

Веремій Я.С., студентка
Костюк В.А., к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і
природокористування України,
М. Київ, Україна

ТЕНДЕНЦІ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Інноваційність відіграє для банків надзвичайно важливе значення, оскільки окреслює напрями подальшого розвитку усього банківського сектору в цілому. Саме на інноваційних технологіях та ідеях базується стратегічне орієнтування банківських установ, а отже, банківські інновації виступають і метою, і необхідною умовою довгострокового функціонування банківського ринку.

Загальновідомо, що поведінка клієнтів піддається постійним змінам і банківським інституціям потрібно враховувати це, інакше виникає розрив у стосунках між банками, що надають фінансові послуги і споживачами, які ними користуються. Сьогодні дані пустоти активно та успішно заповнюються такі небанківські конкуренти як PayPal, Apple, Starbucks, Square, P2P-кредитори та інші, які здійснюють обслуговування клієнтів за допомогою нових технологій, не обмежених традиційним банкінгом і системою платежів. Такі умови у розвинутих країнах породили новий клас споживачів фінансових послуг, яким немає необхідності використовувати банківський рахунок для роботи в системі і вони відмовилися від банківських послуг традиційного характеру на користь рахунків PayPal, мобільних платежів, передоплачених дебетових карт та інших можливостей, що дають змогу їм обійти банківську систему і значно дешевше скористатися послугами. Внаслідок чого постійно зростає велика кількість людей, які не охоплені банківськими послугами, які не мають пластикових карток, банківських рахунків, проте користуються грошима, так звані «позабанківські» споживачі фінансових послуг [1].

Порівнюючи ринок дистанційного банківського обслуговування України і країн Західної Європи та США, можна побачити значне відставання українського, який знаходиться на рівні переходу до другої стадії, проте деякі банківські установи, такі як ПриватБанк, ПУМБ у процесі переходу до третьої стадії розвитку дистанційного банківського обслуговування. Тому Україна володіє значним потенціалом зростання послуг дистанційного банківського обслуговування, про що свідчить значна кількість користувачів мережі Інтернет.

Згідно з дослідженнями закордонних аналітиків найважливішими глобальними тенденціями банківських інновацій протягом останніх років стали: монетизація даних, соціальна цінність, робототехніка, банківництво речей, розважальні транзакції, постійна доступність, інтернет-банкінг, безкарткові розрахунки, банківництво без банків (на ринок виходять так звані FinTech компанії, які заміняють банки у наданні колись зовсім банківських послуг. Такі компанії розробляють унікальні інноваційні пропозиції і пропонують більш гнучкі і часто вигідніші умови використання своїх продуктів) [2].

Основними напрямками українських банківських інновацій в останні роки стали:

1. Інтернет і мобільний банкінг та значне розширення банківських операцій, які доступні через ці системи.
2. Безкарткові розрахунки через мобільний телефон.
3. Активізація присутності в соціальних мережах.
4. Доступність терміналів самообслуговування.
5. Режим роботи "24/7".
6. Електронна решта (послуга, коли решта в копійках переводиться на рахунок чи поповнює мобільний телефон клієнта).
7. Індивідуалізація потреб клієнтів (застосовується переважно для VIP-клієнтів банку).

Прикладом застосування інноваційної стратегії лідерства на ринку банківських послуг України виступає ПриватБанк, дана стратегія забезпечила високі темпи зростання кількості клієнтів, депозитної бази банку, що обумовило значні темпи підвищення вкладень в активні операції. Тому, за останні 10 років активи ПриватБанку зросли в 13,9 разів, депозитна база – в 13,1; капітал – у 15,5 разів, що суттєво перевищувало середні показники зростання по банківській системі (9,8; 7,9; 8,0 – відповідно).

Українська практика поєднує у собі багато варіантів дистанційного банківського обслуговування, проте базовою та найбільш поширеною інновацією вважається інтернет-банкінг. Ця технологія здійснює віддалений доступ до банківських послуг за допомогою веб-браузера, і яка є найбільш перспективною, зручною та прогресивною. Стрімкий розвиток інтернет-банкінгу в Україні провокує зростання інтернет-користувачів [3].

Моніторинг розвитку інтернет-банкінгу в Україні дав змогу виокремити банки-лідери та визначити значну диференціацію у розвитку систем дистанційного банківського обслуговування роздрібних клієнтів.

Варто відмітити, що найбільший функціонал у Приватбанку, 37 опцій доступно в системі Інтернет-банкінгу Першого Українського Міжнародного Банку, 35 – в Альфа-Банку. Однією з найпопулярніших послуг до якої проявляють інтерес користувачі інтернет-банкінгу є можливість дистанційно оплачувати комунальні послуги. Більше 70% операцій – це грошові перекази, поповнення мобільних телефонів і оплата комунальних послуг.

Проте погоня за технологічними новинками може містити свої пастки. Адже інноваційна технологія може бути просто не сприйнята споживачами, а вкладені кошти не окупляться. Отже, необхідно, щоб банківська інновація була економічно доцільною для банку і корисна для клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Кинг Бретт. Банк 3.0. Почему сегодня банк – это не то, куда вы ходите, а то, что вы делаете / Кинг Бретт [Пер. с англ. М. Мацковской]. – М : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2016. – 520 с.
2. Шуба М.В. Світові тренди банківських інновацій / М.В. Шуба, А.О. Рудник // Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". — №12. — 2015. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4638>

Вовк І.В., студентка
Науковий керівник: Шквиря Н.О.,
к.е.н., доцент, Таврійський державний
агротехнологічний університет ім. Дмитра
Моторного, м. Мелітополь, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДУ АНАЛІЗУ ІЄРАРХІЙ ДЛЯ ВИБОРУ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим інструментом маркетингової діяльності підприємства є товарна стратегія. Товарна стратегія має економічне і соціальне значення. Економічна важливість полягає в тому, що розробка ефективної товарної стратегії дозволить підприємству вижити в умовах жорсткої конкуренції і стати успішним. З соціального боку управління асортиментом формує у споживачів смаки, потреби, і навпаки, смаки і потреби споживачів дуже впливають на товарну стратегію підприємства [2].

Ключовим етапом формування товарної стратегії є прийняття стратегічного управлінського рішення щодо вибору нової продукції, виробництво якої буде ефективним для підприємства. Для цього використовуються не тільки кількісні методи, але і знання багатьох фахівців, системно-аналітичні дослідження, методи моделювання. Універсальним математичним інструментом для цього є метод аналізу ієрархій [1].

Результати порівняльного аналізу методів вибору рішень показали, що метод аналізу ієрархій може бути використаний як інструмент системного підходу до прийняття рішення складних бізнес-проблем, так як дозволяє підібрати такий варіант рішення, який більше підходить підприємству з точки зору його розуміння і вимог до даної проблеми. Метод аналізу ієрархій структурує і раціоналізує складну проблему у вигляді ієрархії. Кореневим елементом ієрархії є поставлена мета, нижче перераховуються критерії, за якими в подальшому буде здійснено вибір рішення. Наступним рівнем є перерахування обраних альтернатив. Після побудови ієрархії визначаються пріоритети її елементів за допомогою методу парних порівнянь: виділяються матриця порівнянь критеріїв та матриці порівнянь альтернатив за критеріями. Далі проводиться перевірка суджень на узгодженість (кожне судження має дотримуватися необхідна умова - ставлення узгодженості має бути менше або дорівнює 0,1). Результатом застосування методу аналізу ієрархій є кількісна оцінка альтернатив, вибраних підприємством. Чим вище оцінка альтернативи, тим дана альтернатива краще для вирішення поставленого завдання [3].

Застосуємо метод аналізу ієрархій для вибору овочів, які користуються великим та стійким попитом на прикладі ТОВ «АФ Україна» Мелітопольського району Запорізької області. Порядок застосування методу аналізу ієрархій для ТОВ «АФ Україна» полягає в наступному: