

На сьогодні банківські установи прагнуть досягти і утримати стійкість своїх конкурентних позицій на ринку банківських послуг, використовуючи різноманітні методи і форми конкурентної боротьби. Саме тому будь-які аспекти діяльності банківських установ стають сферою впровадження інноваційних продуктів, серед яких необхідно виділити: застосування фінансових інструментів і технології обслуговування, розроблення нових банківських продуктів та послуг, зміни в організаційній структурі та в бізнес-процесах банківських установ, застосування інноваційних каналів збуту та методів реклами [1].

Основою інформаційних технологій, полем, на якому банківські установи можуть розгорнути свою інноваційну діяльність, є нині глобальна мережа Інтернет. Вона, будучи ефективним засобом передачі інформації, просто не могла не зацікавити банківські установи як джерело нових можливостей роботи із клієнтами. Разом з тим, Інтернет створює унікальні можливості інтеграції власних інформаційних ресурсів банківської установи.

Правові відносини, які виникають між клієнтами та банком за допомогою Інтернету, останнім часом набувають все більшого поширення [2].

Водночас, для постійного й системного нарощування конкурентних переваг вітчизняними банківськими установами слід повніше використовувати можливості Інтернет-технологій задля розвитку своїх продуктів і послуг. Це можуть бути інноваційні рішення з метою підвищення ефективності і прискорення фінансово-господарських операцій клієнтів шляхом застосування інтернет-еквайрингу; для повної автоматизації наявних електронних операцій, що здійснюються з використанням систем Інтернет-банкінгу; для виявлення можливостей та розроблення відповідних механізмів використання у майбутньому перспективних для української економіки додаткових фінансових послуг, зокрема, хеджування валютних ризиків та депозитів, що індексуються [3].

Отже, сучасна банківська система розвивається під впливом конкуренції між її учасниками. Конкуренція примушує боротись за клієнтів, поліпшуючи якість і розширюючи асортимент банківських продуктів, пропонуючи клієнтам нові, більш вигідні умови співпраці. Спрямованість та зміст банківських інновацій мають розширювати конкурентні переваги банківської установи. Конкурентоспроможність сучасної банківської установи безпосередньо залежить від здатності менеджменту повноцінно використовувати можливості інформаційних мереж і технологій для впровадження нових банківських послуг, які підвищують їх цінність для різних груп цільових споживачів.

Перелік посилань:

1. Єгоричева С. Б. Банківські інновації: [навч. посіб.] / Єгоричева С. Б. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 208 с.
2. Про надання інформації про використання Інтернет-технологій клієнтами банків при здійсненні розрахунків: лист Департаменту платіжних систем Національного банку України від 13.06.2007 р., № 25- 112/1151-6023.
3. Про електронні документи та електронний документообіг [Електронний ресурс]: закон України від 22.05.2003 р., № 851-IV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=851-15>.
4. Про електронний цифровий підпис [Електронний ресурс]: закон України від 22.05.2003 № 852-IV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=852-15>.
5. Пасічник І. В. Підвищення конкурентоспроможності банківських установ на основі використання електронних технологій / І. В. Пасічник, К. М. Базадзе // Зб. наук. праць Харківського інституту банківської справи. – 2011. – № 1 (10). – С. 214-223.

ОНЛАЙН МЕХАНІЗМИ ЯК ПЕРСПЕКТИВНІ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

І.С. Пашикян, здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: В.Є. Тараненко, к.е.н., доцент
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро*

Сектор малого бізнесу спроможний запустити ринкове господарство будь-якої країни; він є джерелом демонополізації, подолання диспропорційності економіки. Дрібні підприємства та індивідуальні підприємці забезпечують ВВП держави, долають безробіття, підвищують платоспроможний попит населення; сприяють формуванню середнього класу у суспільстві.

Разом з цим, малий бізнес характеризується слабкою фінансовою базою й обмеженим матеріально-технічним потенціалом. Це уповільнює їх розвиток та подальше функціонування та потребує підтримки з боку держави і недержавних фінансових інститутів. Проблеми у банківському секторі та бюджетний дефіцит зумовлюють необхідність пошуку інших джерел фінансування цього сектору.

На даний час у зв'язку із поширенням інформаційних технологій перспективними джерелами фінансових ресурсів може стати P2P-кредитування – видача й отримання позик фізичними особами прямо, без використання традиційних фінансових посередників. Воно реалізується через такі онлайн механізми як: краудфандінг, краудінвестинг, краудлендінг.

Одним з інноваційних способів фінансування бізнесу в останні роки став краудфандінг – спосіб залучення коштів на фінансування проектів, стартапів шляхом збирання добровільних пожертв через інтернет-платформи, проведення благодійних заходів тощо. У випадку, якщо за визначений термін ідея назбирала необхідну суму, ця сума стає майже безкоштовним стартовим капіталом (окрім комісії за розміщення на платформі) [1].

Найбільші краудфандінгові платформи у світі – «Kickstarter» та «Indigogo».

В Україні інтернет-краудфандинг лише починає розвиватися. Піонерами в цій сфері були «Українська біржа благодійності», «X-Ideas» від «Nescafe» та сайт «Велика Ідея». Найбільш популярною українською краудфандинговою платформою є «Спільнокошт» на сайті «Велика ідея». Досить характерним є те, що редизайн сайту «Велика ідея», внаслідок якого запрацював інструмент краудфандингу, сам був профінансований шляхом краудфандингу на суму 38260 грн. Офіційний старт «Спільнокошту» відбувся в жовтні 2012 року [2].

У світі також динамічно розвивається ринок рівноправного кредитування (краудлендінг, P2B), даючи можливість фізичним особам кредитувати інших фізичних осіб або компанії за допомогою відповідних онлайн-сервісів, які, своєю чергою, можуть користуватись послугами інших організацій. Перевага краудлендінга – отримання фінансової винагороди.

У разі, якщо фінансування стартапу потребує значних коштів, варто використовувати механізм краудінвестингу, в межах якого інвестори стають співвласниками компанії. У такий спосіб доцільно залучати кошти тим, хто не має відповідної кредитної історії або не може зацікавити венчурні інвестиційні фонди, бізнес-янголів. Прикладами є робот Jibo, пікопроектор TouchPico.

Такі платформи дозволяють: кредитору – кредитувати позичальників без посередників, отримуючи більшу дохідність; позичальнику – отримувати недорогі кредити; банкам – кредитувати позичальників без витрат на пошук клієнтів та оцінку ризиків, надавати додатковий сервіс і можливість продавати свої компетенції в оцінці ризиків, опрацюванні платежів і стягненні боргових зобов'язань; державі – прискорити темпи зростання економіки за рахунок збільшення кількості підприємств, робочих місць і податкових надходжень; надавати іншим фінансовим партнерам доступ до забезпечених і контрольованих за проблемністю кредитних портфелів, таким чином, гравці на фінансовому ринку повернуться на ринок споживчого та корпоративного кредитування.

Сьогодні в Україні низка банків вже почали використовувати інструмент P2P-кредитування, пропонуючи дохід за депозитами в середньому на 5 % річних вищий, ніж за банківськими вкладками. Це зацікавило чимало клієнтів, і на 1 квітня 2016 року обсяг таких операцій сягнув 1,5 млрд грн, зокрема з безневим приростом 0,6 млрд грн. [3]. У квітні 2016 р. Приватбанк реалізував ідею P2B кредитування під назвою «Кредити українському бізнесу». Відсоткова ставка – 25 %, кредити були застраховані. За перший тиждень було зареєстровано понад 50 проектів малого бізнесу та інвестовано більше ніж 1 млн грн.

Таким чином, в Україні існують як попит на доступні інвестиційні ресурси, так і потенціал для краудлендінгу у вигляді неорганізованих заощаджень, що є основою його для розвитку. Окреслення його можливостей, знайомство інвесторів з міжнародним досвідом, формування та розвиток вітчизняних платформ сприятиме розвитку малого бізнесу та економіки України в цілому.

У найближчому майбутньому завдяки інноваційним характеристикам краудфандинг має всі підстави стати повноцінним гравцем на ринку фінансових ресурсів, потіснивши в конкурентній боротьбі фінансових посередників.

Перелік посилань:

1. Андреев О. В. P2B Краудлендінг як механізм кредитування малого бізнесу [Електронний ресурс] / О. В. Андреев, В. Є. Жукова. – Режим доступу : <http://zapyskumgu.org/wp-content/uploads/2016/09/Андреев-Жукова-P2B-краудлендінг-як-механізм-кредитування-малого-бізнесу.pdf>
2. Петрушенко Ю. М. Краудфандинг як інноваційний інструмент фінансування проектів соціально-економічного розвитку / Ю. М. Петрушенко, О. В. Дудкін // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. – 2014. – № 1. – С. 172-182.
3. Ходакевич С. І. Альтернативні механізми кредитування дрібного та середнього бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / С. І. Ходакевич // *Фінансове забезпечення інноваційних проектів малого та середнього бізнесу: глобальні виклики та українські реалії* : зб. матеріалів І Міжнарод. наук.-практ. конф., 7 груд. 2016 р., м. Київ / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» [та ін.] ; оргком.: М. І. Диба (голова) [та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ. – 2016. – С. 223-225.