

перед. Це, здебільшого, стосується сфер управління персоналом, обіговими коштами та оптимізації оподатковування. Інша група охоплює заходи, які можуть бути пов'язані з певним рівнем втрат, потребують додаткових витрат, спричиняють серйозну реорганізацію діяльності та проявляються, в основному, в сфері управління основними коштами та фінансовими активами.

Пріоритетність відбору мобілізаційних заходів у портфель за названими ознаками залежно від специфіки підприємства може бути різною. У цьому випадку обґрунтованим є застосування методу експертних оцінок, але можливі й загальні рекомендації.

Посилення позитивних тенденцій в економічному зростанні України значною мірою залежить від активізації інвестиційної діяльності підприємств. Важливим складником її поживлення є не лише пошук та залучення різних джерел фінансування, але й забезпечення їх раціонального співвідношення. Поглиблення процесу ринкових перетворень зумовило появу реальної можливості вибору серед різноманітних фінансових альтернатив та зростаючу актуальність проблеми оптимізації структури джерел інвестиційних ресурсів українських підприємств, що передбачає розроблення відповідного методичного забезпечення.

Література

1. Бланк И.А. Управление инвестициями предприятия. – К. : Вид-во "Ольга – Ника-Центр", 2003. – 480 с.
2. Єрмошкіна О.В. Формування джерел інвестиційних ресурсів підприємства в умовах розвитку фінансового ринку // Академічний огляд. – 2001. – № 2. – С. 52-59.
3. Шитов А. Инвестиции в предприятия – причины успехов и неудач // Финансовая консультация. – 2003. – № 4. – С. 12-15.

УДК 336.71:330.341.1

Викл. О.В. Босак, канд. екон. наук –
Львівський інститут банківської справи УБС НБУ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ

Розглянуто поняття "інновація банківського продукту" та подано її характеристику. Запропоновано актуальні напрямки реалізації інноваційної політики в банківській сфері. Охарактеризовано внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на інноваційну політику банку. Визначено стратегічні принципи формування інноваційної політики банків. Наведено класифікацію видів інноваційної політики банків.

Ключові слова: інноваційна діяльність банку, інновація, конкурентоспроможність банку, банківський продукт, інноваційні банківські технології, конкурентна боротьба.

Lecturer O.V. Bosak – Lviv institute of banking UBS NBU

Innovative activity as basic factor of increase of competitiveness of bank

A concept "innovation of bank product" is considered and its description is given. Actual directions of realization of innovative policy are offered in a bank sphere. Internal and external factors which influence on the leadthrough of innovative policy a bank are described. Certainly strategic principles of forming of innovative policy of banks. Classification of types of innovative policy of banks is resulted.

Keywords: innovative activity of bank, innovation, competitiveness of bank, bank product, innovative bank technologies, competitive activity.

Вступ. Сучасний стан банківської системи України і прогнози розвитку на найближче майбутнє змушує усвідомити актуальність такої характеристики банківської організації, як інноваційність. Керівництво банківських установ розуміє, що успішна діяльність комерційного банку пов'язана не тільки із здатністю професійно будувати свою внутрішню політику, але і пристосуватися до зовнішніх умов із максимальною для себе користю, передбачати тенденції розвитку ринку й отримувати конкурентні переваги.

Постановка проблеми. Ми погоджуємось із тим, що саме в умовах кризи, коли управління здійснюють в умовах невизначеності та мінливого конкурентного середовища, саме інноваційна діяльність банківської установи повинна бути основним напрямком підвищення конкурентоспроможності. Інноваційна діяльність банку є дуже багатоаспектною та багатовимірною, а це, своєю чергою, визначає потребу й актуальність цього дослідження.

Аналіз досліджень та публікацій. Існує багато наукових праць присвячених інноваційності банку та управлінню нею у вітчизняних і зарубіжних виданнях. До них можна віднести І.В. Волошко, Я.Т. Карпа, С.М. Козьменко, А.Я. Кузнецова, С.В. Онишко, Б.І. Пшик, А.В. Савчук, Ф.І. Шпиг та ін.

Невирішені аспекти загальної проблеми. Не викликає сумніву тісний зв'язок між конкурентною позицією банку та його інноваційним потенціалом. Для вітчизняних банків інновації є не тільки критерієм оцінки конкурентоспроможності, але й умовою виживання на ринку. Тому особливо великого значення набуває їх здатність енергійно реалізовувати інноваційні проекти й ефективно управляти ними.

Метою дослідження є інноваційна діяльність банку, як інструмент стратегічної та довготермінової конкурентоспроможності банківської установи, який забезпечує формування та утримання конкурентного статусу банку на ринку банківських послуг.

Виклад основного матеріалу. Інноваційна політика банку – це послідовна система заходів, спрямованих на досягнення довготермінової 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 [2].

Зазвичай, під інновацією розуміють об'єкт (продукт), запроваджений у виробництво внаслідок наукового дослідження або зробленого відкриття, якісно відмінний від попереднього аналогу. Інновацію характеризують більш високим технологічним рівнем, новими споживчими якостями. Процес нововведень має охоплювати практично всі сфери діяльності банку. Інноваційна діяльність є досить складною, комплексною проблемою, що пронизує всі функціональні сфери – планування, наукові дослідження, розроблення проектів, виробництво, маркетинг.

Постійне дотримання принципів інноваційної політики є головним чинником успіху будь-якого банку. На сучасному етапі розвитку фінансового ринку під впливом НТП швидко скорочується життєвий цикл послуги, різко загострюється конкуренція, підвищуються вимоги споживача до банківської

продукції. Щоб вижити в таких умовах банк змушений постійно поліпшувати свої продукти, шукати нові сфери діяльності, удосконалювати виробничі й управлінські процеси. Сфера інновацій для банків є досить великою.

Ми вважаємо, що в умовах сьогодення актуальними напрямками реалізації інноваційної політики в банківській сфері є:

- комп'ютеризація і гарантування інформаційної безпеки;
- запровадження нових банківських продуктів;
- освоєння нових сегментів ринку;
- підвищення рентабельності діяльності банку загалом й кожного підрозділу окремо;
- оптимальне використання наявних матеріальних, людських та фінансових ресурсів [1].

Інноваційна діяльність банку підпорядковують досягненню головної мети – максимального задоволення вимог споживачів послугами за мінімально можливих витрат на їхнє розроблення, запровадження, надання та отримання на цій основі прибутку.

Узагалі до найактуальніших проблем і завдань, що вирішують у межах стратегічного менеджменту продуктових інновацій, належать такі:

- дослідження ринку для нових продуктів;
- прогнозування характеру і стадій життєвого циклу нового продукту;
- визначення способів продажу нового продукту;
- дослідження кон'юнктури ринків ресурсів;
- здійснення комплексного аналізу витрат, ціни, обсягів виробництва і продажу нового продукту;
- оцінка ефективності і планування інновації як інвестиційного проекту;
- аналіз ризиків, визначення методів їхньої мінімізації і страхування;
- вибір організаційної форми створення, освоєння і розміщення на ринку нового продукту;
- дослідження доцільності та планування найбільш адекватних форм передання технологій у процесі створення, освоєння, розміщення на ринку та підтримки потрібного обсягу продажів нового продукту [5].

Для банку інновація означає створення такого банківського продукту, який:

- має більш привабливі споживчі властивості порівняно з тими, що пропонувалися раніше;
- є якісно новим і може задовольнити неохоплені раніше потреби потенційного покупця;
- потребує використання більш досконалої технології створення [4].

Серед найважливіших властивостей інновацій можна виділити такі: новизна, задоволення ринкового попиту, комерційна ефективність. Ці ознаки повністю відповідають поняттю банківського продукту, однак, враховуючи неоднозначність самого поняття інноваційної діяльності банку, потрібно окремо обґрунтувати поняття новизни стосовно запровадження нових банківських продуктів.

Отже, поняття "інновації" стосується такого нововведення у будь-якій сфері функціонування банку, яке має певний позитивний економічний або стратегічний ефект (приріст бази клієнтів банку, збільшення частки ринку, скорочення витрат на проведення будь-якого виду операцій та ін.). Іннова-

ційний процес, тобто процес, пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій, охоплює всі сфери діяльності банку – від розроблення концепції або ідеї до її практичної реалізації.

Усі існуючі в банку інноваційні процеси можна поділити на три логічні групи:

- *простий організаційний інноваційний процес у межах банку* (створення і використання інновації в межах конкретного банку. У цьому випадку нововведення не набуває форми нового банківського продукту, а лише вдосконалює технологію виробництва вже існуючих продуктів або певну сервісну технологію);
- *простий міжорганізаційний процес* (формування нового банківського продукту, призначеного для просування на ринку як об'єкту купівлі-продажу);
- *розширений інноваційний процес* (формування комплексного банківського продукту, коли під час його створення банк співпрацює зі своїми партнерами, перерозподіляючи так інноваційний процес між кількома учасниками) [3].

У цілому будь-який інноваційний процес у банку має циклічний характер. Діяльність, що ґрунтується на інноваційному процесі, логічно розділяють на окремі чітко виражені елементи, хронологічно послідовні, що належать різним підрозділам банку.

Будь-якому інноваційному процесу має передувати розроблення інноваційної політики. Інноваційна політика банку є послідовною системою заходів, спрямованих на досягнення довготермінової мети розвитку банку, пов'язаних із запровадженням інноваційних методів роботи, нових банківських продуктів і послуг для посилення і розширення бази клієнтів банку та підвищення його конкурентоспроможності. Політика визначає обсяг, структуру, джерела та напрямки вкладів на основі використання нововведень у сфері технологій, сучасного банківського досвіду.

Оскільки значна кількість вітчизняних банків має досить обмежені власні джерела для інвестицій в інновації, підвищується значущість ефективного їхнього використання для розроблення та запровадження інновацій.

Існують певні принципово важливі чинники, що впливають на проведення банком інноваційної політики. До зовнішніх чинників належать:

- зміна економічної ситуації у країні та регіоні;
- розвиток банківської сфери;
- конкурентне середовище;
- приплив закордонного капіталу;
- розвиток банківських технологій;
- фінансове становище клієнтів та їхні потреби в банківських послугах тощо.

До внутрішніх чинників належить політика банку, спрямована на:

- збільшення ринкової частки, обсягу продажів, прибутковості;
- покращення конкурентоспроможності банківських продуктів;
- зменшення ризику, пов'язаного зі значною перевагою окремих видів банківських продуктів і послуг у загальному портфелі.

Формування інноваційної політики банків є складним процесом, тому доцільно визначити її стратегічні принципи:

- запровадження у банківську практику сучасних технологій;
- урахування впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на основі поточного та перспективного аналізу маркетингової інформації;

- безперервність і послідовність;
- збереження і розвиток бази клієнтів банку;
- прискорення процесів інтеграції нововведень;
- скорочення термінів розроблення і запровадження банківських продуктів;
- підвищення доходів банку, його фінансової стійкості, рентабельності активних банківських операцій.

Незважаючи на очевидні стратегічні переваги банків, які здійснюють активну інноваційну політику, вони також мають справу з такими проблемами:

- дефіцит власних фінансових ресурсів для проведення інновацій;
- ризикованість і незахищеність операцій із вкладення коштів в інноваційні проекти;
- недостатнє використання маркетингових досліджень і маркетингових інструментів під час формування та реалізації інноваційної політики.

Розроблення інноваційної політики банку повинно 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, зокрема програми інноваційної діяльності.

Оскільки інноваційну діяльність конкретного банку здійснюють залежно від стратегічних завдань, то банк змушений визначати для себе прийнятну модифікацію інноваційної політики. Для визначення виду політики пропонують використовувати таку класифікацію:

- *традиційна* (підвищення якості обслуговування наявних послуг);
- *опортуністська* (пошук ідей таких інноваційних банківських продуктів, запровадження яких не потребує значних витрат і дає змогу певний час лідирувати на ринку);
- *імітаційна* (використання кращого досвіду інших банків);
- *оборонна* (мета проведення цієї політики – не відстати від конкурентів у галузі технічного розвитку, а за сприятливих умов і підвищити цей рівень);
- *залежна* (звичайно є прийнятною для малих регіональних банків або для філій великих банків, яким головні банки передають інноваційні продукти з метою розширення сфери реалізації);
- *наступальна* (банк прагне до лідерства на ринку. Ця політика потребує значних фінансових витрат, високої кваліфікації банківського персоналу та чіткої організації інноваційного процесу) [1].

Усе більш очевидно є зростаюча перспективність тих інноваційних банківських технологій, що мають соціальний відтінок. Тому мислення керівників банківських організацій починає поступово трансформуватися – від оперативно-тактичного, спрямованого на швидке досягнення власного комерційного результату, до стратегічного, зорієнтованого на отримання результату в перспективі під час знаходження внутрішніх, а не зовнішніх механізмів хеджування фінансових ризиків.

Нині поступово збільшується кількість банків, які значну увагу приділяють інноваційним продуктам і технологіям. Однак поки що цей процес не можна назвати систематичним, він, скоріше, має стихійний характер. Лише посилення конкуренції внаслідок розвитку тенденцій фінансової глобалізації створить умови, за яких нехтування принципом інноваційності у процесі стратегічного управління діяльністю банку буде означати неминуче банкрутство.

Висновки. Отже, на цьому етапі розвитку банківської сфери України, для створення конкурентного середовища, потрібно здійснювати інноваційну діяльність щодо впровадження нових, конкурентоспроможних продуктів і послуг, але орієнтуючись на вітчизняні особливості банківської системи. Запровадження і розширення нових нетрадиційних банківських послуг повинно поєднуватися з постійним вдосконаленням традиційних напрямів обслуговування клієнтів, комерційним банкам потрібно створювати умови для прискореного розвитку своїх установ у регіонах через збільшення фінансування, підготовку кваліфікованого персоналу, а також підвищення рівня комп'ютеризації та використання комунікаційних мереж, а на загальнодержавному рівні Національному банку України потрібно забезпечувати фінансову підтримку малих банків з метою оптимізації чинників конкурентної боротьби й уповільнення монополізації банківської сфери.

Література

1. Козьменко С.М., Шпиг Ф.І., Волошко І.В. Стратегічний менеджмент банку : навч. посіб. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2003. – 734 с.
2. Кузнєцова А.Я., Карпа Я.Т. Банківський сектор України як джерело фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності // Вісник НБУ. – 2004. – № 1 (95). – С. 60-63.
3. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку : монографія. – Ірпінь : Національна академія ДПС України, 2004. – 434 с.
4. Пшик Б.І. Особливості кредитування банками інноваційної діяльності // Вісник Української академії банківської справи. – 2003. – Вип. 1(14). – С. 85-87.
5. Савчук А.В. Особенности экономической оценки и выбора инновационных проектов // Актуальные проблемы экономики. – 2003. – № 1(19). – С. 69-70.

УДК 005.34 Доц. М.І. Бублик, канд. фіз.-мат. наук; магістрант М.М. Хім'як; магістрант М.В. Лібер – Львівський ДІНТУ ім. В'ячеслава Чорновола

БЕНЧМАРКІНГ ЯК СПОСІБ ОДЕРЖАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Досліджено та проаналізовано бенчмаркінгову діяльність, яка повинна надати українським підприємствам низку конкурентних переваг як на внутрішньому, так і на зовнішньому (світовому) ринках. Розглянуто основні характеристики, умови запровадження, вади та переваги, які надасть бенчмаркінг у разі його запровадження на українських підприємствах.

Ключові слова: бенчмаркінг, конкурентоспроможність, класифікація та види бенчмаркінгу.

*Assoc. prof. M.I. Bublyk; undergraduate M.M. Khimiak,
undergraduate M.V. Liber – Lviv State Institute of Modern Technologies
and Management named after V. Chornovil*

Benchmarking as method of receiving of competitive edges

Benchmarking activity which must give to the Ukrainian enterprises the row of competitive edges on internal and at the oversea market has been researched and analysed in this article. Considered: basic descriptions, terms of introduction, kinds and advantages, which will be given by benchmarking, if it will be inculcated on the Ukrainian enterprises.

Keywords: benchmarking, competitiveness, classification and types of benchmarking.