

Володимир КОРНЄЄВ

ФІНАНСОВІ ІННОВАЦІЇ БАНКІВ І МОЖЛИВОСТІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Розглянуто теоретичні та практичні аспекти фінансових інновацій банків, а також визначено передумови їх впровадження. Виокремлено основні бар'єри для розвитку банківських фінансових інновацій в Україні та визначено шляхи їх усунення. Проведено класифікацію банківських інновацій і дано їм детальну характеристику.

Фінансові інновації каталізують розвиток фінансових ринків та його інститутів, надають переваги гнучкості економічної поведінки, коли учасники-контрактори отримують нові інструментарні можливості підвищення результативності господарювання і, як правило, з порівняно меншими трансакційними витратами.

Дослідження природи фінансових інновацій, зокрема у банківській діяльності [1; 2; 3], не задовольняють зростаючий попит на результати розробок у цьому напрямку. Роль фінансових інновацій у розвитку фінансового та інших секторів економіки надзвичайно важлива – вони змінюють не тільки вартість і доступність окремих видів фінансування, а й впливають на формування і рух грошових і товарних ресурсів, на інвестиційні уподобання професійних учасників ринку та запити їх клієнтів. Можливості капіталізації авансованих активів, попередження і розподілу ризиків в різних секторах ринку значно зросли і, попри наслідки останньої кризи, продовжують зростати.

Впровадження нових та оновлення наявних фінансових інструментів суттєво впливає на особливості обігу фінансових активів. Так, М. Головнін зазначає, що “розвиток процесу фінансової інновації збільшує кількість замінників грошей, у т. ч. з

достатньо високим ступенем ліквідності. Внаслідок цього підвищується ліквідність деяких фінансових інструментів, які простіше використовувати як засіб обігу. В результаті саме поняття грошей стає розпливчатим” [4, 31].

Фінансові інновації сприяють розширенню операційних рамок економічної діяльності і більшій гнучкості комерційного волевиявлення. У цьому значенні інновації, безумовно, ґрунтуються на економічному інтересі, який означає постійний “пошук прибуткових інвестиційних можливостей” [5, 14]. Менеджери-ініціатори інновацій за відповідних умов розробляють, отримують і використовують “калейдоскоп інвестиційних можливостей” [6, 9]. Водночас це відображає і отриманий результат, і новий імпульс модернізації розвитку на інноваційній основі.

Окрім позитивної репутації першопрохідця (доведення затребуваності свого фінансового продукту і підтвердження продуктивності власних нематеріальних активів), ініціатори інновацій користуються перевагами піонерного охоплення ринку, внаслідок чого їх частка на ринку може утримуватись домінуючою достатньо довго.

Більшість фінансових інновацій продукуються і реалізуються банками або за участі банків як провідних інститутів фінансового

ринку при наданні/споживанні банківських послуг. У практичній площині банківська діяльність постійно потребує оновлення форм і засобів досягнення поставлених цілей, що забезпечується впровадженням і реалізацією фінансових інновацій.

В останнє десятиріччя передумовою створення нових банківських продуктів і впровадження банками фінансових послуг з інноваційними ознаками стало формування нової парадигми розвитку економіки саме на інноваційній основі. Інноваційна складова в управлінні банківськими активами, капіталом і зобов'язаннями означає постійну модифікацію традиційних і впровадження нових фінансових інструментів, продуктів і технологій. Мінливість ринкового середовища залишається однією з найважливіших особливостей розвитку банків як провідних фінансових інститутів.

Попри окремі відмінності у розумінні термінів “фінансова інновація” та “банківська інновація”, вони співвідносяться як ціле і частина, що інколи можуть бути і неподільними. Тому є підстави в багатьох випадках розуміти фінансову інновацію саме як банківську інновацію і навпаки, які розкриваються через оновлення інструментів і напрямів фінансової та банківської діяльності.

Поняття “фінансова інновація” тісно пов'язане з такими поняттями, як “фінансові інструменти”, “фінансові продукти”, “фінансові операції” і “фінансові послуги”. Їх екстраполяція у банківське середовище дозволяє говорити відповідно про банківські послуги, банківські операції, банківські продукти і т. д. Оскільки інновації у банківській діяльності реалізуються через надання і споживання банківських послуг, то банківські інновації проявляються саме через новаторство у сфері обслуговування клієнтів.

Отже, фінансова інновація реалізується в інтересах і на потребу учасників ринку, забезпечується їх професійною діяльністю,

ґрунтується на впровадженні нових чи переконбінуванні наявних фінансових інструментів і проявляється через надання–споживання відповідних фінансових послуг.

Роль фінансових інновацій як каталізатора економічного розвитку не є однозначною позитивною, що збільшує капіталізацію активів і ринків. Непрофесійне (ажіотажне, надмірно спекулятивне) оперування новими інструментами і продуктами може спричинити і зворотний процес – розбалансування розвитку, що може спровокувати кризу. В окремих дослідженнях наголошується, що криза 2008–2009 рр. обумовлена саме фінансовими інноваціями. Так, В. Мау вважає, що остання криза є інноваційною кризою, це “бунт фінансових інновацій проти своїх творців” [7]. При цьому явна неточність проявляється у тому, що априорі інструмент не може бути “поганим” чи “бунтівним”, – справа в підходах і майстерності його використання.

Розвиток сфери фінансових послуг є лакмусом затребуваності фінансових інновацій, оскільки реалізація інновації здебільшого орієнтована на вирішення запитів і завдань обслуговування клієнтів. Фінансові інновації продукуються як результат перебудови й ускладнення відносин економічних суб'єктів – агентів ринку з приводу вкладення, придбання і перерозподілу фінансових ресурсів з використанням різних фінансових інструментів.

Формування клієнтоорієнтованої економіки та розвиток фондового ринку розширили можливості застосування інноваційних продуктів. Зміна усталених донедавна відносин потребує оновлення існуючого фінансового інструментарію і задоволення потреби у фінансових інноваціях. В деякій мірі оновлені відносини між учасниками ринку можна назвати інноваційними. У цьому руслі доцільно визначати об'єктно-суб'єктну структуру інноваційних відносин, де

об'єктом є фінансова (банківська) інновація, а суб'єктами виступають банки – як безпосередньо ініціатори-продуценти інновацій чи партнери інших інноваторів в рамках наявної інфраструктури. Фінансова інновація як об'єкт фокусування інтересу різних суб'єктів може бути множинною (етапною чи структурованою), що дозволяє її реалізовувати послідовно частинами (коли пов'язані частки кристалізують кінцевий результат цілого). Взаємодія і позиційне перекомбінування участі різних суб'єктів інноваційного процесу дає змогу визначати динамічну його структуру у відповідний проміжок часу.

Життєвий цикл фінансової інновації, як і будь-якого іншого спочатку незвичного явища, складається з етапів зародження і формалізації ідеї, її просування до практичного споживання у формі фінансової послуги (продукту), розповсюдження серед загалу і набуття ознак усталеної традиції. Такий цикл може бути відносно швидким (наприклад, розвиток ринку банківських карток, особливо дебетових) чи тривалим (впровадження послуг страхування життя, недержавного пенсійного забезпечення). Тиражування фінансових інновацій означає зміну фінансових технологій і культури обслуговування економічних потреб учасників ринку.

Банківські інновації є індуктивними та водночас імпліцитними. Індуктивний характер проявляється у тому, що, по-перше, їх поява ланцюговим методом продукує пов'язані зміни в технологіях фінансового обслуговування клієнтів в інших банках та небанківських установах; по-друге, інновація віддзеркалює зміни умов функціонування економічного суб'єкта. Імпліцитність є відображенням як появи нових фінансових інструментів, так і перекомбінуванням наявних з них в інтересах економічних агентів, що спричиняється також мінливими умовами їх функціонування і диверсифікацією можливостей залучення/розміщення

капіталу. На практиці це дає змогу передбачати появу тих чи інших інноваційних продуктів відповідно до регуляторних вимог чи/або змін потреб клієнтів банку.

Оскільки предметом праці у банківському середовищі є такі фінансові активи, як гроші та грошові документи (цінні й інші папери) чи права вимоги на них, то інновації стосуються поновлення продуктового ряду пропонованих банківських послуг водночас зі змінами характеристик дохідності та ризику використання тих чи інших фінансових інструментів.

Загальна послідовність вивчення попиту на інноваційні банківські продукти передбачає:

- аналіз наявних джерел інформації (дані засобів масової інформації; статистичні дані; реклама і звітність банків; рахунки, ордери клієнтів);
- збір додаткової інформації (анкетування; опитування телефонне, поштове, особисте; аудіо- і відеозапис) [8, 5].

Фінансові інновації часто створюються банками та іншими структурами для вирішення індивідуальних (приватних) завдань своїх клієнтів. Після адаптації інновацій до запитів масових споживачів, стає можливим розповсюдження інновацій серед широкого загалу. Таким чином фінансові установи як інноватори-продуценти та їх клієнти взаємопов'язано функціонують у ситуативних чи усталених рамках того чи іншого сегмента фінансового ринку.

Банківські інновації стають все більш чітко сегментованими, виокремлюються із сукупного інноваційного середовища і поширюються завдяки масовому використанню банками та їх клієнтами сучасних інформаційних технологій. Якість і темпи інформатизації створюють і визначають загальний бізнес-фон функціонування банківського бізнесу.

Процес впровадження інновацій у банківській діяльності тісно пов'язаний також зі стадіями економічного циклу: в період зростання з'являється більше підстав пропонувати нові фінансові продукти та послуги. Але і в період спаду, коли актуалізуються питання ліквідності банків з підтвердженням їх платоспроможності і визначальним стає завдання нейтралізації загрози їх краху, інновації дозволяють розширити поле маневрування і варіанти виходу з кризи.

Виникнення інновацій на фінансових ринках не є довільним і обумовлюється як глибинними, так і ситуативними причинами. “Більшість фінансових інновацій пояснюється впливом або ринку, або регулятивних органів...”, – зауважував Дж. Сінкі [5, 66]. Потреби і запити клієнтів спонукають до перегляду форм їх обслуговування та змін характеристик задіяних при цьому фінансових інструментів.

Але все більш важливим чинником, що прискорює появу фінансових інновацій, є зміни регулятивного характеру. В останні кільканадцять років відбулась суттєва лібералізація банківської діяльності в руслі загального дерегулювання ринку фінансових послуг (що має і позитивні, і негативні наслідки). Скасувались заборони, які раніше обмежували поєднання дій банків на різних сегментах ринку, – особливо після прийняття Закону США “Про фінансову модернізацію” ще у 1999 р., після чого повсюдним явищем стала універсалізація банківської діяльності.

Відповідно змінився і характер конкуренції. Поступово зникає різниця між фінансовими конгломератами, комерційними й інвестиційними банками, позичково-ощадними та іншими установами. Інновації в системах платежів, депозитарно-клірингових розрахунках постійно сприяють поширенню сегментованих раніше ринків до глобальних масштабів. Водночас з тим, що

“спостерігається яскраво виражена уніфікація глобальної фінансової індустрії, внаслідок чого фінансові інновації швидко розповсюджуються по всіх світових ринках ... регулювання обмежується національними рамками і у світовому масштабі реакція на появу нових продуктів має фрагментарний характер” [9, 7].

Щодо вартості фінансових інновацій (витрат на їх впровадження), то внаслідок своєї початкової ексклюзивності інновації є дорогими. Так, наприклад, П. Туфано після опитування менеджерів крупних інвестиційних банків відзначив стократний діапазон витрат на впровадження фінансових інновацій в межах від 50 тис. до 5 млн. дол. США [Цит. за: 5, 762]. Основні статті витрат при цьому стосуються: а) консультацій юристів, бухгалтерів, регуляторів і податківців; б) комп'ютерних систем для ціноутворення і торгівлі; в) капіталу і персоналу для діяльності в якості маркет-мейкера; г) навчання емітентів, інвесторів і трейдерів. Інші оцінки аудиторської компанії PricewaterhouseCoopers (PwC) – при впровадженні нових послуг до 40% клієнтів можуть бути збитковими для компаній-ініціаторів фінансових новацій.

Стосовно майбутньої вартості як очікуваних грошових надходжень на баланс банку-ініціатора інновацій (чиста приведена вартість – NPV), то відповідні розрахунки завжди індивідуалізовані внаслідок мінливості складових таких розрахунків. Втім, очевидно, що найбільшу додану вартість продукують інновації, що створюють нові ринки, – це досягається за рахунок прояву ефекту масштабу поширення нового продукту через мультиплікацію його затребуваності серед користувачів.

Як зауважував Дж. Саткліфф, “високо-ефективні компанії завжди визначають для себе те, що ми називаємо “клієнт-орієнтованим алгоритмом створення вартості”. По

суті, він є формулою ведення комерційної діяльності, що обумовлює способи задоволення потреб клієнтів та набір процесів і ресурсів, необхідних для їх задоволення. Для створення такого плану успішної діяльності компанія повинна добре розуміти своїх клієнтів, а також мати з ними тісні відлагоджені взаємостосунки. Окрім цього, від компанії вимагається творчий підхід до використання наявних ресурсів, що дозволяє контролювати витрати, пов'язані з процесом створення вартості як для клієнтів, так і для акціонерів” [10, 39].

Перелік фінансових та банківських нововведень досить значний і навряд чи може бути вичерпним, – він постійно доповнюється відповідно до практичних потреб. Побудова класифікації банківських інновацій можлива з використанням різних критеріїв. На основі використання критерію радикальності інновацій (інновації на ринку “вперше” чи “удосконалені”) можна виокремити такі фінансові інновації та інноваційні процеси у банківській діяльності: а) нові банківські фінансові інструменти, послуги, продукти та їх первинне впровадження; б) інноваційна декомпозиція чи в) інноваційне сполучення наявних інструментів (послуг, продуктів). В останніх двох випадках має місце інструментарна комбінаторика з необхідними варіаціями реалізації базисного банківського продукту.

Можливі інші варіанти класифікації банківських інновацій: за критерієм охоплення клієнтів (розраховані на масового чи ексклюзивного клієнта); за інструментарною сегментацією (інновації у конкретних боргових, пайових, похідних, гібридних інструментах чи їх сполучних варіантах).

Втім, попри наявну радикальність, широту охоплення клієнтів та інструментарну сегментацію, фінансові інновації переважно мають комплексний характер прояву на ринку. Інструментарна комбінаторика реалізації фінансових інновацій зводиться до “пере-

пакування” вже існуючих фінансових інструментів і послуг в оновлену форму на вимогу ситуативних змін кредитно-інвестиційних характеристик переміщення ресурсів. При цьому банки та інші установи як продуценти фінансових послуг створюють новаційні фінансові інструменти через диференціацію (дроблення) звичних продуктів і послуг чи додавання до них нових властивостей.

Наприклад, у цьому плані показові європейська та американська моделі сек'юритизації активів. Євромодель використовує так звані “облігації з покриттям” (covered bonds-СВ), які після процесу сек'юритизації залишаються на балансі банку-кредитора. Це боргові цінні папери, що забезпечуються пакетом заставних, за якими інвестор має переважне право погашення боргу при дефолті емітента.

Американська модель сек'юритизації активів використовує цінні папери, які забезпечені іпотеками (mortgage-backed securities – MBS). На відміну від заставних, MBS не обліковуються в бухгалтерському балансі емітента. Така схема сек'юритизації визначила необхідність появи на ринку свого роду спеціалізованих операторів вторинного ринку, які залучають ресурси (в основному через випуск різних цінних паперів) для купівлі пулів іпотечних кредитів у свій портфель, або сек'юритизують їх у формі MBS через систему трастів. Тобто, в американській моделі кожний наступний кредит використовує як забезпечення кредит попередній. Банки, що надали іпотечні кредити і випустили під них цінні папери, які не обліковуються на балансі банку, вважали свою справу зробленою. Тим самим з'являлась спокуса видавати більш ризиковані кредити, – банки виявились захищеними у масштабах кредитування, а не у платоспроможності позичальника.

Ризикованість фінансових інновацій у цьому випадку проявилась у зміні бізнес-поведінки банків. Традиційна модель “ку-

пити і тримати” (buy-and-hold) змінилась на “створити і перерозподілити” (originate-and-distribute). Інвестори, що багаторазово купували “перепаковані” цінні папери не могли знати про реальне їх забезпечення і вимушені були користуватися недосконалими оцінками рейтингових агентств.

Практично інноваційними залишаються операції з похідними інструментами (деривативами) – опціонами, ф'ючерсами, форвардами, варантами – внаслідок постійних кон'юнктурних змін умов реалізації контрактів чи учасників відповідних “парі”. Втім такі інструменти фактично є “надбудовними” і значною мірою залежать від розвитку ринків базових активів.

В Україні операції банків з іпотечними інструментами та деривативами ускладнені як недоліками нормативно-правової бази, так і обмеженістю потреб хеджування ризиків кон'юнктурного характеру. Вітчизняні ринки деривативів нерозвинуті також внаслідок численних проблем ринків базових активів (валюти, цінних паперів).

Можна навести інший приклад інструментарної комбінаторики реалізації фінансових інновацій в середовищі банків України. З настанням кризи з'явилися депозитні пропозиції для населення з терміном розміщення заощаджень на тиждень-два, чого раніше не спостерігалось – до кризи мінімальний термін банківського депозиту відліковувався в 1 місяць. Змінені потреби банків у цьому та в інших випадках спонукали до більшої індивідуалізації обслуговування клієнтів, і це зрозуміло – новий час завжди вимагає нових інструментів та появи відповідних інновацій.

Таким чином, доцільною є фіксація як базового критерію радикальності інновацій та виокремлення на його основі трьох груп інноваційних процесів у банківській діяльності:

а) розробка і первинне впровадження банками нових фінансових інструментів, послуг і продуктів;

б) інноваційна декомпозиція наявних фінансових інструментів з виокремленням їх складових як операційно самостійних (наприклад, овердрафт на час подорожі, облигація з нульовим купоном);

в) інноваційна композиція – інноваційне поєднання вже наявних фінансових інструментів під час їх використання (це наприклад, депозити і кредити з плаваючими ставками, облигації з офертою, конвертовані та індексні облигації).

Проблеми розробки і впровадження банківських інновацій віддзеркалюють наявність аналогічних проблем більш високого макроекономічного рівня, що залишаються невирішеними донині (зокрема, це відстала технологічна структура економіки, низька частка інноваційних розробок у секторі нефінансових корпорацій та в економіці загалом, незадовільний рівень інформатизації тощо).

Відслідковування банківських інновацій ускладнюється тим, що необхідна для цих цілей банківська інформація фактично залишається закритою до початку впровадження і поширення інноваційного банківського продукту. Невід'ємною перепорою реалізації банківських інновацій є необхідність їх обов'язкової комерціалізації як форми підтвердження зацікавленості ринком, що характерно для всіх бізнес-структур. Значні ризики “просування” нових банківських продуктів при значних попередніх витратах та невизначеності строків їх окупності також обмежують активність банків у цьому напрямку діяльності.

Додаткові бар'єри для поширення банківських інновацій в Україні складають:

- усталені операційні уподобання більшості клієнтів, їх консервативні фінансова поведінка і ділова культура;
- нерозвинуті методи розробки нових банківських продуктів і послуг;
- недостатній розвиток інформаційних технологій та проблеми інформаційної безпеки.

Розв'язання цих та пов'язаних з ними проблем впровадження фінансових інновацій у банківську діяльність відповідно до запитів клієнтів банку можливе через побудову спеціальної бізнес-моделі управління взаємовідносинами з клієнтами (УВК-модель, зарубіжний аналог якої має абревіатуру і назву: CRM – Customer Relationship Management). Інший аналог, що набуває поширення в інвестиційній сфері – “Investor Relations” як частина корпоративної стратегії в рамках розвитку клієнтоорієнтованої економіки. Тобто впровадження фінансових інновацій передбачає врахування, як обов'язкових, психологічних чинників оцінки економічної поведінки клієнтів банку.

В рамках УВК-моделі вирізняються три пов'язані сегменти – ланки економічних взаємовідносин між учасниками ринку: 1) B2B (business-to-business) – економічні взаємовідносини між юридичними особами; 2) B2C (business-to-consumer) – економічні взаємовідносини між юридичною і фізичною особами; 3) C2B (consumer-to-business) – обернений зв'язок між фізичною і юридичною особою [11, 57–58]. За оцінками, перша ланка взаємовідносин є домінуючою серед інших, вартість угод в якій щонайменше вдвічі перевищує аналогічний показник в інших сегментах. Проте ланки B2C і C2B забезпечують споживачам банківських послуг нову якість споживання, – зокрема через індивідуалізований цілодобовий доступ до товарів і послуг зменшуються витрати часу на їх пошук і доставку. У перспективі, як зауважує Д. Александров, крупні банківські та інші фінансові структури зможуть поступово передавати незалежним посередникам (персональним фінансовим консультантам) права щодо залучення та обслуговування клієнтів онлайн [12].

В процесі формування, впровадження і використання інноваційних фінансових

продуктів необхідне детальне вивчення конкретних ситуацій фінансового обслуговування, що потребує трудомісткого аналізу ринкової поведінки економічних контрагентів, особливостей переміщення грошових потоків фінансової установи.

Процес впровадження фінансових інновацій у банківській діяльності пов'язаний з інституалізацією банківських активів. Інституалізація фінансових активів у банківській діяльності є процесом їх легітимізації, що проявляється як результат регульованого становлення інституту ринку банківських послуг відповідно до потреб його учасників і передбачає:

- а) розвиток банків (як провідних інституційних одиниць сектора фінансових корпорацій) в рамках дотримання державних регулятивних вимог та задоволення запитів клієнтів щодо рівня та якості їх обслуговування з використанням фінансових інновацій;
- б) утворення-сегментацію окремих видів фінансових інновацій як реакції на зміни регуляторного і кон'юнктурного середовища.

Свого часу І. Ансофф зауважував, що “... глибока інституалізація здійснюється тільки тоді, коли ... основна маса коштів вкладається у стратегічну діяльність” [13, 514]. Тому досягнення необхідних цілей при впровадженні банківських інновацій можливе тільки на основі стратегічного передбачення розвитку ринків, а не є набором ситуативних заходів.

Зворотний вплив інституалізації фінансових активів на розвиток банківських систем визначається перспективами зростання їх капіталізації завдяки відмові клієнтів банків від тезаврації власних заощаджень та легальному їх розміщенню на банківських рахунках шляхом користування відповідними банківськими послугами та фінансовими інструментами.

Література

1. Єгоричева С. Б. Інноваційна діяльність комерційних банків: стратегічні аспекти. – Полтава: ТОВ “АСМІ”, 2010.
2. Полищук А., Зварыкина Е. Коммерческие банки: новые услуги и инновационные технологии / Бизнес и банки. – 2010. – № 2.
3. Гафурова Д. Специфика инновационной трансформации в современном банковском секторе // Финансовый бизнес. – 2009. – № 3–4.
4. Головнин М. Ю. Развитие денежно-кредитной сферы в трансформационный период. Россия и страны Центральной и Восточной Европы. – М.: Книжный дом “ЛИБРОКОМ”, 2009.
5. Синки Дж. Финансовый менеджмент в банке и индустрии финансовых услуг. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
6. Шарп У. Ф., Александер Г. Дж., Бейли В. Дж. Инвестиции. – М.: ИНФРА-М, 2003.
7. Мау В. Кризис на начальной стадии: причины и проблемы. – Режим доступа: http://www.iet.ru/files/text/policy/2008_6/mau.pdf
8. Николаева Т. Изучение спроса как основа банковского маркетинга // Бизнес и банки. – 2010. – № 3.
9. Улюкаев А., Куликов М. Глобальная нестабильность и реформа финансовой сферы России // Вопросы экономики. – 2010. – № 9.
10. Сатклифф М. Эффективная финансовая деятельность. – М.: Вершина, 2007.
11. Стрелец И. Обменные сделки в условиях электронной коммерции // МЭиМО. – 2009. – № 4.
12. Александров Д. Финансовые услуги в России: быстрый взгляд на перспективу // Рынок ценных бумаг. – 2010. – № 8. – Режим доступа: <http://www.rcb.ru/rcb/2010-08/55867/>.
13. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989.