

Управління комерціалізацією інноваційної продукції



Управління комерціалізацією інноваційної продукції

МОНОГРАФІЯ

За загальною редакцією
д.е.н., проф. Ілляшенка С.М.
д.е.н., доц. Біловодської О.А.

Публікація містить результати досліджень, проведених при виконанні держбюджетної теми «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції», № ДР 0118U003572

УДК 658.84:330.341.1](477)

У67

*Рекомендовано до друку вченою радою Сумського державного
університету (протокол № 5 від 12 грудня 2019 р.)*

Рецензенти:

Окландер Михайло Анатолійович — доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри маркетингу Одеського національного
політехнічного університету;

Поповиченко Ірина Валеріївна — доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри економіки та підприємництва ДВНЗ
«Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»;

Решетнікова Ірина Леонідівна — доктор економічних
наук, професор, професор кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський
національний економічний університет».

Управління комерціалізацією інноваційної продукції : монографія / за
У67 заг. ред. д. е. н., проф. С. М. Ілляшенка, д. е. н., доц. О. А. Біловодської. —
Суми : Триторія, 2019. — 304 с.

ISBN 978–966–97936–5–2

*Досліджуються актуальні проблеми формування методологічних
та теоретико-методичних засад управління комерціалізацією інновацій
на державному, регіональному, галузевому рівнях та рівні окремих під-
приємств та установ. Удосконалюється критеріальна база, система
показників і методичні засади оцінювання комерційних перспектив ін-
новаційної продукції. Висвітлюється маркетингово-логістичне забезпе-
чення комерціалізації інноваційної продукції. Для фахівців у галузі інно-
ваційного менеджменту, маркетингу, логістики, викладачів, аспірантів
і студентів вищих навчальних закладів, а також широкого кола читачів,
які цікавляться питаннями комерціалізації інноваційної продукції.*

УДК 658.84:330.341.1](477)

У67

ISBN 978–966–97936–5–2

Колектив авторів, 2019 р. ©
ТОВ «Триторія», 2019 р. ©

ЗМІСТ

ВСТУП	5
Розділ 1. Інноваційна діяльність як основа економічного зростання вітчизняної економіки	12
1.1. Економічні передумови активізації інноваційних процесів	12
1.2. Залучення інвестицій – важлива складова інноваційного розвитку економіки України	28
1.3. Інноваційна діяльність банків: бізнес-моделі та технології	41
1.4. Форми взаємодії банківських установ з FinTech	60
Розділ 2. Передумови створення та комерціалізації інновацій на підприємстві	92
2.1. Методичні засади оцінки готовності та здатності персоналу підприємства до інноваційної діяльності	92
2.2. Комплаєнс-безпека підприємства як фактор успішної комерціалізації інновацій	117
2.3. Аутсорсинг як фактор реструктуризації бізнес-процесів ланцюга поставок	139
Розділ 3. Інструментально-методичне забезпечення оцінювання комерційних перспектив інноваційної продукції	152
3.1. Методичне забезпечення комерціалізації інновацій ...	152
3.2. Аналіз та удосконалення теоретико-методичних підходів до оцінки комерційної успішності товарних інновацій	159
3.3. Фінансові інструменти забезпечення успіху дифузії екологічних інновацій	169
3.4. Діджиталізація бізнес-процесів у ринковому середовищі інноваційних продуктів	183

Розділ 4. Маркетингово-логістичне забезпечення комерціалізації інноваційної продукції	197
4.1. Холістичний маркетинг як філософія комерціалізації інноваційної продукції	197
4.2. Управління виставковою діяльністю як засіб просування промислового підприємства	212
4.3. Логістичне забезпечення регіонів України у системі комерціалізації інноваційної продукції	224
Розділ 5. Комерціалізація знаннємістких інноваційних продуктів	233
5.1. Маркетингові аспекти комерціалізації результатів науково-дослідних робіт закладів вищої освіти	233
5.2. Менеджмент та маркетинг трансферу туристичних технологій на основі інтрапренерства	252
5.3. Комерціалізація інновацій туристичних підприємств на основі системи економічних важелів	268
5.4. Особливості комерціалізації екологічно-орієнтованої інноваційної продукції	285
ВИСНОВКИ	301

ВСТУП

Комерціалізація є завершальним етапом інноваційного процесу, який визначає його результативність. З цих причин науковцями і фахівцями-практиками ведеться активний пошук шляхів підвищення ефективності комерціалізації створюваних інноваційних продуктів. Практика свідчить, що низька конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників спричинена нездатністю оперативно комерціалізувати свої інноваційні розробки, внаслідок недостатнього урахування інтересів та мотивів поведінки суб'єктів ринку (економічних контрагентів та контактних аудиторій), а також факторів впливу зовнішнього макросередовища національного і міжнародних ринків тощо. З цих причин стратегії інноваційного розвитку вітчизняних підприємств та установ у значній свої частині є неефективними, оскільки не дозволяють забезпечити взаємоузгоджену взаємодію елементів системи створення, виготовлення, просування і збуту інноваційної продукції в умовах неповної визначеності і підвищеного ризику сучасної економіки. В цих умовах актуалізується проблема формування організаційно-економічного механізму управління комерціалізацією інновацій вітчизняних підприємств, який дозволить враховувати інтереси, мотиви, потреби і запити усіх учасників системи створення, виготовлення, просування і збуту інноваційної продукції та забезпечити на цій основі їх узгоджену взаємодію, надасть можливість обґрунтовано обирати оптимальні шляхи використання наявного комунікаційного та логістичного потенціалу.

Відповідно до викладеного у монографії досліджено економічні передумови активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, окреслено проблеми і визначено шляхи підвищення її ефективності. Обґрунтовано, що підвищення ефективності комерціалізації інноваційної продукції підприємств є одним з головних факторів успіху їх переходу на шлях інноваційного зростання, який для України є

безальтернативним. Викладено авторські пропозиції щодо формування новітніх бізнес-моделей та технологій у банківському секторі як контрагентної складової взаємодії між учасниками процесів комерціалізації різних форм інновацій.

Удосконалено методичні засади аналізу кадрового та інтелектуального потенціалу підприємства як головної складової його потенціалу інноваційного розвитку. Розкрито практичні аспекти формування передумов створення та комерціалізації інновацій на підприємстві.

На основі системного аналізу та узагальнення існуючих теоретико-методичних напрацювань удосконалено підходи до оцінки комерційних перспектив продуктових інновацій, сформовано відповідну критеріальну базу та систему оціночних показників. Виконано узагальнення і подальший розвиток системи фінансових інструментів для стимулювання комерціалізації екологічно-орієнтованих інновацій. Серед ефективних напрямів розвитку підприємства доведено перспективи застосування інструментів діджиталізації бізнес-процесів у ринковому середовищі інноваційних продуктів.

Значної уваги приділено маркетинговому та логістичному забезпеченню комерціалізації інноваційної продукції. Авторські розробки орієнтовані на забезпечення узгодженої взаємодії системи просування і збуту продуктових інновацій вітчизняних підприємств. На це орієнтовані авторські пропозиції щодо застосування принципів і методів холістичного маркетингу для комерціалізації продуктових інновацій, управління виставковою діяльністю як ефективним інструментом просування інноваційних розробок промислових підприємств, урахування рівня логістичного забезпечення регіонів України при формуванні стратегій комерціалізації інновацій тощо.

На особливу увагу заслуговують пропозиції щодо комерціалізації знаннємістких інноваційних продуктів, зокрема результатів науково-дослідних розробок вітчизняних університетів. Їх практична реалізація повинна підвищити рівень практичної спрямованості розробок університетської науки.

Не залишилися поза увагою авторів і проблеми підвищення рівня комерційного використання туристичного потенціалу регіонів України. У цьому контексті представлені у монографії розробки є цікавими для туристичних підприємств, вони можуть бути використані як методичні інструменти підвищення ефективності їх комерційної діяльності. Відображено особливості комерціалізації екологічно-орієнтованої інноваційної продукції.

Представлені у колективній монографії наукові та прикладні результати отримані у ході виконання досліджень за держбюджетною темою «Розроблення механізму комерціалізації інноваційної продукції» № ДР 0118U003572. До монографії також увійшли результати ініціативних досліджень виконаних за цією тематикою науковцями інших закладів вищої освіти України.

Авторами окремих частин монографії є:

Ілляшенко С. М., д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; головний науковий співробітник Сумського державного університету, Україна; доктор хабілітований, професор, професор Вищої економіко-гуманітарної школи (WSEH), м. Бельсько-Бяла, Польща (вступ, п. 3.1, п. 4.2, висновки);

Біловодська О. А., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну; провідний науковий співробітник Сумського державного університету, Україна (вступ, п. 4.3, висновки);

Вовк В. Я., д.е.н., професор, професор кафедри банківської справи і фінансових послуг Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця, Україна (п. 1.3);

Денисенко М. П., д.е.н., професор, професор кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету

технологій та дизайну, Україна (п. 1.2);

Жегус О. В., д.е.н., доцент, професор кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського держаного університету харчування та торгівлі, Україна (п. 5.1);

Захарова О. В., д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту та бізнес-адміністрування Черкаського державного технологічного університету, Україна (п. 2.1);

Ковшун Н. Е., д.е.н., доцент, в.о. директора навчально-наукового інституту економіки та менеджменту професор кафедри економіки підприємства Національного університету водного господарства та природокористування, Україна (п. 3.3);

Косенко О. П., д.е.н., професор, професор кафедри економіки та маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.3);

Мальчик М. В., д.е.н. професор, завідувач кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування, Україна (п. 4.1);

Перерва П. Г., д.е.н, професор, завідувач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.3);

Савицька Н. Л., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі, Україна (п. 5.1);

Фалович В. А., д.е.н., доцент, завідувач кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, Україна (п. 2.3);

Чубукова О. Ю., д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну, Україна (п. 3.4);

Шипуліна Ю. С., д.е.н., доцент, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 3.1);

Якимишин Л. Я., д.е.н., доцент, професор кафедри промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, Україна (п. 2.3);

Афанасьєва О. П., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі, Україна (п. 5.1);

Будякова О. Ю., к.е.н., старший викладач кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету технологій та дизайну, Україна (п. 1.1, 1.2);

Гонтаренко Н. А., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування, Україна (п. 4.1);

Грищенко О. Ф., к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка, Україна (п. 5.4);

Долина І. В., к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.2);

Жежерун Ю. В., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи Черкаського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи», Україна (п. 1.4);

Ілляшенко Н. С., к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 3.1);

Кобелєва Т. О., к.е.н, доцент, доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин, заступник директора навчально-наукового інституту економіки, менеджменту і міжнародного бізнесу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 2.2);

Косенко А. В., к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних

відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.3);

Маслак М. В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.2);

Матросова В. О., к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.3);

Мельник Ю. М., к.е.н., доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та адміністрування Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка; старший науковий співробітник Сумського державного університету, Україна (п. 5.4);

Нагорний Є. І., к.е.н., провідний науковий співробітник науково-дослідного сектору Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка, Україна (п. 3.2);

Носирєв О. О., к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародного бізнесу та фінансів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.2);

Пономаренко І. В., к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну, Україна (п. 3.4);

Попов М. О., к.е.н., доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.2);

Проскурня О. М., к.т.н., доцент, доцент, кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.3);

Шевлюга О. Г., к.е.н., менеджер з маркетингу, ТОВ «Технохім», м. Суми, Україна (п. 3.2);

Березова С. М., технік науково-дослідного сектору Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка, Україна (п. 3.2);

Кайнова А. А., менеджер з комунікаційних технологій, Brocoders, м. Суми, Україна (п. 5.4);

Меркун І.В., начальник відділу маркетингу ТОВ «Керамейя», м. Суми, Україна (п. 4.2);

Приходько Є. Г., студентка спеціальності 075 «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Україна (п. 5.2);

П'ятка Н. С., здобувач Національного університет водного господарства та природокористування, Україна (п. 3.3);

Хоменчук Д. В., аспірант кафедри маркетингу Національного університету водного господарства та природокористування, Україна (п. 4.1).

конкурентоспроможного виробництва.

Це, в свою чергу, сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості регіону та зростанню обсягів інвестиційних надходжень.

1. Шапошнікова О.М. До питання регулювання інвестиційного процесу в промисловості України. *Dinamika naukowych badań – 2007 materiały Międzynarodowej konferencji. Przemysł. Nauka I studia. T. 1. Ekonomiczne nauki (15-31 lipca 2007 r.). S. 35-37.*

2. Шапошнікова О.М. Особливості залучення іноземних інвестицій в економіку України. *Perspektywiczne opracowania nauki I techniki – 2007: materiały II Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji . Przemysł. Nauka I studia. T. 1. Ekonomiczne nauki (16-30 listopada 2007 r.). S. 61-66.*

3. Denysenko M., Melnyk A., Shatskaya Z., Budiakova O. International regulatory experience business activity. *Research and Innovation: Collection of scientific articles. Yunona Publishing, New York, USA. 2019. p. 55-58. URL : <http://conferencii.com/files/archive/2019-02.pdf>.*

4. Стан та тенденції розвитку сучасного підприємництва: монографія / за ред. д.е.н., проф. М.П. Денисенка. К.: ТОВ «ДКС центр», 2019. 464 с.

5. Денисенко М.П. Іноземне інвестування економіки України. *Актуальні проблеми економіки. 2016. №7/ С.70-77.*

6. Денисенко М. П., Будякова О. Ю. Підвищення індексу людського капіталу – важлива складова інноваційної кадрової політики підприємств. *Економіка та держава. 2019. № 4. С. 11–17. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.4.11*

7. Денисенко М.П., Будякова О.Ю. Механізм державного управління інноваційної діяльності на регіональному рівні. *Науковий вісник: Державне управління. 2018. № 1. С. 34-47.*

1.3 Інноваційна діяльність банків: бізнес-моделі та технології

Банківська сфера постійно зазнає істотних змін, пов'язаних з процесами глобалізації в усьому світі, оновленням спектра банківських продуктів і послуг, впровадженням сучасних інформаційних технологій тощо. Здійснюючи посередницьку діяльність на ринку фінансових послуг, банки пропонують своїм

клієнтам багато різних банківських продуктів і послуг. Проте через високу залежність від зміни кон'юнктури світових та внутрішніх фінансових ринків, в період економічної нестабільності банкам дуже важливо знайти спосіб утримання наявних і залучення нових клієнтів. За цих обставин, важливу роль відіграє оптимізація внутрішніх бізнес-процесів з метою оптимізації витрат банку. Досягнення успіху забезпечується за рахунок формування конкурентних переваг, здатних виокремити певну банківську установу серед інших, та їх реалізації для підтримання стійкої конкурентної позиції та нарощування конкурентного потенціалу в майбутньому. Саме тому, для успіху конкурентної боротьби необхідним є процес впровадження інновацій з допомогою застосування нових досягнень науки, техніки і технології. Інновація в даний час не просто одне з явищ, що визначає економічне зростання, розвиток і структурні зрушення. Інновації стали характерною особливістю і сутністю сучасного розвитку в усіх сферах економіки, в тому числі і в банківській. Питання дослідження інновацій набувають особливої актуальності на сучасному етапі економічного розвитку. Апробація і впровадження інновацій, що здобули визнання в інших країнах, або розроблених самостійно, істотно підвищить потенціал вітчизняних банків [10].

О. Мінаков, зазначає, що інновації – це кінцевий результат інтелектуальної діяльності (науково-технологічних досліджень, науково-технологічних відкриттів та винаходів і наукових ідей) у вигляді нового об'єкта (системи, технології, обладнання, товарів і послуг) або у вигляді об'єкта, що якісно відрізняється від попереднього аналога [16].

Розширене тлумачення змісту інновації наводить С. Сгоричева: «це може бути новий продукт, нова структура чи система управління організацією, нова культура, новий технологічний процес або інформаційна система тощо». До того ж найважливішою рисою нововведення в умовах ринкової економіки автор вважає новизну його споживчих якостей, а не

технологічну характеристику, що часто відіграє другорядну роль [13].

Також банківську інновацію визначають як результат діяльності банку, направленої на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування і розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень, які сприяють отриманню прибутку клієнтом» [7]. В свою чергу, В. Береговий зазначає, що «під банківськими інноваціями слід розуміти вдосконалення, оновлення напрямків та інструментів діяльності банку, тобто не тільки технічні або технологічні нововведення в області банківських або інформаційних технологій, але і будь-які зміни, що покращують якісну основу відтворення банківських послуг, зокрема, фінансові інновації, структурне вдосконалення» [9].

Сьогодні інновації – це не лише одне з економічних явищ, яке впливає на зростання продуктивності факторів виробництва, зростання обсягів виробництва, структурні зрушення, економічне зростання та національну конкурентоспроможність тощо. Інновації ототожнюють із розвитком і вдосконаленням усіх сфер економіки, включаючи банківську справу [23].

На думку Е. Уткіна, банківські інновації є процесом постійного оновлення різних сторін діяльності банку, який, у тому числі, здійснюється на основі аналізу досягнень конкурентів. Вчений сформулював «широкий» підхід до розуміння банківських інновацій, які «включають не тільки технічні або технологічні розробки, а й будь-які зміни у кращу сторону в усіх сферах діяльності банку» [21]. Зазначена термінологія закріпилася у російській економічній науці, і у подальшому дослідники для характеристики інновацій у різних напрямках діяльності банків, як правило, використовують категорію «банківські інновації». Вітчизняні науковці також при аналізі інноваційної діяльності банків використовують термін «банківські інновації», а також синонімічні йому поняття «інновації банків» та «інновації у банківській сфері». В зарубіжній економічній літературі вживається поняття

«фінансові інновації».

Однак провівши більш глибокий аналіз фінансових інновацій в різних літературних джерелах [2, 3, 4, 5], можна зробити висновок, що, по-перше, вони мають відношення не лише до банків, а й до інших фінансових інститутів, фінансів корпорацій тощо. По-друге, під визначення фінансових інновацій підпадають інструменти, що не є банківськими продуктами – біржові контракти, акції, страхування. По-третє, фінансові інновації не охоплюють деякі види інноваційної діяльності банків, наприклад, організація, менеджмент, маркетинг, внутрішньобанківські технології тощо.

Розвиток фінансової системи та вдосконалення якості виконуваних функцій відбувається завдяки інноваційним рішенням. Фінансові інновації є актом створення та популяризації нових фінансових інструментів, а також нових фінансових технологій, інститутів та ринків. Інновації поділяються на нові продукти або технології:

нові продукти – нові похідні контракти, корпоративні цінні папери або нові форми спільних інвестиційних продуктів;

нові технології – вдосконалення процесів, що характеризуються новими засобами розподілу цінних паперів, обробки операцій або ціноутворення [3].

Класифікацію банківських інновацій наведено в табл. 1.2.

Варто зазначити, що переважна більшість банківських інновацій мають нематеріальний характер, це обумовлює особливості та проблеми захисту прав інтелектуальної власності кредитних інститутів. В Україні, згідно із Законом «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», винаходом вважається результат інтелектуальної діяльності людини у будь-якій сфері технології [20]. Таким чином, українське законодавство не висуває умови обов'язкового технічного характеру нововведення (як це стримувало розвиток у деяких країнах світу – Японії, США), що теоретично відкриває банкам можливість для патентного захисту інновацій. Проте реальна їх активність у цьому відношенні є незначною.

Таблиця 1.2 – Класифікація банківських інновацій

Критерій	Вид інновації	
За предметом та сферою застосування	продуктові	пов'язані з традиційною діяльністю банків; пов'язані з наданням нетрадиційних банківських послуг
	фінансові інструменти	пов'язані з передачею ризику; пов'язані з підвищенням ліквідності; спрямовані на збільшення можливостей запозичень; спрямовані на зростання акціонерного капіталу
	процесні	інновації технологічних процесів; власне процесні інновації; сервісні інновації
	маркетингові	ринкові; інновації у маркетингових комунікаціях; інновації у каналах збуту; інновації дизайну приміщень
	організаційні	управлінські; концептуальні
За інноваційним потенціалом	радикальні; поліпшуючі; комбінаторні; псевдоінновації	
За ступенем новизни	інновації на рівні окремого банку; інновації на національному банківському ринку; банківські інновації світового масштабу	
За масштабами впровадження	локальні; системні	
За умовами виникнення	стратегічні; реактивні	
За характером потреб	орієнтовані на існуючі потреби; орієнтовані на формування нових потреб	
За характером ідеї	винахідницькі; імітаційні	
За методикою розробки	розроблені власними силами; створені у рамках концепції «відкритої інновації»	

Джерело: [13]

Інноваційна діяльність банків відбувається в умовах дещо відмінних від тих, в яких функціонують інші суб'єкти господарювання. Це пояснюється специфікою їх діяльності як фінансових посередників, а саме високою ризикованістю і більшою суспільною відповідальністю та тим, що банки є складовим елементом банківської системи певної держави. У ст. 325 Господарському кодексі України міститься наступне визначення інноваційної діяльності: це діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя [12]. Незважаючи на доповнення «інші сфери суспільного життя», мова тут все ж таки йде лише про науково-технічні досягнення та, як обов'язковий елемент, вказується інвестиційна діяльність. З цієї точки зору, банки, дійсно, здаються абсолютно неінноваційними організаціями.

Крім того, сама специфіка банківської діяльності, про яку вже раніше йшлося, провокує створення такого враження, тим більше, що в Україні повномасштабно представлені тільки два напрями сучасного банківництва – роздрібна та комерційна справа, які, у цілому, є найменш інноваційними. Тому проблеми інноваційності банківських установ до останнього часу не вважалися перспективною сферою наукових досліджень [13]. Варто зауважити, що новітні технології на сучасному етапі все частіше пов'язані зі всесвітньою мережею Інтернет. Тому актуальним є відстеження зв'язку розвитку інновацій та електронних ресурсів. Ефективно використовуючи можливості мережі Інтернет, можливо пришвидшити розвиток майже всіх видів бізнесу, в тому числі спростити і покращити проведення безготівкових платіжних розрахунків [23].

Розвиток фінансових технологій змінює не тільки способи просування фінансових послуг, а й їх надання та споживання. FinTech модифікує реалізацію функцій фінансової системи

фінансовими інститутами та ринками, змінюючи як структуру, так і можливості, традиції, правила. Це проявляється в таких аспектах, як:

зміни підходів у роботі фінансових інститутів;

зміни звичок та очікувань клієнтів;

зміни вимог, підходів та інструментів фінансових регуляторів;

нові можливості та нові бізнес-моделі для економічних суб'єктів.

У 2015 р. в ЄС було прийнято нові правила банківської діяльності, відображені в переглянутій директиві про платіжні послуги (PSD2). Цей документ спрямований на стандартизацію платіжних систем, в тому числі і за рахунок впровадження API-інтерфейсу. PSD2 зобов'язує банки ставати більш відкритими, надавати API для компаній і розробників. Тому, Україна, як асоційований член Європейського Союзу, не зможе уникнути новацій в банківській сфері.

Однією з особливостей інноваційної діяльності вітчизняних банків є відсутність розробки власних унікальних продуктів, послуг технологій, що відповідають світовому рівню, та їх запозичення. Така тенденція зумовлена особливостями захисту банків від можливих ризиків втрат фінансових ресурсів, економією часу та коштів на розробку інновацій.

Складність інновацій у сфері фінансових послуг полягає у тому, що один продукт може об'єднувати різноманітні функції: обіг, організаційну форму, маркетинг, диверсифікацію ризику, клієнтський контекст, а також допоміжну інфраструктуру. Всі ці особливості враховуються в терміні FinTech [19].

Дослідження PwC Global Fintech Report 2017 показало, близько 89% опитаних компаній в Європі побоюються втратити конкурентні позиції і доходи через нові правила, а 63% бачать рішення у використанні FinTech-продуктів. Тому, банки і FinTech-компанії співпрацюють для вирішення спільними зусиллями проблем, які виникають. Банки мають широку клієнтську базу і надають FinTech-компаніям відкриті дані.

FinTech-компанії, в свою чергу, пропонують банкам готові технологічні рішення, спрямовані на вдосконалення власних бізнес-процесів (табл. 1.3). Технологічні інновації, які дозволяють оптимізувати бізнес-процеси банків, включають: інтерфейси програмування додатків (APIs), штучний інтелект (AI), машинне навчання (Machine learning), великі масиви даних (BigData), технології розподіленого доступу (Blockchain), Інтернет речей (IoT), боти (Bots), маркетплейси (Marketplace), платформу як послугу (PaaS), програмне забезпечення як послугу (SaaS) та біометричну ідентифікацію (Biometrics Identification).

Таблиця 1.3 – Бізнес-моделі та технології FinTech в банківській діяльності

Бізнес-моделі	Технологічні інновації
Платежі, грошові перекази, цифрові гаманці	BigData Analytics, Machine learning, AI, Bots, IoT
Кредитування, фінансування, краудфандінг	Marketplace, PaaS, SaaS, IoT
Управління капіталом та фінансовий трейдінг	BigData, AI, Bots, IoT
Управління програмами лояльності	BigData Analytics, Machine learning, Blockchain, IoT
Великі дані та прогнозування	Blockchain, Marketplace, PaaS, SaaS, IoT, Biometrics Identification
Розмовна комерція	API, Blockchain, Marketplace, PaaS, SaaS, IoT, Biometrics Identification
Фінансовий моніторинг та RegTech	BigData, Blockchain, Marketplace, PaaS, SaaS, IoT

Джерело: побудовано автором

Відкриті інтерфейси програмування додатків (API) спрощують для розробників створення нових додатків. Саме завдяки відкритим API комп'ютери можуть «спілкуватися» між собою. Замість того, щоб кожного разу кодувати все з самого початку, розробники можуть використовувати вже готові

частини потрібного функціоналу та швидко і зручно запускати нові послуги. Відкриття API банками значно спрощує розробку нових продуктів та послуг Fin-Tech-компаніям [22]. Зараз обговорюється, що НБУ зобов'яже банки протягом декількох років відкрити API. В Європейському союзі це врегульовано євродирективою PSD2, яка набула чинності з 2016 року [17].

Великі масиви даних (BigData) – це серія ефективних в умовах неперервного приросту даних підходів, інструментів та методів обробки структурованих та неструктурованих даних, що характеризуються великими обсягами та значним різноманіттям, до придатного для розуміння людиною стану [9]. Джерелами даних технології BigData є: публічні дані, соціальні мережі, Інтернет речей, особисті дані, комерційні транзакції. В банківській діяльності BigData застосовується разом з іншими технологіями, наприклад, штучним інтелектом, під час виявлення шахрайських дій, збору інформації про клієнта, в маркетинговій діяльності, в процесі прийняття кредитних рішень.

Оксфордський словник дає більш точне визначення, яке вже відображає розуміння змісту інтелекту людини: штучний інтелект – це теорія і розробка комп'ютерних систем, здатних виконувати завдання, які зазвичай вимагають людського інтелекту, таких як візуальне сприйняття, розпізнавання мови, прийняття рішень і переклад між мовами [1]. Структура такої програмної чи технічної системи включає три основних блоки: інформаційна база (знання в конкретній області), блок вирішення та інтелектуальний інтерфейс, який дає можливість здійснювати комунікації з технічною системою без додаткових спеціальних програм для введення даних. Штучний інтелект застосовується в банківській діяльності в CRM системах, для опрацювання великих масивів даних (наприклад, в процесі оцінки кредитоспроможності клієнта), під час пропозиції товарів, в on-line підтримці клієнтів у вигляді ботів тощо.

Машинне навчання (Machine learning, ML) – звід методів в області штучного інтелекту, набір алгоритмів, які застосовують,

щоб створити машину, яка вчиться на власному досвіді. В якості навчання машина обробляє величезні масиви вхідних даних і знаходить у них закономірності [24]. На даний момент машинне навчання охоплює широкий спектр банківських додатків.

Основа технології blockchain полягає в розподіленому зберіганні інформації. Це дозволяє зберігати важливу інформацію одночасно на багатьох серверах (у всіх учасників мережі), при цьому зберігати відкрито і безпечно. Наприклад, на базі цієї технології можна зберігати як історію банківських транзакцій клієнтів, так і базу контрактів, результати голосувань, відбитків пальців або історії хвороби. Інформацію, яка одночасно зберігається у багатьох місцях неможливо підробити, неможливо вкрасти, тому що оригінальні записи тут же можуть бути відновлені з сусідніх джерел. Провідні американські і європейські банки вже мають проекти по використанню даної технології. Також до них приєдналася і міжнародна платіжна система Visa, яка в використанні технології бачить можливість прискорення і здешевлення платежів. Також blockchain може значно знизити ризики шахрайства. Технологія Blockchain має величезний потенціал з точки зору спрощення та підвищення ефективності за рахунок створення принципово нової інфраструктури фінансових сервісів. Ця технологія може успішно використовуватися банками для проведення внутрішніх взаєморозрахунків і здійснення міжбанківських операцій, а також при проведенні мікроплатежів між фізичними особами. При цьому вона може значно спростити відстеження підозрілих транзакцій і в цілому підвищити прозорість угод [23].

Інтернет речей (IoT) – це сукупність взаємодіючих технічних систем і комплексів, призначених для реалізації суспільних відносин, в тому числі, пов'язаних з наданням послуг або проведенням робіт, на основі використання різноманітних даних і мережі Інтернет за безпосередньої участі або без участі суб'єктів цих відносин (юридичних або фізичних осіб) [7]. Інтернет речей дозволяє банкам отримувати необхідну

інформацію про діяльність клієнта.

Vots (боти) або чат-боти дозволяють автоматизувати такі процеси, як спілкування з клієнтами банку з приводу стану рахунку, банківських послуг та продуктів, безпеки власних заощаджень та інше. Дані технології покликані: зменшити витрати банків, наприклад на call-центри, за рахунок збільшення кількості каналів, через які можна взаємодіяти з клієнтами (працюють із дзвінками, смс-сповіщеннями і зверненнями); підвищити швидкість і якість сервісу організації, відповідаючи на питання клієнтів цілодобово.

Маркетплейси (Marketplace). Розвиток небанківських послуг кредитування дозволив надавати кредити клієнтам через посередницькі цифрові платформи, які поєднують кредиторів із позичальниками, з використанням власних коштів таких платформ або ж прямим кредитуванням між учасниками. У цій широкій категорії представлені платформи прямого кредитування в форматі P2P та онлайн балансове кредитування [7].

Застосування хмарних технологій для банківської установи дозволяє якісно підвищити ефективність використання банківських інформаційних систем для скорочення витрат управління бізнес-процесами та надання інноваційних сервісів клієнтам [6]. Найпоширенішими є такі хмарні сервіси:

- PaaS (платформа як послуга) – клієнт має можливість користуватися повноцінною віртуальною платформою з різними інструментами та сервісами.

- SaaS (програмне забезпечення як послуга) – клієнт має можливість користуватися певними програмними продуктами за допомогою мережі Інтернет.

Біометрія (Biometrics Identification), яка включає ідентифікацію за голосом, відбитком пальця або розпізнаванням обличчя, змінює спосіб надання фінансових послуг. Ця технологія не тільки відповідає вимогам щодо KYC перевірки, але й вирішує нагальні проблеми споживачів. Складність введення паролів та кодів стримує велику кількість користувачів

від використання нових цифрових фінансових рішень. Впровадження біометричного уніфікованого інтерфейсу платежу в Індії призвело до зростання обсягу цифрових платіжних транзакцій на 1000% [7].

На основі вище зазначених технологій розвивається ціла низка напрямів FinTech: фінанси та інвестування (альтернативне фінансування (краудфандінг, p2p, p2v); діджиталізація (фінансування); операційний та ризик менеджмент (докризовий, посткризовий); платежі та інфраструктура (мобільні платежі, сервіси переводу грошей); безпека даних (аналітика, безпека); інтерфейс споживача; RegTech (регулятивні технології); InshurTech (технології у страхуванні); управління персональними фінансами та добробутом (Wealth Tech). Розвиток фінансових технологій змінює не тільки способи просування фінансових послуг, а й їх надання та споживання. FinTech модифікує реалізацію функцій фінансової системи фінансовими інститутами та ринками, змінюючи як структуру, так і можливості, традиції й правила. Це проявляється в таких аспектах, як: зміни підходів у роботі фінансових інститутів; зміни звичок та очікувань клієнтів; зміни вимог, підходів та інструментів фінансових регуляторів; нові можливості та нові бізнес-моделі для економічних суб'єктів [19].

Розвиток FinTech активно підтримується різноманітними ініціативами та заходами Національного банку України (НБУ). Постановою НБУ затверджено Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 р. №391 від 18.06.2017 р., що передбачає низку ініціатив, наведених на рис. 1.2.

Вкінці 2017 р. інкубатор 1991 Open Data Incubator, за підтримки НБУ і ОТП банк, запустив конкурс для стартапів, які готові створювати нові фінансові послуги на основі відкритих даних банків. Мета проекту: акумулювати найбільш інноваційні ідеї в таких напрямках, як: банкінг, кредитування, аналітика BigData, платежі і транзакції, технології інвестування, а також технології розпізнавання клієнтів і протидії відмиванню грошей.

В межах проекту, НБУ і ОТП банк відкрили доступ стартапам до власних відкритих даних та API.



Рисунок 1.2 – Ініціативи НБУ щодо розвитку FinTech в Україні

Джерело: [14]

В межах проекту було розроблено наступні інноваційні рішення: CoinyPay, MarketBOX, YouScore, bNesis, CyberDataVizor, Sky Service FIN, Churn API (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 – Інноваційні рішення для банків

Рішення	Призначення	Характеристика
1	2	3
CoinyPay	Рішення для швидкої оплати онлайн і за допомогою мобільного	Прив'язуючи банківську карту до facebook-акаунту, чат-бот дозволяє швидко і безпечно виставити або оплатити рахунок через facebook messenger, перевірити баланс або історію транзакцій. У режимі 24/7 користувач може отримати інформацію про стан рахунку, курсі валют, актуальних банківських пропозиціях. Мета сервісу: зробити оплату послуг і товарів більш сучасною і допомогти бізнесу отримати нових клієнтів.
MarketBOX	Управління товарами і замовленнями на декількох торгових майданчиках через один кабінет	«Єдине вікно» продавця допомагає відслідковувати ефективність каналів продажів, вести облік активності, надає інформацію про замовлення, клієнтів, операціях і майданчиках, на яких торгує користувач. Для початку роботи досить завантажити прайс-лист, налаштувати інтеграцію з доступними маркетплейсами (таких зараз три: prom.ua, ui.ua і zakupka.com) і налаштувати особистий кабінет.
		Marketbox спрощує підтримку бази товарів, обробку замовлень і роботу з постачальниками. Продавець може швидше реагувати на зміни попиту, що, за словами розробників, дозволить не упустити жодного клієнта.
Churn API (аналіз клієнтської бази)	Прогноз відтоку клієнтів за рахунок аналізу	Подібна технологія дозволить зробити політику компанії по відношенню до клієнтів більш продуманою і прогнозованою, а головне, відкриє нові можливості для плідної комунікації і співпраці.

Продовження табл. 1.4

1	2	3
YouScore (скорингова платформа)	Оцінка благонадійності і потенціалу клієнта	<p>Збираючи і аналізуючи інформацію з відкритих джерел, YouScore через API передає її банку для оцінки благонадійності і потенціалу клієнта. Це дозволить запобігти використанню фінансових інструментів компаніями, пов'язаними з незаконною діяльністю або фінансуванням тероризму.</p> <p>На даний момент доступні п'ять модулів youscore: для автоматичного заповнення реквізитів, для перевірки приналежності клієнта до фінансово-промисловим групам, для визначення податкового боргу, для індексування фінансової стійкості клієнта (finscore) і для перевірки компанії по семи українським списку санкцій.</p>
bNesis (скоринговий сервіс)	Скоринговий сервіс	<p>Інтегрована кроссплатформенна технологія дозволяє швидко взаємодіяти з безліччю клієнтських програм, платіжних додатків, торгових майданчиків і акаунтів в соціальних мережах в єдиному інтерфейсі. Сервіс збирає інформацію про клієнта з відкритих джерел для аналізу його репутації і благонадійності. При цьому bnesis надає програмне забезпечення, яке розташовується на інфраструктурі (сервер, інтерфейс) самого клієнта.</p>
CyberData Vizor	Безпека онлайн-банкінгу	<p>Забезпечення безпечної та надійної системи аутентифікації клієнтів платіжних сервісів за рахунок використання технології digital fingerprints («цифрових відбитків») девайсів, які використовуються для здійснення транзакцій. Команда планує запустити аналогічне рішення для малого та середнього бізнесу, що розширить для клієнтів банківських послуг набір ефективних інструментів і кардинально змінить стратегії компаній в секторі на роки вперед.</p>

Продовження табл. 1.4

1	2	3
Sky Service FIN (хмарна каса)	Хмарні каси для обліку, аналізу бізнес-активності та контролю за звітністю компанії в режимі 24/7	Сервіс автоматизує рутинні операції для малого і середнього бізнесу. Користувач може в режимі реального часу контролювати роботу компанії, вести управлінський і складський облік, адмініструвати роботу персоналу. Є кілька модулів для клієнтів: модуль контролю доставки товарів, конструктор програми лояльності, модуль розумної аналітики для розрахунків прибутку, закупівель, вільного місця на складі. Найближчим часом буде запущений пілотний проект по інтеграції хмарної каси в систему ОТП банку.

Джерело: побудовано автором

На сьогодні шляхом використання технології мобільного гаманця, створивши спільний контент з нефінансовими установами, банк стає для клієнтів «єдиним вікном», за допомогою якого вони задовольняють свої фінансові і нефінансові потреби. Так, клієнти УкрСиббанку, які є держателями карток Mastercard, отримують переваги у використанні безконтактних платежів на основі сервісу Android Pay від Google. УкрСиббанк одним із перших українських банків запровадив досить надійний інструмент розрахунків за допомогою смартфона в один дотик на основі даного сервісу. Можливість використання інноваційного сервісу виникла у зв'язку з раніше запущеною в Україні глобальною цифровою платформою Mastercard Digital Enablement Service (MDES), завдяки якій створюється унікальний шифр (токен), що дозволяє досягти максимального рівня захисту платіжної транзакції [17].

Українські банки пропонують використовувати смартфони не тільки для оплати товарів і послуг, але й для прийому платежів. Мобільний еквайринг для бізнесу пропонують два українські банки – Райффайзен Банк Аваль (PayMeUkraine) і ПриватБанк (iPay). Обидва банки випускають картрідери, які

приєднуються до смартфона за допомогою роз'єму для навушників. У комплекті зі спеціальним додатком пристрої дозволяють кур'єрам, таксистам і невеликим торговим точкам приймати до оплати пластикові картки. Завдяки міні-терміналам ПриватБанку спільно зі стартапом Poster вдалося створити повноцінну касу на смартфоні або планшеті. Вся інформація про торгові операції зберігається в хмарі, а безготівкові платежі проходять через мобільний POS-термінал. Каса може замінити традиційні системи ведення обліку в ресторанах і магазинах [14].

Надсучасним напрямом удосконалення управління банківськими послугами стало рішення національного рівня створити, за ініціативи АТ «Державний ощадний банк України», платформу OschadBankID. Дана платформа є засобом ідентифікації та верифікації користувача банківської картки державними органами, що дозволяє отримувати адміністративні послуги в on-line режимі. Використовуючи електронний цифровий підпис, клієнт може оформити дозвільні документи навіть на відкриття та ведення власного бізнесу. Таке нововведення покращить інвестиційний клімат у країні, мінімізує корупційну складову у взаємовідносинах громадян та бізнесу з державними органами [13].

Варто звернути увагу також на питання загроз, які впливають на розвиток інновацій в банківській системі, адже розвиток технологій посилює конкуренцію на ринку. Тому для того, щоб бути затребуваними, банківським установам потрібно постійно спостерігати за світовими тенденціями та інноваціями. Адже в еру новітніх технологій з'явилися фінансові установи, які виконують деякі банківські операції, отже, є конкурентами для банків. З огляду на особливості банківського бізнесу та значну конкуренцію, проблема розвитку інноваційної діяльності стала особливо актуальною. Крім того, вдосконалення інноваційної діяльності є досить складною справою, тому потрібне різнопланове спрямування для забезпечення ефективності та очікуваної результативності роботи банків. Необхідно

покращувати не лише технології, послуги та продукти, а й способи організації діяльності банків, комунікації з клієнтами, просування продуктів та ін.

Таким чином, інноваційна діяльність банків набирає обертів. Банки активно співпрацюють з FinTech-компаніями, застосовуючи такі технології, як: інтерфейси програмування додатків (API), штучний інтелект (AI), машинне навчання (Machine Learning), великі масиви даних (BigData), технології розподіленого доступу (Blockchain), Інтернет речей (IoT), боти (Bots), маркетплейси (Marketplace), платформа як послуга (PaaS), програмне забезпечення як послуга (SaaS) та біометрична ідентифікація (Biometrics Identification). Ці інноваційні технології дають змогу оптимізувати бізнес-процеси банків та залучити нових клієнтів. У співпраці між банками та FinTech-компаніям є нові перспективи для клієнтів і економіки в цілому. Більш ефективні, доступні, швидкі і зручні сервіси для банків дозволяють не тільки зберегти вже існуючих клієнтів, а й залучити нових, розширити асортимент товарів та послуг, а також вийти на нові ринки, відкриті для подібних рішень.

Потужна інфраструктура у вигляді високого проникнення мобільного зв'язку та смартфонів разом із технологічно грамотним населенням сприятиме розвитку інноваційної діяльності банків в Україні. Продовження гармонізації правового поля в Україні з Директивами Європейського Союзу щодо електронних грошей, віддаленого відкриття рахунків, багаторівневої ідентифікації клієнтів (KYC), PSD2, відкритих API та використання третіх сторін як агентів може в подальшому сприяти розвитку інноваційних технологій в банківській сфері в Україні.

1. Artificial intelligence. English Oxford Dictionaries. URL : https://en.oxforddictionaries.com/definition/artificial_intelligence.

2. Frame W.S. Technological change, financial innovation and diffusion in banking / W.S. Frame, L.J. White. – Federal Reserve Bank of Atlanta. Working Paper 2009-10. URL : <http://www.frbatlanta.org/filelegacydocs/wp0910.pdf>.

3. Lerner J., Tufano P. The Consequences of Financial Innovation: A Counterfactual Research Agenda. *Annual Review of Financial Economics*. 2011. № 3. P. 6.

4. Miller M.H. Financial innovation: The last twenty years and the next. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. December 1986. P. 459-475.

5. Tufano P. Financial Innovation: The Last 200 Years and the Next. *The Handbook of the Economics of Finance* / Edited by George M. Constantinides, Milton Harris and René M. Stulz. JAI Press, Inc., 2003. P. 307 – 335.

6. Баглай Р.О. Загрози безпеки хмарних технологій для банків. *Системи обробки інформації*. 2018. Вип. 1 (152). С. 127–135.

7. Банківський менеджмент: підручник / за ред. О.А.Кириченка, В.І.Мищенко. К.: Знання, 2005. 831с.

8. Баранов О.А. «Інтернет речей» як правовий термін. *Юридична Україна*. 2016. № 5-6. С. 96-103.

9. Береговой В.А. Инновации на финансовых рынках в условиях глобализации экономики. *Инновация*. 2005. № 2. С. 37-42.

10. Гетьман Л.Г. Напрямы розвитку інноваційної діяльності у банківській сфері. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Економічні науки*. № 12 (22). 2 т. 2016. С. 49 – 54.

11. Гнітецький Є.В. Big Data в маркетингу: орієнтація на споживача. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2017. №14. URL : <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/108730>.

12. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV. URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>.

13. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти: монографія / С.Б. Єгоричева; ВНЗ у кооперації «Полтавський університет економіки і торгівлі». Полтава: ТОВ «АСМІ», 2010. 348 с.

14. Інновації українських банків: смартфони, годинники і селфі. URL : <http://svb.ua/news/innovatsii-ukrainskikh-bankiv-smartfoni-godinniki-i-selfi?page=40>.

15. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року: Постанова НБУ №391 від 18.06.2017 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/v0391500-15>.

16. Мінаков О.В. Облік і аналіз в управлінні інноваційною діяльністю підприємств : автореф. дис. ... к.е.н. : 08.00.09 / О.В. Мінаков ; Держ. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. К., 2009. 22 с.

17. Офіційний сайт АТ «УкрСиббанк». URL : <https://ukrsibbank.com/ua/personal/news/405121>.

18. Плачевський І. Фінтех прилаштовується до банків URL : <https://finclub.net/ua/analytics/fintekh-prylashtovuietsia-do-bankiv.html>.

19. Поченчук Г.М. FinTech у структурі фінансової системи.

Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Вип. 21. С. 49 – 55.

20. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі : Закон України від 15 грудня 1993 року №3687-XII. URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3687-12>.

21. Уткин Э.А. Стратегический менеджмент: способы выживания российских банков. М.: Фонд экономического просвещения, 1996. 180 с.

22. Фінтех в Україні: тенденції, огляд ринку та каталог. Проект USAID «Трансформація фінансового сектору». 76 с. URL : https://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_ua.pdf.

23. Чайковський Я.І., Ковальчук Я.Ю. Банківські інновації: перспективи та загрози електронних банківських послуг. *Світ фінансів*. 2018. Вип. 4. С. 121-136. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/svitfin_2018_4_12.

24. Штучний інтелект, машинне навчання та нейронні мережі – у чому різниця і для чого їх використовують. URL : <https://evergreens.com.ua/ua/articles/machine-learning-overview.html>.

25. Що таке технологія Blockchain і як її можуть використовувати банки? URL : https://bankchart.com.ua/depoziti/statti/scho_take_tehnologiya_blockchain_i_yak_yiyi_mozhut_vikoristovuvati_banuki.

1.4 Форми взаємодії банків з Fintech

Сучасним трендом розвитку світової економіки є цифрова трансформація (цифровізація), яка обумовлена виникненням нових технологій та бізнес-моделей (див. п. 1.3). Прискорений розвиток фінансових технологій (FinTech), поява яких стала результатом інтеграції фінансів і технологій, призвела до суттєвих трансформацій фінансового простору та позначилася на поведінці споживачів фінансових послуг, змінивши їх потреби та вимоги до банківських продуктів та послуг. За цих обставин, на ринку фінансових послуг формується новий попит з боку клієнтів, на задоволення якого мають працювати фінансові установи. Зокрема, споживачі фінансових послуг в умовах динамічного рівня життя, недостатнього рівня знань та компетенцій, надають перевагу автономному банківському досвіду, передаючи фахівцям банківського бізнесу