

МАРКЕТИНГ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Синяченко Л.В., гр. МР-48

Науковий керівник – асист. А.В. Красноусов

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Зміна курсу соціально-економічної політики України, бурхливий розвиток економіки, прихід у банківську систему України транснаціональних фінансових структур, євроінтеграційні наміри та дії керівництва держави щодо вступу до СОТ ставлять перед банківською системою нові завдання: підвищення конкурентоспроможності українських банків, покращення нормативно-правового та конкурентного середовищ, пошук ефективних механізмів поліпшення системи банківського менеджменту, запровадження стандартів діяльності та професійної поведінки на ринку, підвищення суспільної довіри до банків.

Динамічний розвиток ринку банківських послуг в Україні та загострення конкуренції на ньому змушують банки опанувати нові підходи до підвищення ефективності своєї діяльності, зокрема, шляхом впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів, нових продуктів та послуг. Саме тому банки України відчувають гостру потребу у впровадженні нових концепцій банківського маркетингу, зокрема маркетингу інновацій.

Ефективність роботи банку і його конкурентоспроможність на ринку значною мірою залежать від запровадження нових банківських продуктів та технологій. У банківській сфері до інновацій відносять ті нові процеси і моделі, за допомогою яких кредитно-фінансові інститути мають намір вийти на відносно новий рівень функціонування, а також покращити свої позиції на ринку банківських послуг шляхом збільшення частки ринку або нарощення клієнтської бази, а також підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів, підвищення якості кредитних операцій і т.д.

Впровадження наукових досягнень і винаходів в організацію банківського обслуговування забезпечує постійне відновлення і поліпшення банківських продуктів та застосовуваних технологій обслуговування споживачів. Саме тому дослідження проблем, пов'язаних з інноваційною діяльністю вітчизняних банків, є надзвичайно актуальним.

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ У СФЕРІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Синяченко Л.В., гр. МР-48

Науковий керівник – ст. викл. Н.М. Кривошеєва

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Динамічний розвиток ринку банківських послуг в Україні та загострення конкуренції на ньому змушують банки опанувати нові підходи до підвищення ефективності своєї діяльності, проводити пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг, зокрема, шляхом впровадження інноваційних технологій обслуговування клієнтів, нових продуктів та послуг. Саме тому банки України відчувають гостру потребу у впровадженні нових концепцій банківського маркетингу, зокрема маркетингу інновацій.

У банківській сфері до інновацій відносять ті нові процеси і моделі, за допомогою яких кредитно-фінансові інститути мають намір вийти на відносно новий рівень функціонування, а також покращити свої позиції на ринку банківських послуг шляхом збільшення частки ринку або нарощення клієнтської бази, а також підвищення рівня довіри та лояльності клієнтів, підвищення якості кредитних операцій тощо.

На сьогодні лідером з впровадження інновацій в Україні є ПриватБанк. Інноваційна політика ПриватБанку орієнтована на впровадження на українському ринку принципово нових, провідних банківських послуг, які надають клієнтам нові можливості управління своїми фінансами. Приватбанк першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги Інтернет-банкінгу, «Приват 24» та GSM-банкінгу, а також послуги з продажу через мережу своїх банкоматів та POS-терміналів електронних ваучерів провідних операторів мобільного зв'язку та IP-телефонії. Крім того, остання інновація ПриватБанку, яка має назву «без монет» і являє собою систему електронної здачі, визнана міжнародним рейтингом Innovation in Banking Technology Awards кращою банківською інновацією 2010 року. Окрім ПриватБанку, інновації на сьогодні активно впроваджують «ОТП Банк», «Украсоцбанк», «Райффайзен Банк Аваль» та ін.

Отже, впровадження наукових досягнень і винаходів в організацію банківського обслуговування забезпечує постійне відновлення і поліпшення банківських продуктів та застосовуваних технологій обслуговування споживачів.