

УДК 336.71

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ БАНКІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ БАНК 3.0

Ірина Яківна КАРЧЕВА

здобувач кафедри менеджменту банківської діяльності

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

E-mail: ira.karcheva@gmail.com

Анотація. Стаття присвячена дослідженню основних напрямів інноваційного розвитку банків України за такими напрямками як наявність інтернет-банкінгу, мобільних додатків для смартфонів та планшетів, представленість в соціальних мережах та взаємодія через них з клієнтами, наявність автоматизованих відділень, терміналів самообслуговування. Визначено банки, що є лідерами в Україні з впровадження інновацій за всіма чотирма напрямками

Аннотация. Статья посвящена исследованию основных направлений инновационного развития банков по таким направлениям как наличие интернет-банкннга, 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 по всем четырем направлениям.

Ключові слова: банки, інновації, класифікація, стратегія, конкурентоспроможність, Банк 3.0

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

Постановка проблеми. Девальвація гривні, політико-економічні і соціальні потрясіння боляче вплинули на банківську систему України. Банки втратили частину бізнесу, понесли величезні збитки і втрачають довіру вкладників. За таких умов більше можливостей для успішного розвитку мають ті банки, що успішно впроваджують інновації. Водночас в Україні простежується відставання банків від зарубіжних в управлінні інноваційними процесами. Актуальність дослідження обумовлена тим, що у більшості українських банків процес управління інноваціями зорієнтований лише на вирішення поточних завдань, а його якість не відповідає світовому рівню та загальнонаціональним потребам розвитку банківської системи. У зв'язку з цим важливого значення набуває дослідження питань інноваційної діяльності банків в контексті впровадження концепцій 2.0 та 3.0, спрямованих не тільки на підвищення доходності інноваційної діяльності за оптимального ризику, але й на формування стратегій інноваційного розвитку банків, які позитивно вплинуть в цілому на діяльність та розвиток банків, підвищення їх ефективності та

конкурентоспроможності, забезпечать побудову інноваційного банку майбутнього.

Метою дослідження є комплексна оцінка впровадження банками України інновацій в рамках концепції Банк 3.0.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомий внесок у дослідженні напрямів інноваційної діяльності банків, сутності, видів та класифікації банківських інновацій, організації інноваційних процесів зробили такі вчені вчені, як: Б.Кінг, Г.Кларк, О.Лаврушин, С.Лемешинский, Дж. Сінкі, К.Скіннер, Й.Шумпетер, В.Гець, С.Єгоричева, С.Козьменко, С.Леонов, В.Опарін, Н.Пантелеєва, Л.Примостка, Т.Смовженко, Т.Шалига та інші. Незважаючи на те, що питання інноваційної діяльності банків постійно привертають увагу науковців і практиків, багато аспектів цієї проблеми залишається недостатньо дослідженими. Зокрема, науковцями недостатньо приділяється увага комплексним дослідженням оцінці рівня впровадження концепцій Банк 3.0 в банках України з врахуванням їх ринкової позиції та забезпечення конкурентоспроможності та ефективності.

Обґрунтування отриманих наукових результатів. В умовах зростаючої конкуренції, посилення вимог регулятора, постійних зовнішніх і внутрішніх загроз, банки повинні постійно реалізовувати нові стратегії розвитку і просування на ринку, які б забезпечили ефективність, конкурентні переваги, стабільність і зростання. За таких умов все більше говорять не про окремі інновації, як такі, а про інноваційну діяльність банків як цілеспрямований постійний процес аналізу інноваційних можливостей та пошуку нових ідей і впровадження їх в конкретні нові та більш досконалі продукти, послуги, технології, організацію управління, входження з ними на конкурентний ринок і завоювання ринку. Як зазначає П. Друкер, основне завдання інноваційної діяльності полягає в тому, щоб перетворити потреби суспільства в нові можливості для прибуткового ведення бізнесу [1, с. 42-43]. Саме на активній взаємодії банку і клієнта будуються стратегії Банк 2.0 і Банк 3.0, відповідно до яких основною рисою банку майбутнього є орієнтація на розвиток високотехнологічних продуктів і послуг, інноваційна інтернет-направленість і активна робота з клієнтами через соціальні мережі [2, 3].

Досліджуючи сутність банківських інновацій, слід звернути увагу на важливість їх обґрунтованої класифікації, оскільки це дозволяє виявити закономірності в розробці та застосуванні банківських інновацій, визначити спрямованість інноваційної стратегії розвитку банку, ефективні економічні та управлінські механізми щодо створення, впровадження та комерціалізації банківських інновацій, просування та реалізації своїх розробок і продуктів на ринок, які для різних видів інновацій різні.

Проведений аналіз існуючих класифікацій банківських інновацій [4] дозволяє стверджувати, що вони недостатньо враховують сучасні світові тенденції в розвитку інноваційної банківської діяльності, що базуються на поєднанні нових і традиційних технологій, автоматизації банківських процесів, віртуалізації та інтернетизації, інституційних змінах. З огляду на зазначене, розроблена класифікація сучасних банківських інновацій за такими ознаками (рис. 1):

- *продуктові інновації* (онлайн-продукти, платіжні картки та сервіси для карток, способи і методи дистрибуції банківських продуктів; електронні платіжні інструменти, платіжні мінітермінали);

- *канали обслуговування* (багатоканальне обслуговування, віддалений банкінг, соціальні мережі, філії як екосистеми для роботи з клієнтами, адаптивна архітектура каналів);

- *технологічні інновації* (цифрові технології, мережеві технології, CRM- технології, автоматизація та самообслуговування, багатофункціональні технології);

- *інституційні зміни* (вдосконалення банківського законодавства, оптимізація філійної мережі, інтернетизація та віртуалізація, оптимізація бізнес-процесів, організаційно-економічні інновації);

- *управління ризиками* (інтегровані системи управління ризиками, скорингові моделі, прогнозування та моделювання, стрес-тестування, управління системними ризиками);

- *регулювання та управління* (корпоративне та стратегічне управління, централізація управління, системи раннього попередження, управління капіталом, виведення з ринку);

- *платіжні системи* (використання віртуальних валют, оверсайт, упередження шахрайства, системи прискорених переказів, клірингові системи);

- *ринкові інновації* (everyday banking; програми лояльності, лідерство на ринку, безпека банківської діяльності, маркетингові інновації та інші).

Стратегія переходу банків до інноваційної моделі розвитку пов'язана з перетворенням інновацій, інформаційних технологій та освіти у визначальні фактори розвитку як окремих банків, так і в цілому банківської системи. В новому інформаційному суспільстві періодичні трансформації перестануть сприйматися як виключення і стануть нормою життя. В період базових структурних перетворень виживають тільки лідери змін – ті, хто чутко відчуває тенденції змін і миттєво пристосовується до них, використовуючи на користь собі, ті, хто готовий до постійних змін і здатний самостійно їх генерувати, відмовившись від старих і звичних форм роботи.

Заснована на інноваціях банківська діяльність забезпечує значне скорочення витрат та підвищення ефективності. У такій своїй якості інновація – потужний механізм, який забезпечує високу конкурентоспроможність, зміцнення ринкової позиції та підвищення ефективності. Вийти на конкурентний ринок першими – мета багатьох інноваційно-орієнтованих стратегій розвитку банків.

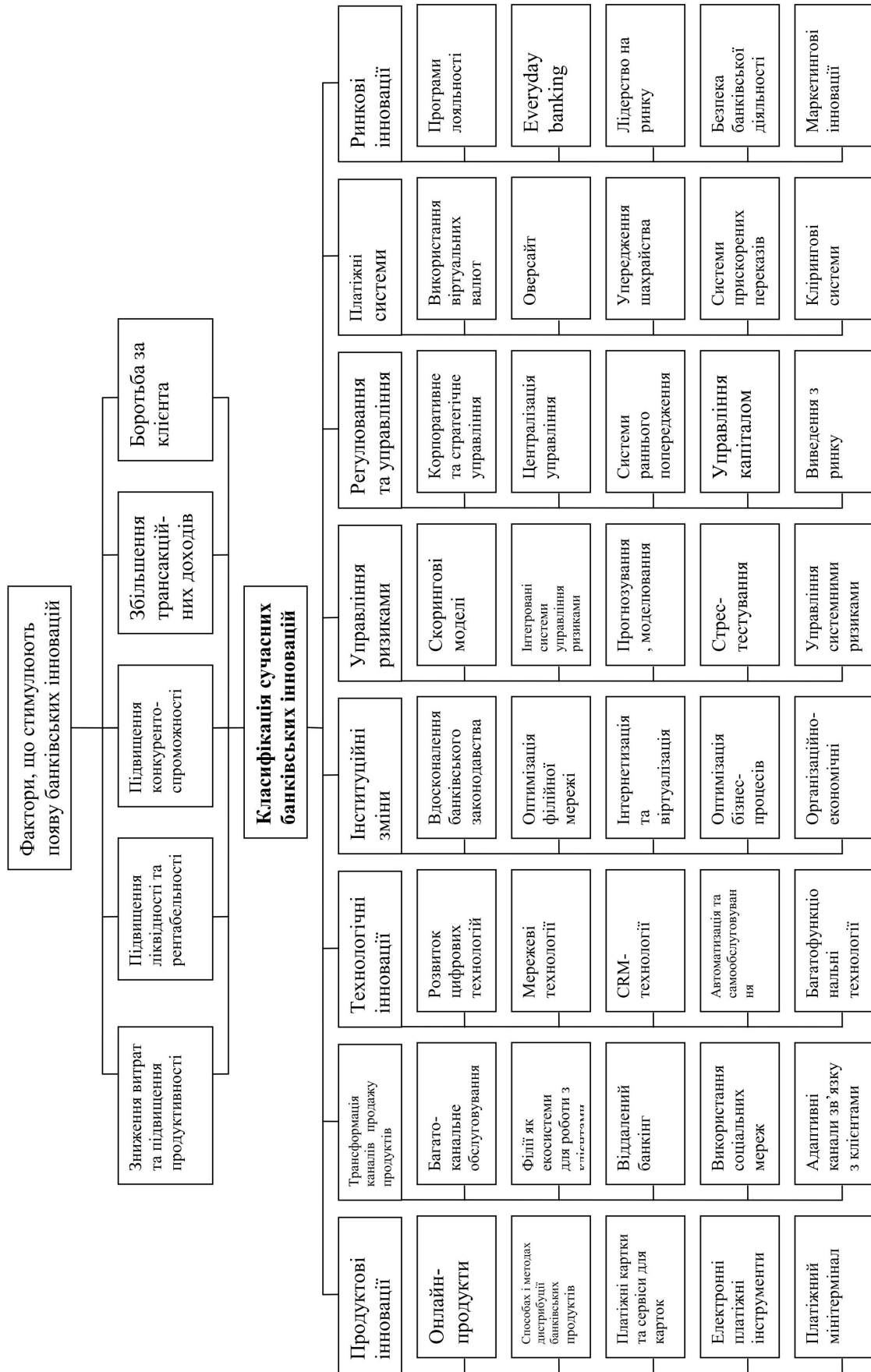


Рис. 1. Класифікація сучасних банківських інновацій

Зауважимо, що існуючі на сьогодні в Україні дослідження щодо впровадження інновацій, зокрема в рамках концепцій Банк 2.0, Банк 3.0, обмежуються вибірковими дослідженнями, обмежуючись 50 найбільшими банками [5]. Проведене нами дослідження базується на генеральній сукупності, включаючи всі діючі 127 банків станом на 01.10.2015 р. в розрізі груп банків за такими чотирма основними напрямками інноваційного розвитку, визначеними в Банк 3.0:

- 1) наявність Інтернет-банкінгу;
- 2) наявність мобільних додатків для смартфонів та планшетів;

3) представленість у соціальних мережах та взаємодія через них із клієнтами;

4) наявність автоматизованих відділень, терміналів самообслуговування.

Станом на 01.10.2015 року 49 із 127 банків, що становить 39%, не мають до цього часу систем Інтернет-банкінгу та пропонують клієнтам управляти своїми рахунками через відділення за допомогою операціоністів і це при тому, що на початок 2015 року проникнення Інтернету в Україні досягнуло 58% та охопило 21,1 мільйонів чоловік [6]. Дані щодо впровадження інтернет-банкінгу банками України в розрізі груп показано на рис. 2.

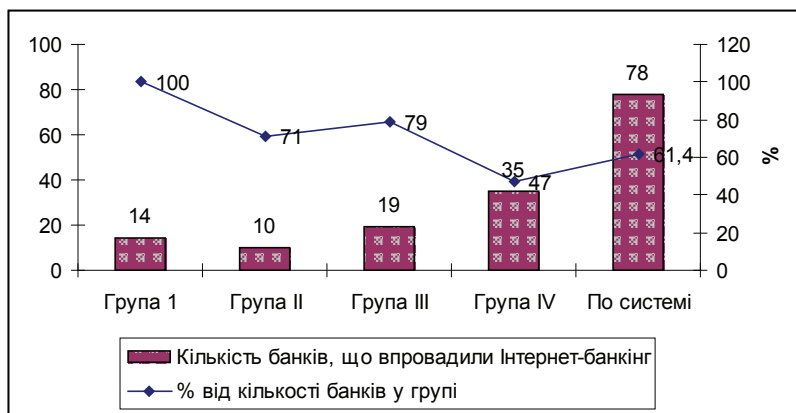


Рис. 2. Рівень впровадження інтернет-банкінгу банками України

Головною тенденцією розвитку сучасних технологій в світі на сьогодні є перехід та широке використання мобільних пристроїв у повсякденному житті. Статистика проникнення смартфонів та планшетів свідчить про те, що даний клас пристроїв не тільки доповнює звичайні комп'ютери та ноутбуки, а все частіше повністю замінюють їх у повсякденному використанні. На початок 2015 року в Україні частка користувачів мобільних пристроїв серед звичайних користувачів Інтернету складала 31%, а частка користувачів, які використовують тільки мобільні пристрої складала 5%. Зауважимо, що розповсюдження смартфонів в Україні серед аудиторії віком 18-51 років у 2015 році досягне 50%, і це при тому, що у 2013 році цей показник склав лише 9%.

В основу концепції Банк 3.0 [3] покладено мобільні технології, мобільний банкінг. За даними видання American Banker ера мобільного банкіngu почалася ще у 2012 році, адже саме у той час мали змогу реалізуватися на практиці 2 основні тенденції:

1) широке використання смартфонів користувачами;

2) розвиток технологій забезпечив можливість розробки потужних та безпечних мобільних додатків.

За даними видання Equities, у 2009 році тільки 3% банків в США пропонували клієнтам мобільні банківські додатки, тоді як на 2013 рік пропонують вже 80% американських банків.

Станом на 01.01.2015 р. в Україні лише 13 із 127 банків, або 10%, пропонували своїм клієнтам мобільні додатки, через які можливо управляти рахунками, здійснювати платежі, керувати депозитами, оплачувати комунальні послуги і т.д. Банки, що своєчасно зрозуміли інноваційні тенденції та впровадити їх серед своїх послуг та каналів обслуговування, це – Приватбанк, Ощадбанк, Сбербанк Росії, Укрсоцбанк, Альфа-банк, Укрсиббанк, Перший український міжнародний банк, ОТП банк, Фідобанк, Кредобанк, Платинум банк, Правекс – банк, Піреус банк МКБ. Розпо-

діл банків, що вже сьогодні використовують та пропонують своїм клієнтам приєднатися до ви-

користання мобільних технологій зображено на рис. 3.

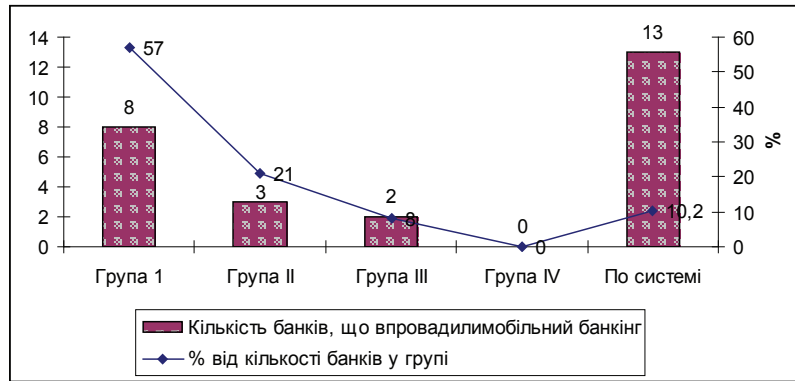


Рис. 3. Рівень впровадження мобільного банкінгу банками України

Окремо слід виділити Приватбанк, який пропонує на сьогодні своїм клієнтам не один, а 19 мобільних додатків, пристосувавши їх до певного типу користувачів та розподіливши їх за типами банківських та побутових операцій.

Для приватних осіб ПриватБанк пропонує такі 14 додатків, а саме: «Приват24» – для проведення будь-яких фінансових операцій з грошима та картками; «Скарбничка» – для організації заощаджень; «ФотоКаса» – для передачі фотокопій рахунків, квитанцій операціоністу для подальшого проведення платежу без необхідності відвідування банківського відділення чи терміналу самообслуговування; «Бонус Плюс» – програма лояльності для клієнтів та партнерів Приватбанку; «SMS-банкінг» – довідник команд для SMS-банкінгу; «ПриватКарта» – додаток для швидкого пошуку відділення, банкомату чи терміналу самообслуговування; «Автомобіль облік витрат» – додаток для контролю витрат на утримання власного авто; «Мої вклади» – додаток для оформлення, перегляду, поповнення власних депозитів; «ПриватАгент» – додаток для партнерів ПриватБанку; «AirPay» – додаток для безконтактних платежів; «Автомийка» – додаток для пошуку та бронювання автомийки; «Судовий збір» – додаток для пошуку реквізитів потрібного суду для сплати судового збору; «Кредитна історія» – додаток для доступу до власної кредитної історії; «ПриватБюджет» – додаток для легкого керування власними фінансами.

Для корпоративних клієнтів пропонує наступні 5 додатків: «Фінансовий контролер» – додаток для контролю діяльності компанії; «Privat24

Business» – додаток для керування рахунками компанії за допомогою мобільного телефону: проведення платежів, перегляд виписок; «IPay» – додаток, що дозволяє приймати до оплати картки Visa та MasterCard; «ПриватТендер» – додаток для перегляду переліку поточних тендерів, дозволяє подавати анкети на участь та надсилати цінові пропозиції за лотами; «ПриватВідомість» – додаток для контролю статусів зарплатних відомостей компанії.

У травні 2015 року представники менеджменту ПриватБанку приймали участь у світовій фінтех-конференції Finovate (Сан-Хосе, Каліфорнія), де демонстрували хмарну операційну систему власної розробки. Із файлів відео-презентації видно, що із 28,6 млн. мільйонів клієнтів ПриватБанку – 2,8 млн. (приблизно 10%) користуються мобільними додатками ПриватБанку. У свою чергу у вересні 2015 року найвідоміше англomовне видання KiyvPost Україна провело опитування серед українців та визначило, що Приват24 – є найкращим мобільним додатком, розробленим в Україні за результатами опитування. Мобільний додаток Приват24 має понад 3 млн. завантажень, що безперечно свідчить про його якість для користувачів.

Наступною інноваційною тенденцією, що вже сьогодні набула популярності у світових банків-інноваторів, є наявність автоматизованих відділень та терміналів самообслуговування. Статистичні джерела відображають, що значення відділень банків як каналу обслуговування клієнтів постійно знижується, головною причиною чого є рух у бік цифрових банків. Дані, що пред-

ставлені Європейським центральним банком у 2013 році, говорять про масове закриття відділень банків, особливо в країнах, де введений режим економії, наприклад в Іспанії.

Субсидіювання недохідних відділень є розкішшю, яку може дозволити собі меншість. Дослідження проведені Deutsche Bank доводять, що витрати на утримання мережі відділень (оренда приміщень, меблювання та витрати на оплату праці персоналу) складають 60% витрат роздрібної банківської мережі [7]. Можливість ведення банківського бізнесу у форматі дистанційного банківського обслуговування є додатковим стимулом до закриття відділень. На думку консультантів McKinsley та Європейської фінансової асоціації менеджменту та маркетингу, такий формат ведення банківського бізнесу до 2021 року принесе від 15 до 20 млрд. євро додаткових доходів європейським банкам. За останні 16 років відвідуваність банківських відділень щорічно знижується на 4% [2]. Виходячи із цього, набуває неабиякого значення поширення автоматизованих відділень та терміналів самообслуговування. Одним із основних прогнозів для побудови мережі відділень нового типу є рекомендація замінити 80% відділень допоміжними пунктами самообслуговування.

В Україні автоматизовані відділення та мережі терміналів самообслуговування станом на 01.10.2015 р. пропонують лише 24 із 127 банків, що складає 19% банківської системи України: 71% банків I групи (10 із 14 банків), 50% банків II групи (7 із 14 банків), 13% банків III групи (3 із 24 банків) і лише 5% банків IV групи (4 із 75 банків). З чого можна зробити висновок про низький рівень впровадження автоматизованих відділень та терміналів самообслуговування в Україні.

Четвертою інновацією, якою має володіти сучасний цифровий банк, є робота в соціальних мережах. При цьому таке використання соціальних мереж у своїй діяльності має проводитись у декількох напрямках [2]:

1) маркетинговий канал - реклама у соціальних мережах, продажі за допомогою соціальних мереж, відстеження та підтримка репутації;

2) підтримка клієнтів - проактивне спілкування, консультування, вирішення проблем клієнтів, допомога з фінансових питань;

3) соціальні платежі - платежі за допомогою спеціальних додатків до соціальних мереж, що розроблені банківською або небанківською фінансовою установою, що дозволяють в режимі реального часу здійснювати мікроплатежі між ко-

ристувачами соціальної мережі;

4) соціальна CRM система - використання даних щодо інтересів аудиторії спільноти, щоб краще зрозуміти, хто ж насправді є клієнтом банку;

5) скорингові системи, побудовані на даних із соціальних мереж - оцінка кредитоспроможності, що базується на даних профілю в соціальних мережах, репутації користувача, рівні довіри інших користувачів до даного користувача;

6) соціальне кредитування та заощадження.

На сьогодні українські банки вже зрозуміли переваги соціальних мереж та активно працюють з клієнтами в соціальних мережах, про що свідчать такі дані: 45 із 127 українських банків, або 35% від загальної їх кількості, мають сторінки у соціальній мережі Facebook. Стратегії, що обирають українські банки для своєї роботи у соціальних мережах на сьогодні дуже різняться. Але вже сьогодні можна звернути увагу на декілька спільнот, що створилися навколо сторінок банків та за якими активно слідкують і взаємодіють як клієнти банку, так і потенційні клієнти. Найбільші спільноти на сьогодні мають Приватбанк - 63 тис. послідовників, ПУМБ - більше 55 тис. послідовників, Райффайзен Банк Аваль - майже 19 тис. послідовників, Укрсиббанк - 17 тис. послідовників та Ощадбанк має 13 тис. послідовників. Як видно, найбільші та найактивніші спільноти належать банкам I групи за величиною активів. Щодо використання українськими банками соціальних мереж, то на станом на 01.01.2015 р. маємо таку такі дані: I група - 10 із 14 банків (71%), II група - 8 із 14 банків (57%), III група - 9 із 24 (38%), IV група - 18 із 75 банків (24%). Наведені дані є на порядок вищі, ніж за попередніми двома інноваційними напрямками, адже для того, щоб почати працювати із клієнтами через соціальні мережі на першому етапі потрібні мінімальні інвестиції, а більше потрібно змін у корпоративній культурі, підходах та принципах обслуговування.

Висновки та перспективи подальшого розвитку. Майбутні удосконалення банкінгу пов'язують з впровадженням концепції Банк 3.0, які базуються на наданні високотехнологічних послуг та активній взаємодії з клієнтами в рамках моделі everyday banking, сутність якої полягає в тому, що банк стає центром екосистеми, яка дає можливість банку підтримувати постійний контакт з клієнтами в режимі 24/7/365 завдяки використанню інтернет-технологій, соціальних мереж, смартфонів, мобільного банкінгу для задоволення потреб клієнтів як у фінансових, так і не фінансових послугах, підвищення конкурен-

тоспроможності та ефективності діяльності банків.

Дослідивши банківську систему України щодо слідування сучасним інноваційним тенденціям банківництва, можна зробити висновок про невисокий рівень впровадження банками України концепції Банк 3.0. На сьогодні лише 6 банків (Приватбанк, Ощадбанк, Альфа-банк, Ук-рсиббанк, ОТП Банк, Платинум банк) працюють

за всіма чотирма сучасними напрямками інноваційного розвитку, 16 банків взяли на озброєння 3 напрями, 29 банків мають у своїй стратегії та переліку послуг 2 напрями і нажалі 44 українські банки ще не взяли на озброєння ні технології дистанційного обслуговування та самообслуговування, ні роботу із мобільними технологіями і не мають бажання спілкуватися та консультувати своїх клієнтів у соціальних мережах.

Список використаних джерел

1. Друкер П. Энциклопедия менеджмента / уклад. П. Друкер. – М.; СПб; К.: Вильямс, 2004. – 270 с.
2. Кинг Бретт. Банк 2.0. Как потребительское поведение и технологии изменят будущее финансовых услуг / [Пер. с англ. М. Мацковской]. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2012. – 512 с.
3. Кинг Бретт. Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете / [Пер. с англ. М. Мацковской]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2014. – 520 с.
4. Карчева І.Я. Теоретичні та практичні аспекти забезпечення ефективності інноваційної діяльності банків / І.Я. Карчева // Науковий журнал Бізнес інформ (437).- 2014.- № 6. - 343-347.
5. 50 ведущих банков // <http://banksrating.com.ua/2015/41>
6. Офіційний сайт Facrtum Group Ukraine // <http://www.slideshare.net/WatcherUA/ukrainian-internetaudience1-q2015>).
7. Офіційний сайт Deutsche Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.deutsche-bank.de