

Література:

1. Шмігельська З.К. Банківські інновації: суть, необхідність і розвиток / З.К. Шмігельська // Вісник Національного банку України. - 2014. - № 2. - С. 34-41. - Режим доступу: file:///C:/Users/xtov/Downloads/Vnbu_2014_2_11.pdf
2. Шуба М. В. Світові тренди банківських інновацій / М.В. Шуба, А.О. Рудник // Ефективна економіка. – № 12. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2015/34.pdf
3. BAIGlobalInnovationAwards. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.bai.org/globalinnovations>

Кулик Н.В.

«Бухгалтерський облік», 3 курс

Путивльський коледж Сумського Національного аграрного університету

Науковий керівник – к.е.н., викладач обліково-економічних дисциплін

Есманова Л.І.

ІННОВАЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ХХІ СТОЛІТТЯ

Введення інноваційних технологій у роботу банківського обслуговування значно модернізує банківські продукти та застосовані технології обслуговування клієнтів. Це можуть бути повністю новітні для банку послуги, і інноваційні продукти технології, цілеспрямовані на підвищення якості надання послуг клієнтам або підвищення ефективності розрізнених напрямків діяльності банку.

Отже, дослідження даної теми, є надзвичайно актуальним.

Питанню впровадження інноваційних банківських технологій, а саме, вдосконаленню банківських продуктів та послуг, приділялась і приділяється велика увага, як вітчизняними евої, О.Дзюблюка, І. Балабанової, Є. Золотової, М. Бітнер, Я. Гордона, М. Стоуна та інші.

Але, незважаючи уваги на вирішення вченими багатьох питань, на сьогодні більшість інноваційних банківських технологій не визначено, багато банків банкрутують і не мало банків прагнуть працювати на перспективу, хочуть бути мобільними та інноваційними.

Головною метою даної тези є з'ясування інноваційних банківських технологій ХХІ століття та можливостей їх розвитку в Україні.

В сучасних умовах державні та комерційні банки України шукають ефективні шляхи розвитку банківської діяльності, використовують вагомі можливості для формування попиту на банківські продукти, обслуговування, залучення інвестицій, створення нових умов для співпраці з різними клієнтами та максимального отримання прибутку.

На практиці банки найчастіше використовують різноманітні банківські технології для досягнення максимального ефекту, при умові мінімальних витрат та максимального збільшення обсягу прибутку. Поширення нових інноваційних технологій та їх стрімкий розвиток спонукує до вагомих змін в банківській системі на глобальному рівні. Інноваційні банківські технології стають важливим стимулом розвитку світової банківської системи. Вони є одним з найбільш багатозначних факторів, що забезпечують функціонування банківської системи,

сприяють реалізації банківських продуктів та удосконаленню обслуговування клієнтів банку.

Інтенсивне впровадження інноваційних технологій у банківську справу наприкінці XX – початку XXI століть здійснили істотний вплив на ефективність банківського бізнесу. Наслідком розвитку банківської діяльності є запровадження дистанційного обслуговування клієнтів, що є необхідною умовою конкурентоспроможності банку. Наслідком впровадження є зниження собівартості банківських послуг за рахунок скорочення витрат на утримання персоналу, обладнання робочих місць, утримання офісів, а також підвищення якості обслуговування.

Найбільш розповсюдженою та зрозумілою є система «онлайн-банкінг» (online banking). Вона реалізується за допомогою Інтернету – інтернет-банкінг (Internet banking); телефону – телебанкінг (telebanking); портативних пристроїв – мобільний банкінг (mobile banking); персонального комп'ютера – е-банкінг (ebanking). Є також послуги, що засновані на системі віддаленого доступу це - цифровий телевізійний банкінг (DVT-banking) – надання віддаленого доступу до банківських операцій з телевізора; відео-банкінг (video-banking) – отримання банківських послуг за допомогою відеоконтакту з співробітниками банку в цілодобовому режимі без вихідних та зручній для клієнта формі: відеоконференція, голосовий зв'язок або текстове повідомлення; надання клієнту інформації за допомогою мобільного телефону.

Ще декілька років тому назад було парадоксально зняти готівку в будь - який час доби в окремій зоні банку, самотійно провести ту чи іншу операцію, зв'язатися зі спеціалістом, заблокувати чи розблокувати карточку. Завдяки “Зони 24” клієнт сьогодні самотійно може керувати власними рахунками, сплачувати комунальні послуги, гасити чи оформляти кредит, переводити кошти з карти на карту, поповнювати мобільний телефон, отримувати консультацію спеціаліста концентру тощо.

Вже зараз банки прогнозують ще масштабнішого розширення можливостей дистанційного обслуговування, розвиток безготівкових розрахунків, удосконалення платіжної картки, що незабаром стане універсальним високотехнологічним фінансовим продуктом, зосередивши та синхронізувавши в себе доступ до бонусів, кредитів, обмінно-валютних операцій, партнерських програм, грошових переказів тощо.

Привертає велику увагу населення до такої банківської інноваційної технології як електронний залишок. Введення такої інновації як “електронний залишок” дає змогу зменшити затрати та обіг монет, тому що залишок менше однієї гривні зачислюється на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера.

Всі напрями інноваційних банківських технологій продовжують вдосконалюватись. Але, зазначимо, що не всі клієнти позитивно сприймають інноваційні технології банківської системи, оскільки всяка інновація вимагає відповідного розвитку ринку.

Впровадження у побут населення бездротового доступу до Інтернету, мобільних технологій та розвиток дистанційних каналів обслуговування призводить до зміни роботи з клієнтами.

Отже, в сьогоденних умовах швидкого впровадження банківських інноваційних технологій є закономірність теоретичної мотивації та практичного впровадження, аналіз та оцінка ефективності реалізації банківської поведінки з урахуванням різноманітності застосовуваних інновацій.

Література:

1. Бретт Кинг. Банк 2.0. Как потребительское поведение и технологии изменят будущее финансовых услуг / [Пер. с англ. М. Мацковской]. – М. : ЗАО «Олимп – Бизнес», 2012, – 512 с.
2. Єгоричева С. Методичні засади організації інноваційного процесу в комерційних банках / С. Єгоричева // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 1. – С. 53–57.
3. Е-банкинг / Коммунальные платежи. Режим электронного доступа: http://www.prostobank.ua/internet_banking
4. Відомості з Реєстру платіжних систем. Режим электронного доступа: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=8436153
5. Кузнецов А.М. Методологічні засади формування концепції мотивації персоналу банку / Кузнецов А.М. // Вісник соціально-економічних досліджень ОНЕУ. – 2012. – №1(44). – С. 319–326.

Мартиненко А.О.

*«Фінанси, банківська справа та страхування», 3 курс
Київський Національний торговельно-економічний університет
Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри банківської справи Гербич Л.А.*

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НЕОБАНКІВ

Протягом останніх років у світі спостерігається стійка тенденція до зростання рівня використання сучасних інформаційних технологій у реалізації фінансових послуг. Сучасні клієнти банків — це фізичні та юридичні особи, в життя та діяльність яких вбудована мобільність, інтерактивність і різноманітні електронні комунікації. Така ситуація вимагає від банків розробки нових стратегій розвитку електронного бізнесу. Банки все більше приділяють уваги електронним технологіям, опановуючи цифрові канали збуту. Оскільки для України такий формат фінансово-кредитної установи є абсолютно новим, а закордоном вони з'явилися не так давно, проте уже успішно завойовують ринок, виникає потреба у вивченні даного питання. Зокрема, відповіді потребують питання щодо сутності необанку, його можливостей та перспектив розвитку у світі.

Дослідження поглядів науковців та фахівців на діяльність необанків показали, що наразі немає уніфікованого визначення даного терміну. На практиці такі банки також звикли іменувати онлайн- або віртуальними банками. У Великобританії їх відносять до челенджер-банків (challenger в перекладі з англійської – “той, хто кидає виклик”) [1], так як спочатку такі установи ставили на меті захопити клієнтів, які були незадоволені рівнем обслуговування у традиційних кредитних установах.