернет-банкінгу будуть і надалі доповнюватися новими функціями, які допоможуть зекономити час і заощадити грошові ресурси клієнтів, суттєво покращать якість і комплексність обслуговування банками споживачів їх послуг. Якщо банкам дозволити дистанційно відкривати рахунки клієнтам (як це практикують банки низки економічно розвинутих країн), можна зменшити кількість і періодичність відвідування банку чи узагалі можна буде не відвідувати його. Потреба в частих візитах, зокрема фізичних осіб, до філій банків зменшується і за умови розвитку сфери безготівкових рахунків, зменшення питомої ваги готівкових розрахунків.

Водночас слід враховувати те, що особистий безпосередній чи опосередкований контакт працівника банку та клієнта-споживача послуг є важливою складовою відносин між ними. Втрата безпосереднього зв'язку зі споживачами послуг може вплинути на те, що банкам буде складно чи навіть іноді неможливо передбачити та врахувати конкретні потреби.

Окремі банки розвиток дистанційних каналів продажу банківських послуг населенню розглядають не лише як елемент формування інноваційного іміджу банку, а й як один зі стратегічних напрямків розвитку власного роздрібного бізнесу. Зазначимо, що використання дистанційних каналів збуту банківських послуг розглядається в ряді випадків як проміжний етап на шляху створення віртуальних банків, що дозволить охопити дуже широке коло клієнтів і що значно дешевше організації розгалуженої філійної мережі. В сучасних умовах використання дистанційних каналів постійно зростає і зростатиме надалі із розширенням асортименту послуг і продуктів, продаж яких здійснюватиметься через ці канали. Водночас реалізація можливостей дистанційних каналів пов'язана із питанням їх захищеності від зовнішнього вторгнення, тобто питанням інформаційної безпеки.

Основу активних операцій банків складають кредити. Від якості кредитного портфеля залежить не лише дохідність банків і можливості їх належного ресурсного забезпечення, а й фінансова стійкість і конкурентоспроможність кожного банку. Джерелом

ресурсів банку, інструментом підтримання його ліквідності, диверсифікації активів і мінімізації ризиків стала сек'юритизація активів. Про широкий спектр сек'юритизації свідчить наявність різноманітних і суперечливих підходів до розуміння цієї дефініції в економічній літературі. П.С. Роуз вважає, що сек'юритизація – це виділення групи дохідних активів і випуск під них цінних паперів для залучення додаткових коштів [6, с. 709]. Відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності 7 «Фінансові інструменти» сек'юритизація є процесом трансформації фінансових активів у цінні папери [7]. Вживаним є розуміння сек'юритизації: 1) як фінансування або рефінансування будь-яких активів компанії, що генерують доходи; 2) як різновиду кредитування із забезпеченням; 3) в аспекті розподілу ризиків [8, с. 29]. Поширеним є погляд на сек'юритизацію як на процес формування пулів фінансових зобов'язань і надання їм форми, яка дає змогу фінансовим активам вільно обертатися серед значного кола інвесторів [9, с. 16].

Завдяки сек'юритизації активів, запозичення коштів і диверсифікації ризиків з'явилися нові види фінансових інструментів. Для банків сек'юритизація стала додатковим джерелом ресурсів, інструментом поліпшення низки економічних нормативів, які регулюють діяльність банків, диверсифікації активів та мінімізації ризиків. Базовими активами сек'юритизації можуть бути лише прямі грошові вимоги або цінні папери, що засвідчують їх, зокрема кредитний портфель банків. Сек'юритизація активів банку може проводитися як шляхом емісії цінних паперів, так і через залучення синдикуваного кредиту. При цьому вона має класичну або синтетичну форми. За класичної форми банк-оригінація виділяє активи, котрі списуються з його балансу і передаються спеціально створеній для цього компанії. Ця компанія випускає цінні папери, забезпеченні активами, та розміщує їх серед інвесторів. При цьому грошові потоки, котрі виникають при сек'юритизації, мають бути узгоджені між собою за часом, валютами та розмірами платежів за інструментами рефінансування і пулом активів. Кредитні ризики переданих спеціальній компанії активів переносяться на власників цінних паперів, тобто інвесторів.

Синтетична сек'юритизація активів не передбачає їхнього продажу. Банк передає кредитний ризик певного зобов'язання або портфеля зобов'язань іншій особі (наприклад страховим компаніям, іншим банкам) за допомогою операцій із кредитними деривативами.

Сек'юритизація активів є складною з точки зору організації та проведення, що зумовлюється зокрема значною кількістю учасників і тривалістю процесу. Зокрема, для підвищення довіри потенційних інвесторів до емітованих у процесі сек'юритизації активів цінних паперів, необхідна об'єктивна та адекватна оцінка ризиків інвестування в такі цінні папери. Це вирішується, зокрема залученням консультантів і рейтингових агентств.

Практика використання сек'юритизації активів в Україні є досить обмеженою і в більшості випадків пов'язана з використанням іпотечних активів, має більше ризиків ніж позитивних сторін. Проте це не зменшує її фінансового потенціалу для використання вітчизняними банками.

Пошук довгострокових ресурсів змушує банки використовувати нові перспективні форми фінансування, зокрема первинну публічну пропозицію цінних паперів на фондовому ринку, або IPO. Мотиви виходу банків на ринок IPO різні, зокрема: залучення додаткового капіталу та мінімізація витрат на це; зростання рівня капіталізації; вдосконалення структури інвесторів; прагнення до формування ринкової ціни та вартості банку; створення публічних акцій з метою використання їх у майбутніх угодах з придбання. Водночас IPO є привабливим не для всіх компаній, що пов'язано зокрема з бажанням уникнути розмивання акціонерного капіталу та зберегти контроль у прийнятті рішень, високими витратами на проведення IPO. Отже, у будь-якому випадку рішення про вихід на ринок IPO має прийматися виходячи з конкретних мотивів і потреб банку, його готовності до функціонування у статусі публічної компанії.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Проведене дослідження свідчить про те, що у сучасних умовах банки повинні сприймати впровадження інноваційних послуг як важливий чинник підвищення ефективності функціонування та підвищення своєї конкурентної позиції на ринку фінансових послуг. Відтак питання розробки та впровадження в банківську практику інноваційних послуг вимагають подальші дослідження як у теоретичному, так і в практичному аспекті.

Бібліографічний список

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 05.12.2012 р. №40–15. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

2. *Лютый І.О.* Банківський маркетинг: підручник / І.О. Лютый, О.О. Солодка. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
3. *Бланк І.А.* Управление формированием капитала / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2000. – 512 с.
4. Искусство розничного банкинга. Факты, аналитика, прогнозы / Хью Кроксфорд, Фрэнк Абрамсон Яблоновски; пер. с англ. Е.И. Недбал'sкая. – Минск: Гревцов Паблшер, 2007. – 320 с.
5. *Примостка Л.О.* Інноваційний розвиток сучасного банківництва / Л.О. Примостка // Фінанси, облік і аудит: зб. наук. пр. – 2015. – №1(25). – С. 115-126.
6. *Роуз П.С.* Банківський менеджмент / П.С. Роуз; пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1995. – 768 с.
7. Міжнародний стандарт фінансової звітності 9 (МСФЗ 9) «Фінансові інструменти». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_016
8. *Версаль Н.* Сек'юритизація та її роль у відновленні фінансової стабільності / Н. Версаль // Вісник НБУ. – 2010. – №4. – С. 28-35.
9. Секьюритизация ипотеки: мировой опыт, структурирование и анализ / Эндрю Девидсон, Энтони Сандерс, Лэн-Линг Вольф, Анне Чинг. – М.: Вершина, 2007. – 592 с.

References

1. Pro innovacijnu dijajal'nist' [On innovation activity]: Zakon Ukraїny vid 05.12.2012 p. №40-15. [Elektronnyj resurs] – Available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15> [In Ukrainian]
2. Lyutiy I.O. Bankovskiy marketinh [Banking marketing] : Pidruchnik / I.O. Lyutiy, O.O. Solodka. – K.: Tsenter uchbovoyi literatury, 2010. – 776 p. [In Ukrainian].
3. Blank I. A. Upravlenie formirovaniem kapitala [Capital formation management] / I.A. Blank. – K.: Nika-Tsentr, 2000. – 512 p. [In Ukrainian].
4. Iskustvo roznichnoho bankinha. Fakty, analitika, prohnozy [The art of retail banking. Facts, analytics, forecasts] / Kh'yn Kroksford, Frenk Abramson Yblonovski: English translation E.I. Nedbal'skaya. – Minsk: Hrevtsov publisher, 2007. – 320 p. [In Belorussian].
5. Primostka L.O. Innovacijniy rozvitok suchasnogo bankivnytstva [Innovation development of modern banking] / L.O. Primostka // Finansy, oblik i audit. – zb. nauk. prats. – 2015. – №1 (25). – P. 115-126. [In Ukrainian].
6. Rouz P.S. Bankovskiy mebedzhment [Bank management] / P.S. Rouz; English translation. – Moskva: Delo LTD, 1995. – 768 p. [In Russian].
7. Mejdunarodniy standart finansovoy otchetnosti 9 (MSFZ 9) [International financial reporting standard 9 (AFRS9)]. — Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_016

8. Versal' N. Sekuretizaciya ta yiyi rol' u vidnivlenni finansovoyi stabil'nosti [Securitization and its role in restoring financial stability] / N. Versal' // Visnyk Natsional'noho banku Ukrayiny. – 2010. – №4. – P. 28-35. [In Ukrainian].

9. Sekuritizaciya ipoteki: mirivoy opit, strukturirovanie I analiz [Securitization of mortgages: world experience, structuring and analysis] / Endryu Devidson, Entoni Sanders, Len-Ling Wol'f, Anne Ching. – Moskva: Vershina, 2007. – 592 p. [In Russian].

Стаття надійшла до редакції 17 березня 2017 р.

UDC 336.71

Maksym Alekseyenko,

Doctor of Sciences (Economics), Professor,

Professor at the Department of Banking

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

(54/1, Peremohy Ave., Kyiv, 03680, Ukraine)

E-mail: professorAlekseenkoM@gmail.com

Antonina Denisenko,

Senior Lecturer at the Department of Banking

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

(54/1, Peremohy Ave., Kyiv, 03680, Ukraine)

E-mail: antonina.yarova@yandex.ua

Innovative services and improvement of bank competitiveness

Abstract

Research objective. The article objective focuses on deepening the theoretical and practical foundations of the innovative services as factors that increase the competitiveness of banks in the financial services markets.

Methodology. The authors use the historical and analytical methods for studying the economic essence of innovations and innovative bank services.

Findings. The research results theoretically justify the enhancement of the innovative services influence on the bank competitiveness in the financial services markets.

Value added. The key research issues and conclusions can be used for developing practical measures that aim at improvement in bank innovative services.

Key words: bank, banking innovations, remote banking services, innovations, innovative services, innovative bank activity, IPO, competition, banking competitiveness, securitization of assets.