

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

В умовах інтеграції банківської системи України до світового економічного простору конкурентоспроможність банків багато в чому залежить від їх бажання та можливості переходити від застосування традиційних механізмів і процедур обслуговування клієнтів до впровадження інноваційних методів розробки та впровадження банківських продуктів та операцій, розширення асортименту пропонованих послуг. Сучасний стан банківської системи України і прогнози розвитку на найближче майбутнє змушує усвідомити актуальність такої характеристики банківської організації, як інноваційність. Інноваційна політика банку є дуже багатоаспектною та багатомірною, а це, своєю чергою, визначає потребу й актуальність дослідження даного питання.

Існує багато наукових праць, присвячених інноваційній діяльності банківської установи та управління нею у вітчизняних та зарубіжних виданнях. До таких можна віднести праці авторів: І.О. Бланка, А.Д. Бутка, Т.А. Васильєвої, О.В. Васюренка, І.О. Губаревої, А.О. Єпіфанова, М.М. Єрмошенка, С.В. Захаріна, В.П. Кузовлева, І.М. Крупки, Т.Л. Малової, Т.В. Майорової, А.А. Переседи, І.О. Плужникова, О.Л. Шерстюка, В.І. Угріна та інших науковців.

В загальному вигляді інноваційна політика банку являє собою послідовну систему заходів, спрямованих на досягнення довговимірної мети розвитку. Ці заходи пов'язані із запровадженням інноваційних методів роботи, нових банківських продуктів і послуг для посилення і розширення клієнтської бази та підвищення стратегічної конкурентоспроможності банку [1].

Інноваційна політика банку має головною метою максимальне задоволення вимог споживачів послугами за мінімально можливих витрат на їхнє розроблення, запровадження, надання та отримання на цій основі прибутку. В умовах сьогодення актуальними напрямками реалізації інноваційної політики в банківській сфері є: комп'ютеризація і гарантування інформаційної безпеки; освоєння нових сегментів ринку; підвищення рентабельності діяльності банку загалом й кожного підрозділу окремо; оптимальне використання наявних матеріальних, людських та фінансових ресурсів; запровадження нових банківських продуктів.

Новий банківський продукт можна охарактеризувати як банківську послугу, що вперше пропонується на ринку, або є новою для банку при наданні її своїм клієнтам. При цьому новим продуктом також можна вважати

модифікацію вже існуючого продукту стосовно технології надання, або інших параметрів, які споживач вважатиме значущими для себе і які можуть привести до можливості продажу новим клієнтам. Так чи інакше, він повинен відповідати існуючим і потенційним запитам споживачів, відповідати стратегії розвитку банку, забезпечувати додатковий дохід.

У комерційному банку практично можливі два підходи до організаційного забезпечення розробки і впровадження нових продуктів. Сутність першого полягає в тому, що в банку функціонує окремий достатньо великий підрозділ, основною функцією якого є розробка нових продуктів, а реалізацію нових продуктів і контроль за їх проходженням на стадіях життєвого циклу є функцією вже інших галузевих підрозділів. Другий підхід отримав найбільше поширення у практичній роботі комерційних банків. За такої організації – в банку функціонують галузеві підрозділи, які працюють над спільним для усіх результатом – розробкою та впровадженням нових продуктів [2].

Розробка інноваційної політики банку повинна починатися з визначення цільових настанов у сфері інновацій і механізму організації інноваційного процесу. Результатом має стати документ, що містить виклад процедури прийняття і реалізації інноваційних рішень, припускає створення низки додаткових інструкцій внутрішнього користування документами. Інноваційна політика розробки та впровадження нових банківських продуктів передбачає декілька етапів роботи: пошук та підбір ідей; визначення економічної ефективності продажу нової послуги; розробка нової технології; визначення ризиків нового продукту; випробування; виведення на ринок; моніторинг життєвого циклу нового продукту [3].

Оскільки інноваційну діяльність конкретного банку здійснюють залежно від стратегічних завдань, то банк змушений визначити прийнятну для себе модифікацію інноваційної політики. Усе більш очевидною є зростаюча перспективність тих інноваційних банківських продуктів, що мають соціальний відтінок (наприклад, ефективна бонусна програма за депозитами, іпотечне кредитування молодих сімей). Тому мислення керівників банківських установ має поступово трансформуватися – від оперативного-тактичного до стратегічного, зорієнтованого на отримання результату в перспективі.

Література

1. Босак О.В. Інноваційна діяльність як основний чинник підвищення конкурентоспроможності банку // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. - № 19. – с.131-134.
2. Кузнецова А.Я., Карпа Я.Т. Банківський сектор України як джерело фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності // Вісник НБУ. – 2004. - № 1 (95). – с.60-63.
3. Лютий І.О., Союдка О.О. Банківський маркетинг: Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – 395 с. – (Вища освіта XXI століття).