

БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВ

BANKING INNOVATIONS IN PROVIDING COMPETITIVENESS OF BANKS

УДК 336.71

<https://doi.org/10.32843/bses.50-47>**Гірченко Т.Д.**к.е.н., професор кафедри
банківської справиІнститут банківських технологій
та бізнесу

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Стороженко О.О.к.е.н., доцент кафедри
фінансів і страхуванняІнститут банківських технологій
та бізнесу

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Зайонц А.В.

аспірант

ДВНЗ «Університет банківської справи»

Girchenko Tetiana**Storozhenko Oksana****Zaients Anton**State Higher Education Institution
"Banking University"

У статті визначено зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на впровадження банківських інновацій, здійснено теоретико-методологічне обґрунтування доцільності використання банківських інновацій для забезпечення конкурентоспроможності банків. Представлено класифікацію банківських інновацій за відповідними ознаками, такими як причина виникнення, призначення, інноваційний потенціал, обсяг впливу, ступінь новизни, характер потреб, що задовольняються. Розглянуто практичні аспекти використання конкретних видів банківських інновацій для досягнення своїх цілей та реалізації стратегії. З'ясовано, чому банки у запровадженні інновацій поступаються іншим небанківським установам. Обґрунтовано, що оптимальним варіантом збереження банками конкурентних позицій у майбутньому є співпраця з фінтех-корпораціями, яка дасть змогу досягти синергетичного ефекту у сфері інновацій, отже, зміцнити її.

Ключові слова: банківські інновації, банки, фінтех-корпорації, цифрові технології, банківські послуги, конкурентоспроможність.

В статье определены внешние и внутренние факторы, которые влияют на внедре-

ние банковских инноваций, осуществлено теоретико-методологическое обоснование целесообразности использования банковских инноваций для обеспечения конкурентоспособности банков. Представлена классификация банковских инноваций по соответствующим признакам, таким как причина возникновения, назначение, инновационный потенциал, объем влияния, степень новизны, характер потребностей, которые удовлетворяются. Рассмотрены практические аспекты использования конкретных видов банковских инноваций для достижения своих целей и реализации стратегии. Выяснено, почему банки во внедрении инноваций уступают другим небанковским учреждениям. Обосновано, что оптимальным вариантом сохранения банками конкурентных позиций в будущем является сотрудничество с финтех-корпорациями, которое позволит достичь синергетического эффекта в сфере инноваций, значит, укрепить ее.

Ключевые слова: банковские инновации, банки, финтех-корпорации, цифровые технологии, банковские услуги, конкурентоспособность.

The development of banking innovation and innovation in general is quite a complicated task. Considering dynamic changes that are taking place in all sectors of the economy, banks need to pay considerable attention to innovation in order to ensure their competitiveness. The purpose of the article is theoretically reasoning the types of banking innovations, their role in ensuring the competitiveness of banks on the financial market, and consideration the practical aspects of using banking innovations to achieve the goals and implementation of the strategy. In the process of scientific research, we used the comparative method, the method of analogies and the methods of logical generalization and scientific abstraction. The using these methods have helped to identify new directions of working banks to ensure competitiveness on the market. In this article it has been defined external and internal factors that influence on the implementation of banking innovations, provided theoretical-methodological justification of the expediency of using banking innovations to providing competitiveness of banks. The classification of banking innovations according to the relevant features is presented, namely: the cause of origin, appointment, innovation potential, the volume of influence, the degree of novelty, the nature of the needs that are satisfied. It has been considered the practical aspects of using specific types of banking innovations to achieve their goals and realization of strategy. It is substantiated why banking innovations are accelerator of the growth of banking business. The results of the study showed that the best option for maintaining banks' competitive positions in the future is cooperation with FinTech-corporations that will allow achieving a synergistic effect in the field of innovation, and therefore strengthening position in the market. Important in this direction is the formation of a mechanism of cooperation between banks and FinTech-corporations in order to determine the competitive advantages for each participant of this process, their functional duties, and limits of responsibility.

Key words: banking innovations, banks, FinTech-corporations, digital technologies, banking services, competitiveness.

Постановка проблеми. Тенденція, яка спостерігається протягом останніх кількох років у банківському секторі, свідчить про те, що традиційна модель банку, яка нам досить добре відома, стає неефективною. Віддача від утримання відділень банків з кожним роком зменшується (і така динаміка, безсумнівно, продовжуватиметься в майбутньому), адже зовнішній конкурентний тиск скорочує клієнтську базу в секторі платежів, водночас висока вартість кредитів і низький рівень довіри до банків/позичальників не забезпечують зростання процентних доходів належним чином. Відділення банків вже не є єдиним каналом продажів банківських продуктів чи послуг, оскільки Інтернет, смартфони, «розумні» окуляри/годинник сьо-

годні забезпечують споживачів тим самим рівнем сервісу. Якщо раніше ми говорили про банкінг як спілкування «віч-на-віч», то сьогодні перейшли до спілкування «особа – до дисплею», а в недалекому майбутньому перейдемо до такої форми, як «дисплей – до дисплею». З огляду на такі тенденції збільшується кількість небанківських фінтех-корпорацій, які створюють та пропонують своїм клієнтам найрізноманітніші інноваційні продукти. Таким чином, банкам з кожним роком стає складніше забезпечувати свою конкурентоспроможність на ринку.

Щоби бути «в тренді», банки щороку вкладають мільярди доларів у фінтех та звільняють десятки тисяч осіб у зв'язку з переходом на цифровий

банкінг. На цьому етапі банкам потрібно якнайшвидше змінювати тактику та стратегію своєї діяльності для того, щоби взаємодія з клієнтами була максимально простою та зручною за допомогою голосу, біометрії та «wearable devices», а оцінювання ризикованості позичальника базувалось на життєвих звичках та історії покупок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Останнім часом зростає інтерес серед широкого кола науковців до банківських та фінансових інновацій. Значний внесок у розвиток цього напрямку здійснили такі вчені, як С.Б. Єгоричева, Л.В. Кузнецова, Л.В. Жердецька, Н.М. Пантелєєва, О.І. Мельник, М.І. Крупка, Л.А. Зверук, Г.Я. Карчева, Т.Д. Гірченко. Віддаючи належне напрацюванням науковців, зазначаємо, що не акцентувалась увага на розгляді реальних проєктів для кожного виду банківських інновацій та мало уваги приділялось дослідженню співпраці банків та фінтех-корпорацій. У зв'язку з цим вивчення цього питання набуває актуальності.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне обґрунтування видів банківських інновацій, їх ролі в забезпеченні конкурентоспроможності банків на фінансовому ринку та розгляд практичних аспектів використання банківських інновацій для досягнення цілей та реалізації стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розвиток банківських інновацій, а також інновацій загалом є досить складним завданням. З огляду на динамічні зміни, які відбуваються в усіх галузях економіки, для забезпечення своєї конкурентоспроможності банки повинні значну увагу приділяти інноваційній діяльності, адже відомо, що будь-яка інновація досить швидко поширюється й втрачає свою унікальність, отже, знижується очікувана корисність.

Сьогодні інновації охоплюють увесь спектр банківської діяльності: від моніторингу клієнтських переваг і створення нових продуктів, каналів доставки послуг до управління ризиками й скорочення витрат. Це дає змогу реалізовувати нові можливості для зростання, оскільки традиційні шляхи розвитку, зокрема за рахунок злиття й поглинання, вже не дають належного ефекту. Крім того, запровадження банківських інновацій дає можливість банкам диверсифікувати перелік банківських продуктів, розширити клієнтську базу, підвищити рівень прибутковості, оптимізувати управлінську діяльність.

Необхідність запровадження банківських інновацій обумовлена зовнішніми й внутрішніми факторами. До зовнішніх факторів належать розвиток економіки знань, які визначають інноваційні рішення, отже, визначають темпи й напрям економічного розвитку; процеси глобалізації, які створюють принципово нові умови для функціонування фінансово-кредитних інститутів, що проявля-

ється в появі транснаціональних банків, створенні зарубіжної мережі підрозділів банків, загостренні конкуренції на міжнародних фінансових ринках, збільшенні мобільності клієнтів; вдосконалення інформаційно-телекомунікаційних технологій; посилення конкуренції між фінансовими й нефінансовими інститутами. Серед внутрішніх факторів можна виокремити необхідність прискорення операцій з клієнтами, оптимізації внутрішніх процесів з оброблення документів, проведення бухгалтерських операцій та скорочення витрат.

Якщо проаналізувати інновації, які були впроваджені банками різних країн світу протягом останніх років, то їх можна згрупувати за певними критеріями (табл. 1).

Прикладом системної інновації може бути платформа, створена Іспанською Конфедерацією Ощадних Банків (СЕСА) для розвитку спільного програмного забезпечення. ІТ-системи для дотримання нормативних вимог, зв'язку з державними органами й деякі бізнес-додатки потребують чималих витрат з боку банку. Впроваджена платформа охоплює весь процес розроблення програмного забезпечення: від проєктування до виконання, контролю та адаптації для кожної організації. У п'яти банках, які взяли участь у цьому проєкті, 75% індивідуальних витрат знизились, а якщо до нього долучити ще 28 банків, то витрати скоротяться на 90% [4].

Стратегічною можна вважати інновацію «NWallet» південнокорейського банку «Hanabank». Значну частину клієнтів цього банку становили люди старшого віку, отже, спостерігався брак клієнтів від двадцяти до сорока років. Банк прийняв цілий комплекс зусиль, щоби залучити на обслуговування молоде покоління, яке у великих масштабах використовує смартфони. Результатом став додаток до смартфона під назвою «NWallet», заснований на системі оплати з автоматичним поповненням, що функціонує як дебетова картка з мікропроцесором. Його головними якостями є платіжні інструменти в режимі реального часу, які дають змогу клієнтам робити одноразові або багаторазові грошові перекази, пересилати подарункові карти, дробити суми, що підлягають виплаті, або групувати платежі у специфічних випадках.

Одержувачі платежів не зобов'язані бути клієнтами цього банку. Навіть особи, які не охоплені банківськими послугами, такі як неповнолітні й іноземні робочі, можуть отримувати платежі, якщо у них є смартфон з функцією віртуального рахунку, який дає змогу будь-яку унікальну ідентифікацію, таку як номер телефону, перетворювати на зразок банківського рахунку.

До комбінаторних інновацій можна віднести «Mobile Money Services Project», запроваджений банком «Yes» на індійський ринок [4]. Сервіс є заснованим на мобільному зв'язку інструментом

Класифікація банківських інновацій

Класифікаційна ознака	Вид	Загальна характеристика
Причина виникнення	Реактивні	Захисна реакція на нововведення банку-конкурента чи інші зміни в зовнішньому середовищі.
	Стратегічні	Спрямовані на отримання певних конкурентних переваг у перспективі.
Призначення	Продуктові (основні)	Пропонування нового продукту й просування його на ринок.
	Суміжні (організаційні)	Інноваційні перетворення управлінської структури, методів організації процесу надання послуг.
Інноваційний потенціал	Радикальні (базові)	Впровадження принципово нових видів банківських продуктів і послуг.
	Комбінаторні	Поєднання різних елементів, в результаті чого отримується новий продукт.
	Модифікаційні	Вносять зміни в давно наявні банківські продукти для продовження їх життєвого циклу.
Обсяг впливу	Точкові	Вдосконалення технології на окремій ділянці роботи.
	Системні	Зміна більшості відносин у банку.
Ступінь новизни	Новостворені	Базуються на останніх відкриттях.
	Побудовані на вже створених банківських продуктах	Удосконалення продуктів, які використовуються в даний момент.
Характер потреб, що задовольняються	Поточні	Задовольняють наявні потреби.
	Динамічні	Задовольняють нові потреби.

Джерело: складено на основі [1-3]

передоплати, який дає змогу користувачу завантажувати готівку на мобільний телефон. Метою проекту є отримання доступу до величезного сегменту індійського населення, що не користується банківськими послугами, шляхом співпраці з компаніями «Nokia» й «Opa-ru». Цей проект також усуває необхідність наявності дорогих пристроїв для обслуговування кредитних карт для малих ритейлерів, які бажають запропонувати послугу електронних платежів, або для тих, хто бажає здійснити міжміські платежі без доступу до Інтернету.

Прикладом реактивної інновації можна вважати проєкт «Roalim Connect» ізраїльського банку «Нароalim» спільно з технологічними партнерами «Genesys», «IBM», «WizSupport», «Siebel», «Ykm». Офлайнові операції, які пропонують багато банків, значно відстають від операцій, які пропонуються в онлайн-режимі такими компаніями, як, наприклад, «Amazon», частково шляхом комбінування електронних і фізичних каналів, які дають змогу персоналу обслуговувати користувачів, а споживачам мати доступ до банківського сервісу й фінансової інформації.

Сутність «Roalim Connect» полягає в наданні клієнту фінансової інформації у вигляді інтерфейсу з декількома панелями. Творців надихнули функції iPad і iPhone, які пропонують використовувати всі основні функціональні можливості на одній сторінці. Сервіс також дає змогу користувачеві зв'язатися з персональним співробітником банку через інтерфейс, що включає зображення доступних співробітників банку і перелік можливих каналів комунікації. У режимі реального часу

є сповіщення, текстові повідомлення, нагадування й можливість планувати зустрічі в офісі.

Системною інновацією можемо назвати проєкт «Integration Project with the Shared-Service Unit of a Multi-Business Conglomerate» індійського банку «Yes». Інновація дала змогу автоматизувати певні процеси (страхові виплати, платежі по кредиту, податках, розрахунки з дебіторами), прискорити обіг дебіторської та кредиторської заборгованості, відповідно, значно знизити вимоги до розміру обігового капіталу. Алгоритм роботи системи полягає в тому, що клієнти створюють інструкції щодо платежів до своєї системи. Такі інструкції потім перетворюються в стандартні формати банку «Yes», що автоматично завантажуються в корпоративну мережу банківського порталу з відповідними повноваженнями. Проєкт також передбачає, що клієнт сам вибирає способи проведення операцій, наприклад автоматичне здійснення платежів по зарплаті, виплата кредитору самим клієнтом через портал банку «Yes».

До точкових інновацій можна віднести спосіб боротьби з шахрайством турецького банку «Isbank». Щоби запобігти копіюванню карти в момент набору пін-коду, були застосовані біометричні технології, а саме зчитування малюнка вен в інфрачервоних променях. Ще однією перевагою цієї технології є те, що клієнтам не доводиться запам'ятовувати різні пін-коди для карт. Цей спосіб ідентифікації клієнтів вже розгорнуто в мережі банкоматів, тепер передбачається впровадити його на pos-терміналах.

Прикладом продуктової інновації є спільний проєкт «Citi Global Transaction Services» і «Visa»,

а саме «Citi Flu Care Card» [4]. У зв'язку з тим, що вартість охорони здоров'я постійно збільшується, роботодавці стають все більш зацікавленими в наданні своїм працівникам необхідного пакета медичних послуг за одночасного скорочення операційних витрат. «Citi Prepaid Services», відділення «Citi's Global Transaction Services operation», представило «Flu Care Card», яка спрямована на скорочення витрат із соціальних виплат шляхом мотивування співробітників робити щеплення від грипу в аптеках, де їх вартість становить 30 доларів, а не в кабінеті лікаря, де та ж послуга обійдеться вже у 80 доларів. Карта є передплаченою і задля уникнення несанкціонованих витрат список покупок по цій карті обмежений роботодавцем.

До групи продуктивних інновацій належить також продукт «Virtual Card Account» (VCA), впроваджений «Citi Global Transaction Services». Корпоративна карта VCA генерує унікальний номер карти по кожній угоді, який видається в режимі реального часу. Безсумнівно, це зручно для фінансового відділу корпоративного клієнта й дає змогу задовольнити такі потреби, як удосконалення процесу закупівель, підвищення надійності звітності по операціях, простота погодження, можливість інтегрування покупок за платіжною картою із системами планування ресурсів підприємства, низька вартість операцій, високий ступінь контролю, можливість здійснювати великі витрати. Операції по цій карті доступні у валютах 25 країн світу.

Продуктова інновація «Virtual Wallet Student», яку запровадила «PNC Financial Services Group», орієнтована на студентів. Цей сервіс використовує прогресивні мобільні технології та Інтернет для покращення управління фінансами в період навчання в коледжі чи університеті, відповідно, навчає навичкам раціонального управління грошовими коштами.

Звичайно, не менш важливими для банку є суміжні інновації, або, як ми їх називаємо, обслуговуючі. Обґрунтовано це тим, що лівову частку банківських інновацій складають ті, які спрямовані на покращення внутрішніх бізнес-процесів, їх автоматизацію, що в результаті дасть змогу вивільнити час, мінімізувати операційні витрати та спрямувати свої зусилля на задоволення потреб клієнтів, розроблення банківських продуктів. Прикладом такої суміжної інновації може бути проєкт «Holistic Information Security Programme», виконаний швейцарським банком «Credit Suisse» спільно з партнером «Deloitte». Цей проєкт спрямований на запобігання фінансовим та іміджевим втратам внаслідок витоку даних.

Прикладом інновацій, які побудовані на вже створених банківських продуктах, є «Green ATM installation» [4] державного банку Індії («State Bank of India»), який впроваджений для зменшення негативного впливу на довкілля. Державний банк

Індії, що здійснював розширення мережі банкоматів, звернув увагу на негативний вплив на довкілля. У зв'язку з цим було вжито заходів щодо зменшення шкідливих викидів під час експлуатації, виготовлення й підготовки до роботи банкоматів. Традиційні монітори були замінені ЖК-екранами, освітлення вивісок над банкоматами здійснюється за допомогою світлодіодів.

Вищерозглянуті приклади банківських інновацій дають змогу констатувати факт, що конкурентоспроможний банк має не лише бути фінансово стійким, але й забезпечувати високу ефективність щодо реалізації стратегії своєї діяльності, використання цифрових каналів продажів, впровадження нових банківських технологій та підвищення якості обслуговування клієнтів.

Перехід до використання в банку цифрових технологій сприяв тому, що традиційні банківські продукти розділились на окремі операції, а далі відобразились у вигляді нових структур/форм. Безумовно, основним двигуном банківських інновацій був і залишається клієнт, який завдяки своїм потребам змушує банк шукати нові способи задоволення його вимог. Проте, незважаючи на це, значною загрозою для банків стають високорозвинені технологічні компанії (наприклад, «Amazon»), котрі деякими своїми функціями частково замінюють банки. Наприклад, «Apple Pay» та «Google Wallet» експериментують зі способами використання технології для ефективного оброблення великих обсягів даних, щоби полегшити, здешевити та зробити безпечнішою роботу з клієнтами-продавцями. Варто зазначити, що компанія «eBay PayPal» щороку обробляє більше 1 мільярда доларів за допомогою свого мобільного додатка, що є досить високим результатом на світовій арені небанківських установ.

Як показує практика, багато нових ідей в Україні змушені шукати кошти на розвиток свого проєкту в інших світових фінтех-корпораціях. Водночас загрозу конкурентоспроможності українським банкам створюють міжнародні фінансові установи, які починають закладати абсолютно нові принципи в основу своєї діяльності за допомогою мобільного обслуговування. Фінтех-корпорації є більш гнучкими, більш швидко запроваджують новітні технології, найкраще адаптовані до внесення нововведень для вирішення ринкових проблем та практичних аспектів просування продуктів.

Впровадження та вдосконалення банківських інновацій потребує значних фінансових вкладень, тому перш за все для впровадження та вдосконалення інноваційної діяльності банкам варто якісно та стратегічно здійснювати планування ризиків та управління ними, створювати спеціальні фонди, адже саме ресурсна забезпеченість безпосередньо впливає на здатність реалізувати інновації та їх ефективність. Отже, одними

з головних напрямів удосконалення інноваційної діяльності в банках України є виокремлення та розроблення інноваційної політики та стратегії як самостійних та самодостатніх напрямів у загальній банківській стратегії.

Зарубіжний досвід свідчить про те, що успішні банки віддають перевагу інноваційному розвитку як засобу досягнення конкурентної переваги з урахуванням всіх вигід та загроз. З огляду на той факт що більшість банків в усьому світі обмежена як фінансово, так і людськими ресурсами, цілком природною є співпраця з провідними технологічними компаніями. Перевагою такої колаборації є використання досвіду великих компаній у сфері ІТ, а також бенчмаркінг потреб та помилок інших організацій, з якими вони раніше співпрацювали.

Проте не тільки іноземні банки та компанії реалізують інноваційні проєкти. Банки в Україні також мають чималий потенціал впровадження інновацій. Такий потенціал можна пояснити значним проривом у запровадженні провідних світових банківських інновацій. Здебільшого банки в Україні впроваджують технологічні інновації, а також інновації, які пов'язані з наданням послуг.

Протягом останніх десяти років в провідних зарубіжних банках була створена ефективна система управління інноваційною діяльністю та її стратегічного планування задля підвищення гнучкості та адаптивності бізнесу. Наприклад, програма банку «BNP Paribas» «Дух інновацій» була спрямована на те, щоб інновації входили до складу найважливіших активів банківської індустрії, отже, дослідження й розробки мають відігравати не менш важливу роль, ніж в інших галузях економіки [5]. Так, у банку «Royal Bank of Canada» [6], створені інноваційні ради, які складаються з керівників різних підрозділів банку і на які покладаються функції щодо підтримки та просування інновацій, що, на нашу думку, є ефективним способом досягнення інноваційних цілей банку.

Не можна не погодитися з тим, що цифровий маркетинг збагатив інтернет-маркетинг перш за все можливостями мобільного зв'язку. Це дало змогу розірвати замкнутий простір віртуального світу та увійти в реальне середовище. В результаті з'явилися додаткові можливості розширення аудиторії маркетингового впливу за рахунок власників засобів мобільного зв'язку з одночасним забезпеченням адресності та персоналізації такого впливу, що позитивно впливає на підвищення ефективності маркетингової діяльності [7].

Вже сьогодні банки в усьому світі розпочали роботу над створенням цифрових платформ, через які будуть надаватися різні сервіси та послуги для клієнтів. Водночас буде використовуватися штучний інтелект для захисту даних, адже користувачі цих платформ мають бути впевнені в тому, що їхні дані захищені. Використання бан-

ківських карт у точці продажу або здійснення платежів за допомогою смартфонів поступово витіснитиметься й заміниться на голосові команди або візуальну ідентифікацію. Вже роль банку полягатиме в тому, щоби проаналізувати та запропонувати клієнту релевантний в конкретний момент сервіс, замовити та забезпечити його оплату.

Впровадження банківських інновацій сприятиме тому, що в обігу суттєво скорочуватиметься готівка, отже, зменшиться тіньова економіка, шахрайство, збільшиться використання цифрової валюти, покращиться швидкість платежів. Однак варто враховувати, що новітні технології несуть певні ризики для клієнтів, зокрема етичні. Отже, банки повинні продумати та створити надійні системи для споживачів для мінімізації таких ризиків.

У зв'язку з цим банки, які планують займати лідируючі позиції в майбутньому за забезпечити свою конкурентоспроможність, вже сьогодні створюють цифрові стратегії, розробляють платформи та екосистеми для роботи з партнерами, опановують технології штучного інтелекту для персоналізації банківських послуг та впроваджують нові моделі взаємодії з фінтех-корпораціями. Наявність сучасних цифрових каналів та їх зручність для користувачів стануть базовими стандартами обслуговування, а банки, які не відповідатимуть цьому, просто не зможуть конкурувати й будуть витіснені з ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Проведені дослідження дають змогу констатувати факт, що банківські інновації є акселератором зростання банківського бізнесу. За типом інновації можуть бути різними: за причиною виникнення вони поділяються на реактивні й стратегічні; за призначенням – на продуктові й суміжні; за інноваційним потенціалом – на радикальні, комбінаторні й модифікаційні; за обсягом впливу – на точкові й системні; за ступенем новизни – на побудовані на вже створених банківських продуктах, новостворені; за характером потреб, що задовольняються, – на поточні й динамічні. Використання тих чи інших видів інновацій залежить від багатьох чинників, зокрема найважливішими з них є потенціал банку (фінансовий, людський, матеріальний, технічний, інформаційний), стратегія банку, потреби потенційних клієнтів, цільові ринки збуту банківських продуктів. Основними конкурентами банків сьогодні є фінтех-корпорації, які є значно гнучкішими, швидко реагують на потреби споживачів та запроваджують інновації, постійно шукають інноваційні рішення для вирішення різноманітних завдань. Водночас банки мають величезну практику роботи на ринку, а також широку мережу клієнтів, довіра яких до банків є більшою, ніж до фінтех-корпорацій. У зв'язку з цим для того, щоби не втратити свої конкурентні позиції, банки повинні налагоджувати

співпрацю з фінтех-корпораціями, що дасть можливість нівелювати недоліки роботи кожного з них, отже, досягти спільного синергетичного ефекту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іванов С.В. Особливості банківських інновацій. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 30-2. С. 73–80.
2. Єгоричева С.Б. Сучасні аспекти класифікації банківських інновацій. *Наукові записки. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 22. С. 32–36.
3. Фрасенюк А.М. Сучасні підходи до класифікації банківських інновацій. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2009. Вип. 84 (Ч. 11). С. 324–329.
4. Чадаєва Т.В. Конкурентоспособность российских банков на мировом рынке банковских услуг : дисс. ... канд. экон. наук. Москва, 2018, 280 с.
5. Снок П.О. Стратегії управління фінансовими інноваціями в банках та небанківських кредитних організаціях. *Агросвіт*. 2016. № 21. С. 26–30.
6. Корнєєв Ю.В. Діяльність ринку банківських послуг в Україні з урахуванням зарубіжного досвіду. *Юридичний вісник*. 2017. № 3(44). С. 124–129.
7. Гірченко Т.Д., Коссманн Р. Впровадження та розвиток цифрового маркетингу у сучасному банківському бізнесі. *WSPÓŁPRACA EUROPEJSKA*. 2016. № 12(19). С. 68–85.

REFERENCES:

1. Ivanov S.V. (2018). Osoblyvosti bankivskykh innovatsii [Features of banking innovations]. *Prychornomorski ekonomichni studii* – Black Sea Economic Studies, 30–2, 73–80.

2. Yehorycheva S.B. (2013). Suchasni aspekty klasyfikatsii bankivskykh innovatsii [Current aspects of classification of banking innovations]. *Naukovi zapysky. Seriiia "Ekonomika"* – Scientific notes. Series Economic, 22, 32–36.

3. Fraseniuk A.M. (2009). Suchasni pidkhody do klasyfikatsii bankivskykh innovatsii [Modern approaches to the classification of banking innovations]. *Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn* – Actual problems of international relations, 84 (p. 11), 324–329.

4. Chadaeva T.V. (2018). Konkurentospromozhnist rosiiskykh bankiv na mizhnarodnomu rynku bankivskykh posluh. *Doct. Diss.* [The competitiveness of Russian banks in the international banking market. *Doct. Diss.*]. M. (in Russian)

5. Skok P.O. (2016). Stratehii upravlinnia finansovymy innovatsiiamy v bankakh ta nebankivskykh kredytnykh orhanizatsiiakh [Strategies of managing financial innovation in banks and non-bank lending institutions]. *Ahrosvit – Agro-world*, 21, 26–30 (in Ukrainian)

6. Kornieiev Yu.V. Diialnist rynku bankivskykh posluh v Ukraini z urakhuvanniam zarubizhnoho dosvidu [Activity of market of the banking services in Ukraine with accounting foreign experience]. *Yurydychnyi visnyk – Legal Bulletin*, 3 (44), 124–129.

7. Girchenko T.D., Kossmann R. (2016). Vprovadzhenia ta rozvytok tsyfrovoho marketynhu u suchasnomu bankivskomu biznesi [Implementation and development of digital marketing in modern banking business]. *Yevropeiska kooperatsiia – European cooperation*, 12(19), 68–85.