

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Анотація У статті проведено дослідження сучасних тенденцій розвитку банківських інновацій. Визначено особливості інноваційного процесу у банках, розкрито взаємозв'язок між інноваціями та ризиками, що генерують нові продуктивні послуги. Встановлено зв'язок між процесами глобалізації фінансових ринків та інноваційною діяльністю банків.

Ключові слова: банківські інновації, ризик, інноваційна діяльність банків, глобалізація фінансових ринків.

Вступ. Парадигма сучасної банківської діяльності створює умови для широкого поширення сучасних інноваційних продуктів та послуг. Створення нових та вдосконалення тих фінансових послуг, що вже існують, стає важливою ознакою сьогодення. Діяльність розгалуженої мережі банків потребує їх ретельного вивчення та аналізу з метою визначення тенденцій їх розвитку та пошуку шляхів вдосконалення. Функціонування ринку фінансових послуг і поширення на ньому гібридних, структурованих та інших складних фінансових інструментів вимагає його дослідження у контексті розвитку банківських інновацій.

Ступінь вивченості проблеми у вітчизняній науковій літературі не є високим. На цей час розкриттю зазначеної проблематики присвячено декілька досліджень, зокрема : Дмитрова С., Єгоричева С., Мошенець О.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є розкриття сутності банківських інновацій та визначення сучасних тенденцій, що обумовлюють інноваційну діяльність банків. Об'єктом дослідження є банківська система України. Предмет дослідження – інноваційна діяльність банків. У процесі досягнення основної мети дослідження та виконання поставлених завдань будуть використані наступні методи: порівняння; індукції та дедукції, сходження від абстрактного до конкретного; системний метод.

Результати. В економічній літературі інноваційні процеси вивчаються насамперед на макрорівні, з точки зору еволюції технологічних укладів, і характеризуються науковцями як " сукупність безперервно виникаючих, якісно нових, прогресивних з технічного погляду явищ, що забезпечують зміну поколінь техніки і технології, підвищують конкурентоспроможність суб'єктів господарювання".

Складові інноваційного процесу зазвичай розглядають як його фази. [4] Серед них відповідно до логіки виникнення базисних інновацій виділяють:

- фундаментальні дослідження;
- прикладні дослідження;
- проектно-конструкторські роботи;
- освоєння;
- виробництво;
- реалізація;
- експлуатація;
- дифузія (розповсюдження).

Хоча науковці справедливо зазначають, що далеко не завжди і не в усіх сферах діяльності ці стадії обов'язково повинні мати місце. Тип і зміст конкретної інновації визначає сукупність необхідних фаз та значення кожної з них. Тому слушною є думка вітчизняних учених, що в найширшому, узагальненому розумінні Інноваційний процес можна трактувати як діяльність, пов'язану зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій.

На рівні окремих суб'єктів господарювання інноваційний процес складається з певних кроків, які можна умовно об'єднати у три узагальнені стадії, кожна з яких потребує особливих підходів з точки зору організації та управління [4]:

1. Усвідомлення потреби в інноваціях і генерація ідей нововведень (етап інвенції);
2. Відбір, аналіз та стратегічна оцінка запропонованих проектів (етап ініціації);
3. Реалізація інноваційних проектів.

Слід зазначити, то механізм упровадження інновацій у комерційних банках має певні особливості, які визначаються загальними рисами інноваційної активності у сфері послуг, у тому числі фінансових як специфічному секторі суспільного виробництва:

- нематеріальний характер результату діяльності;
- тісніший зв'язок зі споживачами;
- дещо спонтанний процес появи інноваційних ідей, які не є результатами наукових досліджень;
- важлива роль самонавчання організації;
- дифузія (розповсюдження)..

У наукових дослідженнях пропонуються такі варіанти схем здійснення банківського інноваційного процесу:

- постановка цілі; планування; визначення умов та організація виконання; керівництво;
- формулювання ідеї; визначення можливості її втілення; конкретизація ідеї та утвердження її в межах організації; продаж ідеї назовні;
- стратегія розвитку послуги; операційне та логістичне управління; раціоналізація; внутрішній контроль; регулювання ззовні.

На наш погляд, ці схеми більше відображають загальні підходи до механізму управління інноваційними процесами, не розкриваючи всі аспекти послідовності створення банківських інновацій та сукупності необхідних дій працівників банку.

Теоретично та практично доведено, що ефективна інноваційна діяльність можлива лише за умови оптимальної організації інноваційного процесу, який має бути відповідно формалізованим, видимим та документованим (зокрема, у картах, схемах, регламентах) і в такому вигляді доведеним до працівників банку. Щодо цього варто зробити два уточнення.

По-перше, тій чи іншій фазі інноваційного процесу повинен відповідати певний набір організаційних умов. На перших стадіях найсприятливішими чинниками будуть відсутність бюрократичних бар'єрів, децентралізація активності, забезпечення масовості учасників. Проте на стадіях від реалізації до комерціалізації нововведення доцільними є жорстке управління та постійний контроль за виконанням.

По-друге, будь-яка організація, у тому числі й комерційний банк, усвідомлює необхідність формалізації інноваційного процесу і поступово здійснює її, створюючи відповідну технологію, на певному етапі свого розвитку, коли опановуються методи процесного управління, а інноваційна діяльність виділяється як специфічний його об'єкт, відокремлений від звичайних виробничих процесів. [4]

Таким чином можемо сказати, що навіть у провідних українських банках тільки починається інституціоналізація інноваційної діяльності, тобто створення структур, які

цілеспрямовано займаються цими проблемами, відповідних правил, регламентів, схем взаємодії, механізмів оцінки та контролю. У нас це стає неодмінною умовою забезпечення результативності й ефективності інноваційного процесу, оскільки дає змогу:

- чітко визначити всіх його учасників та міру їх відповідальності;
- організувати послідовно-паралельне виконання його етапів зі встановленням зворотних зв'язків та можливістю коригувальних дій;
- зекономити час та витрати на розробку й запровадження інновацій;
- сформувати збалансований, стратегічно вивірений портфель інновацій;
- здійснювати постійний моніторинг упровадження інновацій.

Етап вибору ідеї інновації називається скринінг.[4] Він здійснюється з урахуванням їх відповідності стратегічним цілям банку на основі аналізу його реальних можливостей.

Образним відображенням цього етапу може бути модель, запропонована американськими вченими С. Уілрайтом і К. Кларком, яка отримала назву "лійка".

Модель описує процес руху від значної кількості незрілих ідей, які конкурують за обмежені ресурси, до невеликого числа перспективних варіантів інновацій.

Для ефективного управління "лійкою" банку необхідно вирішити дві проблеми: розширити її вхід та звужити горловину

Тобто, з одного боку, заохочувати надходження інноваційних ідей з будь-яких джерел, а з другого - використовувати дієві методи їх відбору: застосовувати експертні оцінювання, рейтингування, економіко-математичні методи тощо.

Співвідношення поданих та ухвалених ідей іноді вражає. Зокрема, у так званому інформаційному каналі інновацій, створеному в 2005 році "Дойче банком", містилося близько трьох з половиною тисяч ідей, а очікувалося, що дійсно плідною буде одна з тисячі.

Фахівці, як правило, аналізують відповідність потенційної інновації стратегії розвитку банку, вивчають можливості практичної реалізації ідеї, її сумісність із нормативним і технологічним середовищем банку, ступінь адекватності потребам споживачів (клієнтів або самої кредитної установи). Стосовно останнього зауважимо, що навіть коли інновація розробляється на замовлення одного чи кількох клієнтів, одразу постає питання про можливість її тиражування, надання послуги масового характеру.

Якщо йдеться про створення нових фінансових продуктів, то враховується їх вплив на стан і структуру балансу банку, показники його ліквідності. Також з'ясовуються види та рівень ризиків, які можуть супроводжувати реалізацію самого інноваційного проекту чи з'явитися з упровадженням нововведення, оцінюються можливості й вартість їх мінімізації. Аналізується вплив нововведення на роботу інших підрозділів банку (з урахуванням так званої "канібалізації", тобто можливого підриву позицій інших продуктів).

Зроблені при цьому висновки враховуються також при проведенні економічного аналізу - в аспекті потенційних витрат на втілення інновацій. Складність розрахунку економічного ефекту залежить від виду інновацій - найпростіше він з'ясовується при оптимізації процесів (скорочення витрат праці, часу, матеріалів тощо). Стосовно продуктів та послуг необхідні ґрунтовні маркетингові дослідження обсягів попиту й допустимих меж встановлення тарифів. Найскладніше розраховувати економічний ефект від впровадження маркетингових, а також масштабних організаційно - управлінських інновацій, які мають довгострокові наслідки та вплив на діяльність банку. Результатом аналізу й відбору інноваційних ідей стає бізнес-пропозиція, що становить документ, у якому детально викладено всю інформацію, необхідну для прийняття остаточного рішення щодо впровадження нововведення.

Застосовуючи системний підхід, керівництво банку має вирішити два взаємопов'язані завдання: визначити, які з запропонованих ідей найкращі (проблема оцінки), та створити певну сукупність - портфель відповідних проєктів, який оптимально відповідатиме загальним цілям кредитно-фінансової установи (проблема балансування). Щодо останнього - обов'язково береться до уваги характер інноваційних рішень: радикальні - інкрементальні; системні - локальні, ті, що можна реалізувати власними силами, - ті, що потребують зовнішньої кооперації тощо.

Фаза реалізації проєктів для кожного з них має особливий конкретний зміст. Оскільки найчастіше в банках розробляють інноваційні продукти, доцільно, на наш погляд, розглянути подальшу методологію організації інноваційного процесу. [4]

Після відбору найперспективніших ідей та формування моделі нової банківської послуги розробляється бізнес-процес її надання. Насамперед необхідно описати наскрізний бізнес-процес, що охоплює всі підрозділи банку, які беруть участь у реалізації продукту, чітко визначити їх функції та відповідальність. Слід враховувати, що часто при впровадженні нового продукту (в разі поліпшуючої інновації) достатньо модифікувати один із існуючих бізнес-процесів, а не проектувати його з нуля. Ця робота завершується розробкою технологічної карти процесу.

Крім того, слід розробити регламенти, інструкції для виконавців, методику бухгалтерського обліку, схеми документообігу, форми необхідних документів та процедури внутрішнього контролю.

Важливим моментом є технічне забезпечення процесу, а при необхідності - й розробка програмного забезпечення. Для підвищення ефективності нового бізнес-процесу слід по можливості автоматизувати всі його основні процедури. Тому на цій стадії вирішуються питання про виділення або придбання потрібного обладнання (комп'ютерна техніка, банкомати, електронні табло, сканери, пристрої ідентифікації тощо), а також готуються технічні завдання на розробку або доопрацювання програмного забезпечення.

Упровадження нового продукту неможливе без підготовки працівників банку, які повинні ознайомитися з інструкціями й регламентами, оволодіти новими програмними продуктами, відпрацювати методи та прийоми роботи з клієнтами. Плідна інноваційна ідея і досконалий бізнес-процес можуть не дати жодних результатів, якщо реалізовуватимуться некваліфікованими працівниками, оскільки "виробництво" банківських продуктів відбувається саме у процесі обслуговування клієнтів.

З метою запобігання можливим помилкам та перевірки ефективності системи внутрішнього контролю інноваційний банківський продукт варто, по можливості, протестувати. У тестуванні повинні брати участь усі структурні підрозділи банку, які проводять операції з формування продукту.

Зрештою, ще одним елементом процесу розробки інноваційного банківського продукту є підготовка маркетингового забезпечення, хоча слід враховувати, що маркетингові дослідження повинні проводитися й на етапі аналізу ідей. На цій же стадії проводиться якісна рекламна кампанія нововведення, яка має ознайомити потенційних клієнтів з його основними конкурентними перевагами, викликати їх зацікавленість та бажання ним скористатися.

Крім того, слід мати на увазі, що після впровадження нового продукту на ринок починається, відповідно до положень теорії маркетингу, його життєвий цикл, який означає поступову типізацію інновації. Він супроводжується такими діями маркетингового підрозділу банку:

- етап зростання: відповідно до популярності нововведення банк ухвалює рішення, спрямовані на розширення клієнтури, модифікацію даної послуги з урахуванням специфіки конкретних груп клієнтів;

- етап зрілості: продукт активно продається, тобто користується популярністю

у клієнтів і водночас його існування відповідає інтересам самого банку;

– етап спаду: настає під впливом певних об'єктивних зовнішніх (ринкових) та внутрішніх причин. На цьому етапі застосовуються такі альтернативні варіанти дій, як "пожвавлення" або "згорання" послуги.

Проходження банківськими нововведеннями певних фаз життєвого циклу не слід ототожнювати з їх дифузиею на банківському ринку, тобто впровадженням у практичну діяльність інших банків, швидкість якого залежить від характеру інновацій та можливості їх захисту як об'єктів інтелектуальної власності. Найшвидше поширюються модифікуючі інновації продуктів, сервісу, деяких напрямів маркетингу. Поліпшуючі нововведення у таких сферах, як управління і технології є значно складнішими для копіювання. Зрештою, будь-які радикальні інновації поширюються у банківській сфері досить повільно.

Окремий цикл інноваційного процесу не може вважатися завершеним без проведення аналізу та оцінки впровадження інноваційного заходу з точки зору міри досягнення поставлених фінансових та інших цілей; фактичних термінів його реалізації та обсягів здійснених витрат; строку окупності останніх; забезпечення належної координації дій залучених підрозділів та працівників. Результати цього аналізу є основою для відповідних дій щодо вдосконалення інноваційної діяльності кредитно-фінансового інституту.

В останнє десятиліття суттєво змінився вигляд банківського сектора України, а разом із ним і асортимент послуг, які кредитно - фінансові установи надають своїм клієнтам, і технології, що використовуються при цьому. [6]

Сьогодні складно уявити українця навіть у найвіддаленіших куточках країни без мобільного телефону, однак ще на початку 2000-х років їхніх власників було зовсім небагато. Не дивно, що й послуга мобільного банкінгу в той час для українських фінансових установ була серйозною інновацією. СМС-інформування про здійснення операції по рахунку та функція запиту залишку на рахунку сьогодні вже стали звичними для більшості банківських клієнтів. Однак у свій час це була важлива інновація, завдяки якій підвищилися безпека транзакцій та інформованість клієнта про стан його рахунку.

Багато банківських установ розширювали перелік операцій через мобільний телефон, які можна було здійснити за допомогою СМС-повідомлень. З поширенням смартфонів значно збільшилися і можливості мобільного банкінгу, тому банкіри продовжують розширювати перелік продуктів для різних моделей девайсів. За допомогою мобільного телефону сьогодні можна здійснити більшість операцій із власними рахунками. На думку експертів, мобільний телефон замінить пластикову картку як засіб платежу, широке поширення якого відбудеться вже через кілька років. Ідентифікація клієнта буде відбуватися завдяки NFC-чіпам, вбудованим у телефон. Спектр можливих операцій буде досить широкий:

- залишок по рахунку,
- платежі,
- перекази коштів,
- кредити однієї фізичної особи іншій тощо.

Більш того, ідентифікація клієнта банком у відділенні також стане можливою просто за допомогою телефону, потреба у паспорті зникне. Сьогодні ця тенденція з'явилася на ринках США і Європи, де ідентифікація вже відбувається навіть за адресою електронної пошти клієнта.

У 2000 році вперше на українському ринку банківських послуг були впроваджені одноразові динамічні паролі для Інтернет - банкінгу за рахунок прив'язки картки до номера мобільного телефону. [6]

Кожна Інтернет - транзакція підтверджується одноразовим динамічним паролем, який висилається в СМС-повідомленні на телефон клієнта - така комбінація робить і платежі максимально безпечними. Використання одноразових паролів дозволяє уникнути шахрайських операцій в Інтернет - банкінгу, і сьогодні багато фінансових установ активно застосовують цю технологію.

У 2005-2006 роках банки почали масово здійснювати ребрендинг. Одні - з метою дорожче продатися, інші - які вже мали іноземного власника - з метою стандартизації своєї філіальної мережі в країнах присутності. У будь-якому випадку, це поклато початок новій ері в українському банківському світі - прозорості та орієнтації на масового споживача. Раніше відділення банків були закритими, часто із ґратами, працювали не прозоро, і споживачі боялися в них заходити. Банківські відділення сьогоднішнього дня - відкриті та привітні, зі зрозумілою та простою комунікацією. Такі зміни сприяли підвищенню ступеня проникнення банківських послуг на споживчі ринки.

З розвитком українського фінансового ринку зростають і рівень грамотності споживачів, і їхні вимоги до банківських послуг. Тому сьогодні наявність цілодобової зони обслуговування у відділеннях фінансових установ швидше норма, ніж виняток.

Однак ще п'ять років тому можливість самостійно провести операцію або зняти готівку в будь-який час доби в окремій зоні банку було майже неможливим. За допомогою «Зони 24» клієнт може самостійно управляти своїми рахунками, одержати консультацію фахівця call-центру, залишити заявку на одержання послуги, записатися на обслуговування в будь-яке відділення банку. [6]

Практично кожна «Зона 24» оснащена банкоматом, модулем поповнення готівкою Cash-In, телефоном доступу до інформаційної служби. Цей напрямок продовжуватиме вдосконалюватися.

У найближчому майбутньому можна чітко прогнозувати розширення можливостей дистанційного обслуговування клієнта (альтернативних каналів продажів), а також розвиток функціонала платіжної картки, яка незабаром зможе стати універсальним високотехнологічним фінансовим продуктом, зібравши та синхронізувавши на своїй платформі ключі доступу до бонусів, партнерських програм, програм лояльності, кредитів, обмінно-валютних операцій, грошових переказів тощо.

Електронний залишок - ще одна банківська інновація, яка привертає увагу, - впровадження «електронного залишку» у касах банку, що дозволяє скоротити витрати на обіг монет, оскільки залишок менше однієї гривні зараховується на рахунок мобільного телефону клієнта або у вигляді електронного ваучера. Правда, не всі українці сприйняли цю технологію, адже будь-яка інновація вимагає певного розвитку ринку. Крім того, технологію роботи без монет планували також впровадити в магазинах, однак торговельні мережі виявилися не готові до масового впровадження.

Цікаво, що Національний банк України вже робив спроби вивести з обігу монети номіналом 1 і 2 копійки. За словами банкірів, собівартість виробництва цих монет збиткова для держави. Однак, незважаючи на те, що населення їх практично не приймає, офіційно з ужитку вони поки що не виведені. [6]

Золото завжди було надійним механізмом інвестування, проте «золотий депозит» став новацією для українців у кризу. Крім того, у кризу особливою популярністю серед українців став користуватися депозит з можливістю швидкого доступу до заощаджень, що дозволяє накопичувати та користуватися коштами одночасно. Проривом на ринку кредитування останніх років стало впровадження плаваючої процентної ставки, що дозволило застосувати адекватний ринковий інструмент для зниження ризиків у середньостроковому та довгостроковому кредитуванні і таким чином фактично

повернути на ринок іпотеку після кризи 2008-2009 років - у новому форматі конкурентної пропозиції.

Проривом у банківських технологіях останнього десятиліття та ключовою новацією майбутнього десятиліття буде Інтернет - банкінг, який сьогодні пропонується клієнтам більшістю банків. Стрімкому розвитку дистанційного доступу до свого рахунку та здійсненню операцій по ньому сприяє зростання українських Інтернет - користувачів. [6]

З одного боку, Україна входить у топ-10 країн Європи за кількістю юзерів, а з іншого - через низьке проникнення в регіони має ще й високий потенціал зростання Інтернет - аудиторії у майбутньому. Для банків це відкриває великі можливості, і експерти роблять основну ставку саме на розвиток віддаленого банкінгу.

На відміну від західних країн, POS- термінали в торговельних мережах не привели до глобальної революції в українському безготівковому просторі. Однак сьогоднішні 5% безготівкових операцій з платіжними картками все-таки змушують банкірів вірити в посилення цього тренда у найближчі п'ять років. У майбутньому POS-термінали будуть встановлювати самі торговці, оскільки в оплату будуть прийматися не пластикові картки, а інформація з NFC-чіпів, вбудованих у телефон. Тим часом, термінали самообслуговування, що з'явилися кілька років тому набирають популярності як у банківських відділеннях, так і за їхніми межами. Розширюється й перелік доступних операцій - від операцій з картами та переказом коштів до оплати інших різноманітних послуг.

У період до 2005 року в банківській системі переважала сервісна модель роботи, у центрі якої був не клієнт, а продукт. Клієнти повинні були самі приходити в банк за продуктом або послугою, тобто виступали у ролі «прохача». Останнім часом банківське обслуговування почало змінюватися у бік так званої «моделі продажів». Найбільш показовим моментом зміни моделі стало динамічне зростання кредитування населення у 2006-2007 роках. Це саме сприяло розвитку технологічних платформ банків і вдосконаленню скорингових моделей оцінки ризиків.

Проаналізувавши основні законодавчі та регулятивні вимоги, врахувавши рекомендації фахівців групи ФАТФ (Група з розроблення фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей) — FATF) та Вольфсбергської групи, спеціалістів "великої четвірки" аудиторів, а також спираючись на міжнародний досвід, пропонуємо використовувати систему скорингу на базі індикаторів ризику для оцінки репутації клієнта й відповідності його операцій фінансовому стану, суті та напрямам діяльності.

Вона може стати однією зі складових ризикозорієнтованої внутрішньобанківської системи фінансового моніторингу. [3]

Застосовуючи досвід ризикових індикаторів з метою протидії ризикам використання послуг банків для легалізації кримінальних доходів та фінансування тероризму, можна скласти перелік індикаторів ризику, які допомагатимуть визначати найпідозрілиших клієнтів у цьому контексті.

Законодавчо - нормативним підґрунтям для формування такого переліку є ціла низка відповідних міжнародних та вітчизняних документів.

Необхідно підкреслити, що виявлення переважної більшості зазначених індикаторів ризику може бути автоматизованим, але в цьому разі останні потребуватимуть чіткого визначення певних параметрів (з можливістю їх коригування в подальшому).

У торговельних точках почали масово з'являтися представники банків, що ще у 90-х роках складно було собі уявити. Ця тенденція буде визначальною й подалі. Банки почали використовувати торгівельний канал для просування й інших банківських продуктів: кредитних та дебетних карт, Інтернет - банкінгу, депозиту/кредиту готівкою

на поточні потреби фізичних осіб тощо. Тобто такі точки продажів фактично стають повноцінними відділеннями.

Ця тенденція ще раз підкреслює закономірність та застосування учасниками ринку інноваційних технологій, що забезпечують можливість швидкого прийняття якісних рішень відносно оцінки потреб клієнта та його ризиків.

Глобалізація фінансових ринків пропонує величезні можливості ефективним і інноваційним учасникам і водночас загрожує неефективним інститутам та тим, хто опирається змінам.

У багатьох індустріально розвинутих країнах світу мали місце процеси ослаблення або відміни безпосереднього державного втручання у діяльність банків. Зокрема, в банківському бізнесі де регулювання торкнулося таких сфер, як процентні ставки, продуктові, організаційні, географічні та податкові обмеження.

Як наслідок глобалізації ринки стають більш взаємозалежними, в усіх сферах постійно зростають масштаби і поглиблюється міжнародна інтеграція, то перетворюється на багатоканальний процес. Загалом процеси глобалізації охоплюють різні сфери світової економіки: міжнародну торгівлю товарами, послугами, технологіями, об'єктами інтелектуальної власності; міжнародний рух засобів виробництва (робочої сили, капіталу, інформації); міжнародні фінансово-кредитні та валютні операції; співпрацю у виробничій, науково-технологічній, інжиніринговій та інформаційній сферах.

Важливою сферою сучасних процесів є фінансова глобалізація, що визначена як вільний рух капіталів між країнами і регіонами, функціонування глобального фінансового ринку, формування системи наднаціонального регулювання міжнародних фінансів, реалізація глобальних фінансових стратегій транснаціональних корпорацій і транснаціональних банків. [2]

Як і кожне об'єктивне явище, глобалізація фінансових ринків має позитивні й негативні прояви. Позитивні результати фінансової глобалізації такі:

- відсутність просторових меж;
- можливість проведення операцій на фінансових ринках цілодобово завдяки об'єднанню біржових і позабіржових торговельних систем в одну глобальну комунікаційну мережу;
- висока мобільність і ліквідність капіталу;
- посилення конкуренції на національних фінансових ринках та зниження вартості товарів і послуг;
- багатофункціональність фінансового ринку як можливість реалізації операцій з різними видами активів (валюта, капітал, цінні папери);
- високі світові стандарти, професіоналізм в управлінні фінансовими потоками.

Учасники глобального ринку в умовах жорсткої конкуренції повинні рахуватися з вимогами до якості банківських товарів, і послуг, технологій і рівня кваліфікації персоналу; комп'ютеризації й інформатизації.[2]

Однак позитивні наслідки фінансової глобалізації містять і певні негативні явища, зокрема:

- висока мобільність капіталу визначає його рух до вищої норми прибутку і перспектив для бізнесу в умовах економічного зростання, у разі виникнення загроз, несприятливих економічних і політичних подій у країні перебування фінансові ресурси переміщуються й завдають такою "втечею" значних збитків;
- зростання нестабільності національних фінансових ринків, які внаслідок лібералізації стають більш чутливими до криз;
- залежність реального сектору світової економіки від монетарної складової послаблює стійкість національних економік країн до світових фінансових криз;

– застосування обмежень доступу окремих учасників на світовий фінансовий ринок.

19 липня 2011 року в НБУ відбулося офіційне закриття проекту Європейського Союзу Твіннінг (Twinning) "Посилення потенціалу Національного банку України через наближення до стандартів Європейського Союзу щодо діяльності центральних банків". [7]

Необхідність для України такого міжнародного співробітництва на рівні центральних банків європейських країн викликана передусім активною інтеграцією вітчизняної банківської системи до фінансового ринку Європейського Союзу та розвитком конкурентоспроможності у світі ринкової економіки.

Тож проект Твіннінг був спрямований на підтримку банківського сектору України, підвищення його спроможності у повному обсязі фінансувати економічний і соціальний розвиток країни, а також поступове наближення до стандартів Європейського Союзу та прискорення Інтеграції вітчизняної банківської системи в міжнародний фінансовий ринок. Партнерами Національного банку України в реалізації цього проекту стали Дойче Бундесбанк (Німеччина) та Національний банк Польщі. [7]

Проект Твіннінг, який охоплював найважливіші сфери діяльності центрального банку, дав змогу вдосконалити систему операційного планування, посилити комунікаційну політику Національного банку України та зміцнити міжнародне співробітництво, розробити пропозиції для впровадження нових механізмів і найкращих практик щодо монетарної політики, вдосконалення валютно-курсової політики і руху капіталу, розвитку грошово-кредитної статистики та зміцнення платіжних систем.

При цьому значна увага приділялась наближенню правової бази у цих сферах до законодавства Євросоюзу в частині норм і стандартів банківської діяльності.

Під час впровадження проекту Національний банк України отримав розуміння підходів центральних банків Європейського Союзу до організації своєї діяльності згідно з нормами та стандартами ЄС. [7]

Світова фінансова криза загострила необхідність переосмислення принципів регулювання діяльності банків, а також посилила потребу в розробці та впровадженні нових підходів і методів оцінки системних ризиків, створенні контрциклічних норм достатності капіталу та формуванні резервів на покриття можливих збитків за позиками на періоди економічних піднесень і спадів.

Саме з цією метою Базельським комітетом з питань банківського нагляду було розроблено пакет реформ, який отримав назву Базель III.

Головна ідея реформи світової фінансової системи полягає у посиленні стійкості банківської системи за рахунок збільшення ліквідних резервів та поліпшення якості капіталу [5]

Головною метою запропонованих в Угоді про капітал змін, які відповідають принципам Базеля III, є підвищення якості, прозорості й удосконалення структури банківського капіталу, розширення практики покриття ризиків капіталом і стимулювання заходів щодо створення резервних його запасів. Зокрема, переважаючою формою капіталу першого рівня повинні стати прості акції та нерозподілений прибуток. Інструменти капіталу другого рівня мають бути гармонізовані. Передбачаються також заходи, спрямовані на стримування проциклічності банківської діяльності.

Висновки. Наукові розробки дали змогу встановити зв'язок між банківськими інноваціями та ризиками, що генерують нові продукти, а також класифікувати загрози, що виникають у зв'язку з формуванням та поширенням інноваційних продуктів. Проведені дослідження дають змогу встановити, що мета статті досягнута, а поставлені завдання – виконані.

Проведено теоретичне узагальнення та вирішення актуального наукового завдання, що полягає в розкритті сутності банківських інновацій та особливостей інноваційної діяльності у сфері створення нових фінансових продуктів, сучасних тенденцій банківництва в умовах глобалізації.

Література

1. Арбузов С. Час реформ і розвитку / С. Арбузов // Вісник Національного банку України – 2011. - №3. – С.3-6.
2. Диба М., Осадчий Є. Вплив глобалізації на банківську систему України / М. Диба, Є. Осадчий // Вісник Національного банку України – 2011. - №11. – С.19-23.
3. Дмитров С., Черняк В., Кузьменко О. Система скорингу на основі індикаторів ризику як ефективна складова фінансового моніторингу в банку / С. Дмитров, В. Черняк, О. Кузьменко // Вісник Національного банку України – 2011. - №1. – С.26-32.
4. Єгоричева С. Методичні засади організації інноваційного процесу в комерційних банках / С. Єгоричева // Вісник Національного банку України – 2011. - №1. – С.53-57.
5. Міщенко В., Незнамова А. Базель III: нові підходи до регулювання банківського сектору / В. Міщенко, А. Незнамова // Вісник Національного банку України – 2011. - №1. – С.4-9.
6. Мошенець О. Інноваційні продукти і технології на ринку банківських послуг / О. Мошенець // Фінансовий ринок України. -2011.-№12.-С.7-8.
7. Пацера М. Проект Твіннінг (Twinning) – важливий крок на шляху євроінтеграції України / М. Пацера// Вісник Національного банку України – 2011. - №8. – С.9-11.

Summary. Annotation research of modern progress of bank innovations trends is conducted In the article. The features of innovative process are certain in banks, intercommunication is exposed between innovations and risks which generate new foods and services. Connection is set between the processes of globalization of financial markets and innovative activity of banks.

Keywords: bank innovations, risk, innovative activity of banks, globalization of financial markets.

Стаття надійшла до редакції 12.04.2012