

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ. ШЛЯХИ ЇЇ ДОСЯГНЕННЯ

Шестопалова О.В.

Запровадження ринкових форм господарювання зумовлює розвиток конкуренції, невід'ємного елементу ринку, що забезпечує поліпшення якості товарів, сприяє розширенню асортименту, зменшенню ціни з метою збільшення кола споживачів і, відповідно, прибутку від реалізації товарів.

У перекладі з латинської «конкуренція» означає зіштовхуватися, тобто суперництво у боротьбі за досягнення результатів будь-якої діяльності [1].

Предметом конкуренції є товар, за допомогою якого суперники прагнуть завоювати споживача. Об'єктом конкуренції є споживач і покупець, за розташування якого на ринку борються протилежні сторони.

Сутність конкуренції проявляється через її функції, а саме:

– регулюючої, яка полягає у встановленні таких правил господарювання, що забезпечують виробництво необхідних для суспільства товарів, робіт, послуг;

– стимулюючої, що проявляється в спонуканні учасників конкуренції вдосконалювати виробництво (щодо якості, ціни, кількості, асортименту, запровадженні новітніх технологій) з метою збереження або збільшення частки на ринку;

– контрольно-сигналізаційної, основне спрямування якої полягає у здійсненні контролю над виробництвом, його ефективністю та діяльністю своїх потенційних контрагентів. Відсутність попиту на власну продукцію сигналізує про необхідності вдосконалення виробництва, а відсутність попиту на продукцію потенційних контрагентів - про недоцільність встановлення договірної зв'язку [2].

Для того щоб зрозуміти, що таке конкурентоспроможність банку, розглянемо підходи до визначення категорії «конкурентоспроможність». Так, на думку, М. Портера «конкурентоспроможність являє собою властивість суб'єкту ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там

конкуруючими суб'єктами». Ю.О. Заруба розглядає конкурентоспроможність банку «як успішність його функціонування в процесі набуття, утримання та розширення ринкових позицій, що передбачає здатність банківської установи забезпечувати відповідність власних послуг запитам споживачів та протистояти негативному впливу зовнішнього середовища» [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що сутність економічної категорії «конкурентоспроможність» полягає у здатності суб'єкта набувати чи володіти якостями та властивостями, які впливають на успішність його діяльності в умовах економічного змагання. Під конкурентоспроможністю банку слід розуміти можливість здійснення ефективної господарської діяльності та досягнення практичної прибуткової реалізації послуг в умовах конкурентного ринку.

Сфера банківської конкуренції вкрай специфічна та різноманітна. Слід зазначити, що поняття банківської конкуренції досить умовне, оскільки конкурують на ринку банківських продуктів не лише банки. Для ринку банківських послуг характерні три типи конкуренції, що показано на рис. 1.

Рівень і гострота конкуренції між комерційними банками визначається співвідношенням між універсальними і спеціалізованими банками. Спеціалізовані банки обмежують свою діяльність невеликим колом операцій або функціонують у вузькому секторі ринку, обслуговують окремі галузі економіки (ощадні, іпотечні, банки споживчого кредиту, банки підтримки, гарантійні та інші). Універсальні банки виконують широкий спектр банківських операцій, охоплюючи багато секторів грошового ринку та галузей економіки. Оскільки визначальною тенденцією в банківській сфері є ріст універсалізації банків, тобто розширення спектра фінансових послуг, то цілком логічним є загострення конкуренції саме на цьому рівні. Комерційним банкам складають конкуренцію небанківські фінансово-кредитні інститути (страхові компанії, фінансові брокери, пенсійні фонди, інвестиційні фонди, компанії з випуску кредитних карток та інші), нефінансові організації (пошта, торгові дома, тощо) [4].

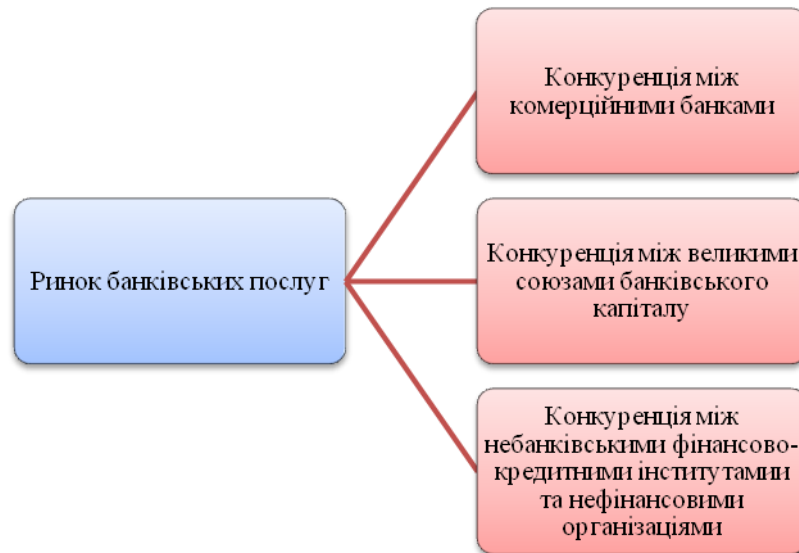


Рис. 1. Види конкуренції на ринку банківських послуг [Створено автором]

Особливість банку в порівнянні з іншими фінансовими установами полягає в наступному, а саме:

- банки мають можливість проводити масштабне фінансування економіки на відміну від небанківського фінансового сектору, який не володіє такою ресурсною базою;
- банк здійснює найширший спектр фінансових послуг, на відміну від спеціалізованих установ, які виконують лише обмежене коло фінансових послуг, що залежить від їх правового статусу та наявності ліцензій;
- банки забезпечують захист інтересів клієнтів через Фонд гарантування вкладів фізичних осіб.

Варто зазначити, що банки за низкою факторів поступаються небанківському фінансовому сектору, який характеризується гнучкістю цінової політики, індивідуальним підходом до обслуговування клієнтів, спрощеними процедурами надання відповідних послуг, а також вузькою спеціалізацією та професійним рівнем. До того ж, клієнти все більше зацікавлені в доступності до якісних, високоприбуткових та оперативних фінансових послуг, не прив'язуючись при цьому до установи, яка їх надає.

Під централізацією банківського капіталу слід розуміти укрупнення розмірів капіталу банку за рахунок об'єднання капіталів кількох банків, що відбувається внаслідок насильницького поглинання дрібних банків великими або через добровільне їх поєднання у більший банк на засадах акціонерної власності (злиття банків).

Централізація банківського капіталу має прояв у злитті великих банків у банківські об'єднання. Банківські об'єднання представляють собою банки-гіганти, що відіграють пануючу роль у банківському секторі. Існують такі види банківських об'єднань, а саме:

- банківські картелі — угоди, що обмежують самостійність окремих банків і вільну конкуренцію між ними шляхом узгодження і встановлення однакових процентних ставок, проведення однакової дивідендної політики, тощо;

- банківські синдикати, або консорціуми — угоди між декількома банками щодо спільного проведення великих фінансових операцій;

- банківські трести — об'єднання, що виникають шляхом повного злиття декількох банків (відбувається об'єднання капіталів банків і здійснюється єдине управління ними);

- банківські концерни — об'єднання багатьох банків, які формально зберігають самостійність, але знаходяться під фінансовим контролем одного великого банку, що скупив контрольні пакети їхніх акцій.

Доцільність концентрації банківського капіталу обумовлена здатністю великих банків брати участь у фінансуванні великомасштабних проектів (малі та середні банки не здатні на це), сприяти зменшенню ймовірності банкрутства банку, забезпечувати своєчасне погашення зобов'язань та постійне нарощування статутного капіталу банку; надавати більш дешеві довгострокові кредити, тощо [5].

Спектр послуг, що надається банками, фінансовими та не фінансовими установами наведені у табл. 1.

Окремої уваги потребує конкуренція на регіональних ринках. На основі проведеного дослідження, було виявлено, що в більшості регіонів країни економічне суперництво розгортається між регіональними банками, які здійснюють свою діяльність на території однієї області та територіальними підрозділами великих банків, або лише між філіями та відділеннями різних банків [2].

Таблиця 1

**Учасники банківської конкуренції в розрізі фінансових послуг
[Створено автором]**

| Назва послуги | Фінансові та не фінансові установи, які здійснюють дані послуги |
|--|--|
| 1 | 2 |
| Залучення коштів юридичних та фізичних осіб | Банки, пенсійні фонди, кредитні спілки, страхові компанії, будівельні компанії, торгові компанії |
| Розміщення залучених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик | Банки, пенсійні фонди, кредитні спілки, страхові компанії, ломбарди, фінансові компанії |
| Здійснення переказів та комунальних платежів | Банки, поштові відділення, компанії з переказу грошей |
| Конвертація валют | Банки, валютні брокери |
| Організація купівлі та продажу цінних паперів за дорученням клієнтів | Банки, інститути спільного інвестування, довірчі товариства |
| Здійснення операцій на ринку цінних паперів від свого імені | Банки, інститути спільного інвестування, пенсійні фонди, страхові компанії, будівельні компанії |
| Лізинг | Банки, лізингові компанії |
| Придбання прав вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги, приймаючи на себе ризик виконання таких вимог та прийомів платежів | Банки, факторингові компанії |
| Довірче управління коштами та цінними паперами за договорами з юридичними та фізичними особами | Банки, довірчі товариства, інвестиційні компанії |

Філія є відокремленим структурним підрозділом банку, що не має статусу юридичної особи та здійснює банківську діяльність від імені банку. Перелік операцій філії визначається банком, але відповідно до чинного законодавства філія не може здійснювати ведення кореспондентських відносин з іншими банками, бути повноцінним учасником міжбанківського кредитного та валютного ринків.

Головною метою відділень банку є підвищення якості обслуговування. Відділення банку не є юридичною особою та не має власного балансу, його операції, залежно від підпорядкованості, відображаються на балансі банку або філії. Представництво банку – це територіально відокремлений підрозділ банку, що не здійснює банківської діяльності, призначенням якого є дослідження ринку на предмет доцільності та можливості розгортання діяльності банку на даній території.

На думку банківських аналітиків, конкурентні переваги на регіональному ринку, мають регіональні банківські установи, як правило малі та середні банки. Перевага полягає в індивідуальному підході вирішення проблем клієнта, інформованості щодо проблем регіону та його мешканців. Тобто, малі та середні банки здатні забезпечити рівень якості обслуговування, який у великих банках доступний лише пріоритетним клієнтам. Ринкову позицію на регіональному ринку, як проміжний показник конкурентоспроможності, визначають за формулою [6]:

$$R = \varphi (X_1, X_2, \dots, X_n), \quad (1.1)$$

де R - ринкова позиція банку на фінансовому ринку;

X_n – фактори конкурентоспроможності банку.

В загальному вигляді конкурентоспроможність банку доцільно розглядати на основі функції [6]:

$$K = f (\varphi_1(X_1, \dots, X_n), \varphi_2(X_1, \dots, X_n), \dots, \varphi_n(X_1, \dots, X_n), T, \Omega), \quad (1.2)$$

де K – конкурентоспроможність банку на фінансовому ринку країни;

$\varphi_i (X_1, \dots, X_n)$ - ринкові позиції банку в i -му регіоні;

T – часова компонента;

Ω – система ендогенних (внутрішніх) факторів.

Отже, банківська конкуренція володіє рядом специфічних рис, що відрізняють її від конкуренції в галузях національної економіки. До виявлених особливостей належать:

- конкуренція в банківському секторі економіки виникла пізніше, ніж конкуренція в промисловості;
- об'єктом конкуренції є не товари, а ресурси, які формує банк для здійснення операцій;
- в якості конкурентів комерційних банків виступають не тільки банки, але й небанківські фінансово-кредитні інститути, не фінансові організації;
- банківські послуги можуть замінювати один одного, але не мають конкурентних зовнішніх (небанківських) замінників;
- в банківській справі відсутній ряд вхідних бар'єрів, характерних для багатьох галузей економіки (зокрема, патентний захист), що веде до великої інтенсивності конкуренції в цій сфері;
- обмеження цінової конкуренції висуває на перший план проблеми управління якістю банківського продукту і реклами;
- виробництво та реалізація банківських послуг можуть бути зосереджені в межах одного банку без залучення зовнішніх каналів збуту;
- діяльність банківських установ суворо регулюється Національним банком України;
- банківські ринки є ринками олігополії, тобто в одній галузі домінує невелика кількість конкуруючих фірм, при цьому хоча б одна або дві з них, виробляють значну долю продукції даної галузі, а поява нових продавців ускладнена чи неможлива. Це в свою чергу, створює можливість для кооперації і узгодження ринкової політики кредитних інститутів.

Оскільки конкуренція у банківській сфері суттєво відрізняється від конкуренції товаровиробників, то розрізняють внутрішньогалузеву конкуренцію між банківськими установами, міжгалузеву конкуренцію між

банківськими та небанківськими установами на ринку банківських послуг, цінову та нецінову конкуренцію [4].

Таким чином, сфера банківської конкуренції вкрай специфічна та різноманітна. Слід зазначити, що поняття банківської конкуренції досить умовне, оскільки конкурують на ринку банківських продуктів і послуг не тільки банки. Банківську конкуренцію можна визначити як процес суперництва, що здійснюється в динаміці між суб'єктами банківського ринку, одночасно зацікавленими в досягненні однієї мети.

Конкурентоспроможність банку відображає успішність його функціонування в процесі набуття, утримання та розширення ринкових позицій, що передбачає здатність банківської установи забезпечувати відповідність власних послуг запитам споживачів та протистояти негативному впливу зовнішнього середовища.

На сьогоднішній день, комерційний банк є самостійним мікроекономічним суб'єктом в юридичному та комерційному аспекті, що виробляє та реалізує банківські продукти та послуги з метою реалізації соціально-економічних інтересів акціонерів, службовців та клієнтів [1].

Отже, діяльність банку слід розглядати як діяльність підприємства з виробництва спеціальних продуктів і послуг.

Варто зазначити особливість банківського продукту порівняно з іншими продуктами матеріальної сфери виробництва, а саме:

- банківський продукт не набуває матеріального втілення у традиційному розумінні (продукція промисловості, сільського господарства);
- відносини з банком мають переважно довгостроковий характер;
- нерозривність процесу виготовлення та використання банківського продукту;
- відбувається оперування готівковими та безготівковими коштами.

Проаналізувавши праці сучасних науковців, банківський продукт доречно розглядати як результат діяльності банку на ринку, якій втілюється у формі операцій та послуг [7]. Банківську операцію можна визначити як

сукупність дій банківського працівника, яка завершується досягненням якого-небудь результату, необхідного банку або його клієнтові. Банківська послуга, в свою чергу, – технологічно взаємопов'язана сукупність банківських операцій, які реалізуються банком клієнтові на договірній основі і направлених на задоволення потреб клієнта в банківському обслуговуванні.

Специфіка функціонування банківських установ полягає в тому, що їх продуктом є надання різноманітних послуг шляхом проведення активних, пасивних і комісійно-посередницьких операцій з метою задоволення потреби клієнтів банку.

Активні операції банку, полягають у розміщенні мобілізованих комерційним банком ресурсів у депозити, кредити, інвестиції, основні засоби і товарно-матеріальні цінності. Активні операції здійснюються у межах наявних ресурсів, тобто у межах залишку грошових коштів на кореспондентському рахунку в Національному банку України (при проведенні операцій у безготівковому порядку) та в касі (при проведенні операцій з готівковими коштами) [5]. Пасивними є операції з мобілізації ресурсів комерційного банку. За видом банківських ресурсів розрізняють пасивні операції з формування власних, залучених (деPOSITНИХ) та позичених (не депозитних) ресурсів [8].

Операції з формування власних ресурсів охоплюють операції з формування статутного капіталу банку, резервного фонду, страхових фондів, інших фондів банку спеціального призначення, які створюються за рахунок прибутку банку і використовуються відповідно до рішення вищої управлінської ланки банку; операції формування і розподілу банківського прибутку. Пасивні депозитні операції відображають процес залучення й обліку в банківському балансі тимчасово вільних коштів юридичних, фізичних осіб, банків. Депозитні операції створюють можливість користування тимчасово вільними грошовими коштами інших банків, які зберігаються на кореспондентських рахунках (кошти до запитання) та строкових депозитах (кошти на строк).

Під комісійними операціями розуміють посередницькі операції, не пов'язані з наданням кредитів чи залученням коштів, які банки виконують за

дорученням клієнтів відповідно до укладених договорів комісії за певну плату – комісійну винагороду. Розмір і порядок стягнення комісійної винагороди банки встановлюють самостійно з урахуванням чинного законодавства на основі тарифів. До комісійної операції належать обслуговування рахунків, здійснення переказів, приймання платежів, конвертація іноземної валюти, купівля-продаж цінних паперів, операції з готівкою тощо.

Оскільки сферою банківської конкуренції є ринок банківських продуктів і послуг, доцільно акцентувати увагу саме на ньому. Варто зазначити, що в економічній літературі відсутнє єдине визначення поняття ринку банківських продуктів та послуг. Найбільш повна характеристика надана В. Головачем, що зазначає: «Ринок банківських послуг, як сукупність економічних відносин, що забезпечують реалізацію попиту на різні послуги з боку клієнтів, їх пропозицію банківськими установами та формування ціни» [9].

Різне тлумачення ринку банківських продуктів і послуг, а також співвідношення банківського ринку з фінансовим і грошовим довели, що банківський ринок можна вважати сегментом фінансового ринку, на якому основними дійовими особами виступають банківські установи [10].

Таким чином, під ринком банківських продуктів і послуг слід розуміти сектор економіки країни який відповідає за обмінно-перерозподільні відносини, пов'язані з процесами купівлі-продажу специфічного товару - грошей, необхідних для здійснення виробничої та фінансової діяльності, а також формує попит, пропозицію та ціну на цей товар.

На банківському ринку відбувається взаємодія трьох суб'єктів: продавця (банківської установи), покупця (клієнта) та регулятора в особі Центрального банку. В умовах ринкової економіки для успішної роботи суб'єктів, особливе значення має дослідження ринку. Особливості дослідження ринку показано на рис. 2. Дослідження ринку банківських продуктів і послуг відбувається поетапно. Варто зазначити, що джерелами інформації при дослідженні є: дані статистичних установ, дані клієнтів-підприємств і приватних осіб, засоби масової інформації та рекламні матеріали конкурентів.

Основними інструментами дослідження виступає аналіз ринку, спостереження за ринком та прогнозування. Розглянемо кожний інструмент окремо.

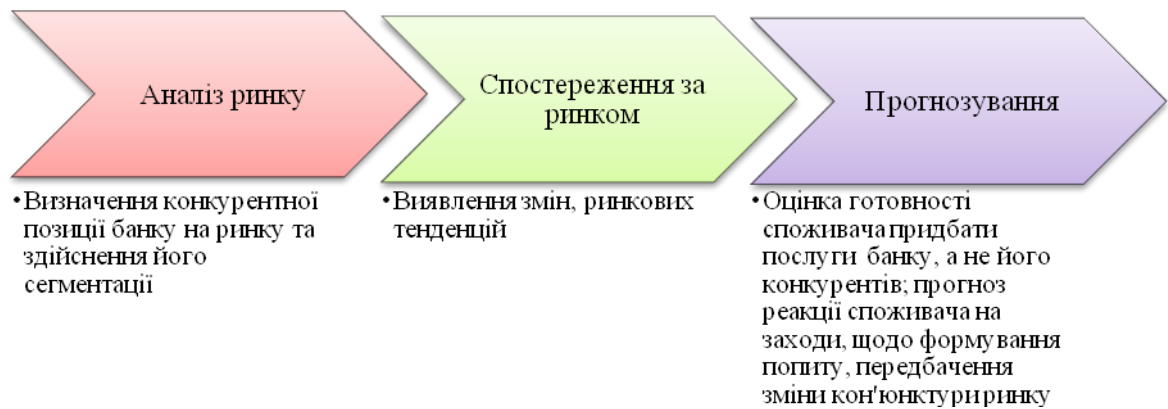


Рис. 2 Дослідження ринку банківських продуктів і послуг [Створено автором]

Аналіз ринку полягає у вивченні ситуації і можливості збуту на сучасний момент. Важливою складовою діяльності на цьому етапі є визначення конкурентної позиції банку та проведення сегментації. Конкурентна позиція – це становище, яке той або інший банк займає на ринках збуту відповідно до результатів своєї діяльності, а також у відповідності зі своїми перевагами і недоліками порівняно з іншими кредитними інститутами. Характеристикою конкурентної позиції є частина ринку комерційного банку, тобто співвідношення обсягу банківських продуктів і послуг, які реалізовані певним банком, і загальної місткості ринку.

Під місткістю ринку, слід розуміти, обсяг банківських продуктів і послуг, що реалізуються протягом визначеного періоду часу [10]. Наявність конкурентних переваг забезпечує стійкі позиції на ринку. В цілому, конкурентна перевага – це виключна, особлива цінність, якою володіє суб'єкт та використання якою надає йому перевагу у конкурентній боротьбі. Конкурентні переваги досягаються за рахунок високої якості наданих послуг, а також іншими шляхами: за допомогою грамотного менеджменту, дієвої реклами, гарних відносин із клієнтурою.

Сегментування ринку – це його поділ на окремі частини (сегменти). Сегментація банківського ринку направлена на виявлення цільових груп клієнтів на яких має сконцентрувати збутові зусилля банк. Доречним є поділ ринку за такими критеріями: правовий, економічний, географічний, демографічний. Сегментація ринку залежно від юридичного статусу клієнта передбачає виділення ринків банківських послуг для підприємств (юридичних осіб) і населення (фізичних осіб).

Доцільно виділяти та такі цільові групи: населення, підприємства, громадські організації, фінансові інститути. При сегментації за економічним критерієм на ринку юридичних осіб мають враховуватися розміри підприємства, сфера діяльності, чисельність працівників, а на ринку фізичних осіб – їхній майновий стан. Для великих банків, що мають свої офіси в різних регіонах України й інших країнах характерна географічна сегментація. Елементом сегментації можуть бути адміністративно-територіальні одиниці, великі регіони, країни. Така сегментація може застосовуватися при дослідженні ринку як фізичних, так і юридичних осіб. Демографічну сегментацію застосовують на ринку фізичних осіб з соціально-професійним розподілом населення (робітники, службовці, бізнесмени та ін.), класифікації за віком, статтю, розмірами доходів.

Спостереження за ринком представляє систематичне дослідження ситуації на ринку з метою виявлення змін, ринкових тенденцій.

Не менш важливим етапом є прогнозування, тобто передбачення змін ринкової ситуації в майбутньому, на основі математичних методів (простий аналіз тренда, статистичний аналіз, тощо), а також побудова сценарію розвитку на основі виборів прогнозів і експертних оцінок [10].

Таким чином, дослідження ринку банківських продуктів і послуг є актуальним, оскільки дозволить розробити стратегію конкурентної боротьби банку.

Для забезпечення конкурентоспроможності на ринку банки змушені розширювати асортимент банківських продуктів, опановуючи нові ролі, а саме:

- роль посередника — трансформація заощаджень у кредити (позики) підприємствам для подальшого інвестування у засоби виробництва;
- роль у здійсненні платежів — здійснення платежів за товари і послуги за дорученням клієнтів банку (електрона системи платежів);
- роль гаранта — підтримка клієнтів, яка виражається у сплаті їх боргів (наприклад, шляхом видачі акредитиву);
- роль організації, що надає агентські послуги — випуск і погашення цінних паперів клієнта за дорученням останнього;
- політична роль — реалізація державної політики регулювання економічного та соціального розвитку України.

Отже, специфіка функціонування банківських установ полягає в тому, що їх продуктом є надання різноманітних послуг шляхом проведення активних, пасивних і комісійно-посередницьких операцій. На сьогоднішній день, в діяльності комерційних банків простежується тенденція універсалізації. Банки розширюють сферу своєї діяльності, виходячи за межі ринку звичних банківських послуг. Таким чином, з посиленням конкурентної боротьби, ринок банківських послуг характеризується поступовим переходом від масових до більш індивідуалізованих послуг, від традиційних до нових продуктів.

Оцінка факторів формування конкурентоспроможності комерційного банку дозволяє розробити дієву систему управління нею. Необхідно зазначити недостатню кількість праць, присвячених обґрунтованому складу факторів конкурентоспроможності банківських установ, водночас, суттєві результати отримані для побудови системи факторів, які стосуються функціонування підприємств у сфері виробництва товарів та послуг [8].

Перш ніж розглядати фактори формування конкурентоспроможності банківської установи, доцільним є визначення поняття «фактор». Фактор (від англ. driver — рушій) — це умова, рушійна сила будь-якого процесу, явища [1]. Отже, факторами конкурентоспроможності банку є умови, що визначають його реальну й потенційну спроможність витримати конкуренцію на ринку у фіксований проміжок часу.

Більшість дослідників при аналізі конкурентоспроможності банку виділяють дві групи факторів: внутрішні та зовнішні [3]. Так, наприклад, Ю. О. Заруба вважає доцільним наступну класифікацію: «Зовнішні фактори: ефективність державно-правового механізму, загальноекономічна ситуація, стан фінансового ринку та розвиток світової економіки. Внутрішні фактори: якість менеджменту, розвиток технологій, організаційна структура, продуктова та цінова політика, функціональна спрямованість, впровадження інновацій, інфраструктурне забезпечення, рівень капіталу та ресурсна база, фаза еволюції банку, якість активів, конкурентна позиція, управління ризиками, комерційні зв'язки, рівень прибутковості».

На основі проведеного дослідження, доречним є поділ факторів конкурентоспроможності банку на зовнішні та внутрішні. Зовнішні фактори по відношенню до банку, включають рівень конкурентоспроможності банківської системи та рівень конкурентоспроможності країни. Розрізняють внутрішні фактори по відношенню до банку, а саме:

- якість стратегічного управління (визначення стратегії розвитку банку та шляхів її досягнення);
- якість організаційного забезпечення (ефективність організаційної, фінансової, регіональної структури та мережі дочірніх банків, кореспондентської мережі);
- якість управління персоналом (система управління персоналом, корпоративна культура, підвищення кваліфікації персоналу, поліпшення умов праці, життя працівників банку, наявність матриці розподілу відповідальності, наявність моделі компетенції і повноважень);
- якість технологічного забезпечення (наявність техніки та технології, матриці моделей бізнес-процесів);
- якість інформаційного забезпечення (наявність моделі бібліотеки документів, інформаційних систем, баз даних);
- якість маркетингової політики банку (організаційно-технічний рівень управління виробництвом і збутом банківських продуктів);

ефективність цінової політики банку; ефективність управління клієнтською базою банку; удосконалення банківських технологій);

– якість управління формуванням та використанням ресурсів банку, у тому числі таке формування пасивів та розподіл активів, який би забезпечував достатній рівень надійності, ліквідності, рентабельності.

Розглянемо більш детально вплив кожної групи факторів на конкурентоспроможність КБ. Фактори конкурентоспроможності банку подано на рис. 3.

Говорячи про внутрішні фактори конкурентоспроможності КБ, окремої уваги потребує конкурентоспроможність банківського продукту.

Фактори конкурентоспроможності банківського продукту пов'язані з методами конкуренції, які прийнято розділяти на цінові та нецінові [7]. Цінова конкуренція передбачає пропозицію продуктів за зниженими цінами або з нижчою вартістю обслуговування чи споживання. Рівень нижньої межі зміни ціни визначається обсягом затрат банку на здійснення пропозиції тих чи інших видів послуг. Рівень верхньої межі ціни визначається наявністю достатнього попиту на банківські послуги.

Визначаючи ціну, як фактор конкурентоспроможності банківського продукту, слід використовувати розширене її розуміння. З точки зору банку, ціна є формою прояву його вартості, що встановлюється з урахуванням собівартості, планової норми прибутку, з точки зору споживача ціна є мірою корисності даного продукту з урахуванням вартості його споживання.

Ціна як фактор конкурентоспроможності може виступати не тільки в якості внутрішнього фактора, але як інструмент впливу на зовнішнє середовище, особливо, якщо банк є лідером галузі або монополістом. У такому випадку зміна ціни призведе до перегляду цін іншими учасниками ринку і, безумовно, позначиться на кінцевих споживачах.

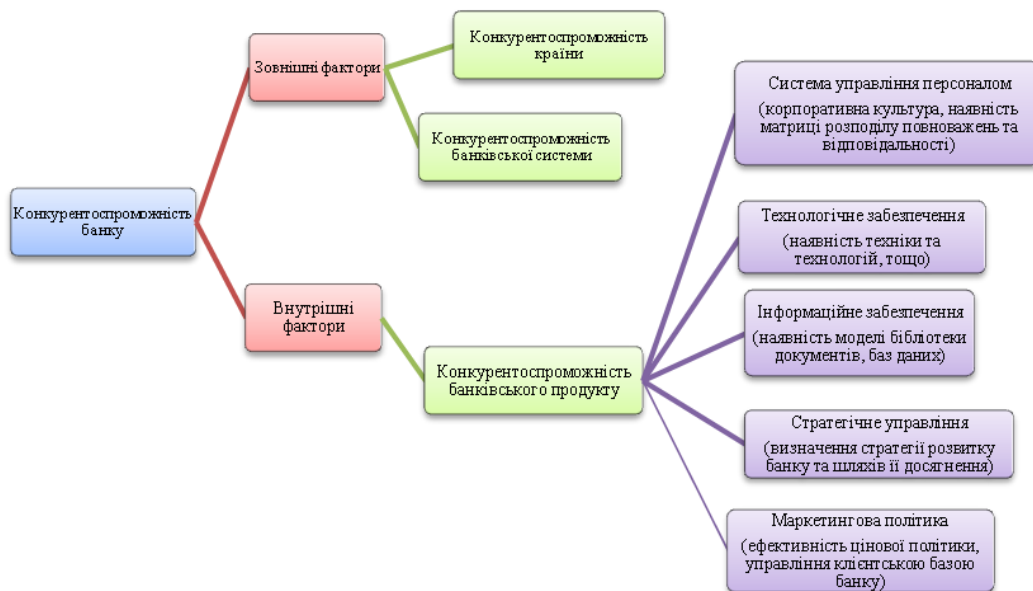


Рис. 3 Фактори конкурентоспроможності комерційного банку [Створено автором]

Нецінові фактори конкурентоспроможності банківського продукту пов'язані з використанням різноманітних прийомів заохочення клієнтів, які прямо не пов'язані зі зміною ціни (якість, реклама, поліпшений рівень обслуговування, розширення асортименту). Найбільш важливою властивістю продукту з точки зору нецінової конкуренції є його якість. На думку вчених конкурентоспроможність продукту на 70-80 % залежить саме від неї. Якість визначають як відповідність поставленим вимогам та очікуванням, а також як відсутність у певного предмета недоліків та вад [11]. Говорячи про якість при реалізації банківських продуктів, з точки зору клієнта банку, доцільно звернути увагу на критерії, що показано на рис.4.

В умовах конкурентної боротьби, слід приділити увагу саме неціновим факторам конкурентоспроможності, оскільки маніпуляції з цінами мають ряд обмежень до застосування. Доречно розглядати фактор зовнішнього впливу, як взаємозв'язок факторів конкурентоспроможності банківської системи та країни [6]. Зазначенні фактори подано на рис.5.

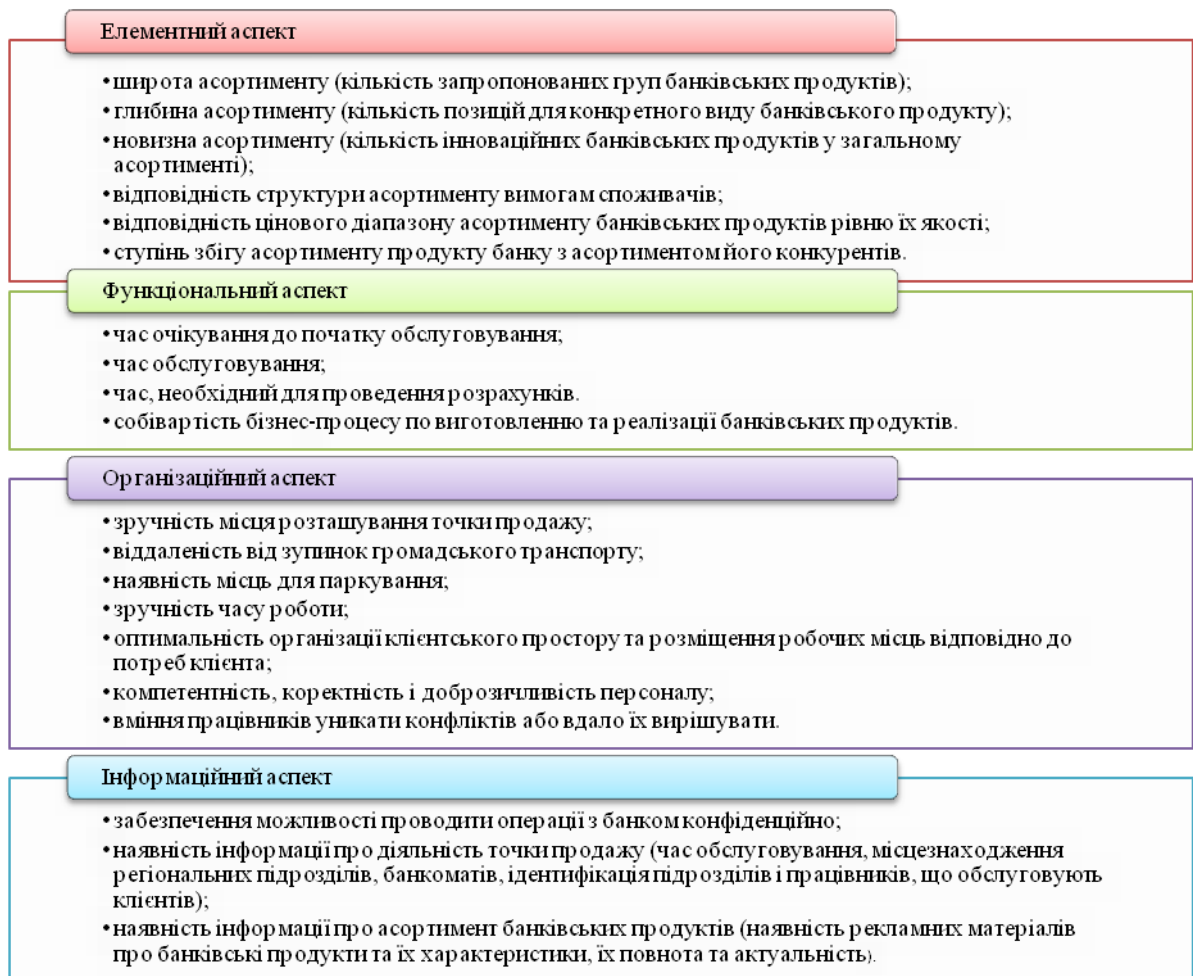


Рис.4 Критерії якості банківського продукту з точки зору клієнта КБ
[Створено автором]

Варто відмітити, що системні дослідження конкурентоспроможності банківської системи відсутні, увага науковців зосереджується на механізмах забезпечення стабільності банківських систем.

Банківська система – законодавчо визначена, чітко структурована сукупність фінансових посередників грошового ринку, які займаються банківською діяльністю на постійній професійній основі і функціонально взаємопов’язані в самостійну економічну структуру. Основними факторами конкурентоспроможності з позиції банківської системи є її масштаб, конкурентоспроможність банків, що входять до її складу; інтенсивність конкуренції, ефективність державного регулювання.

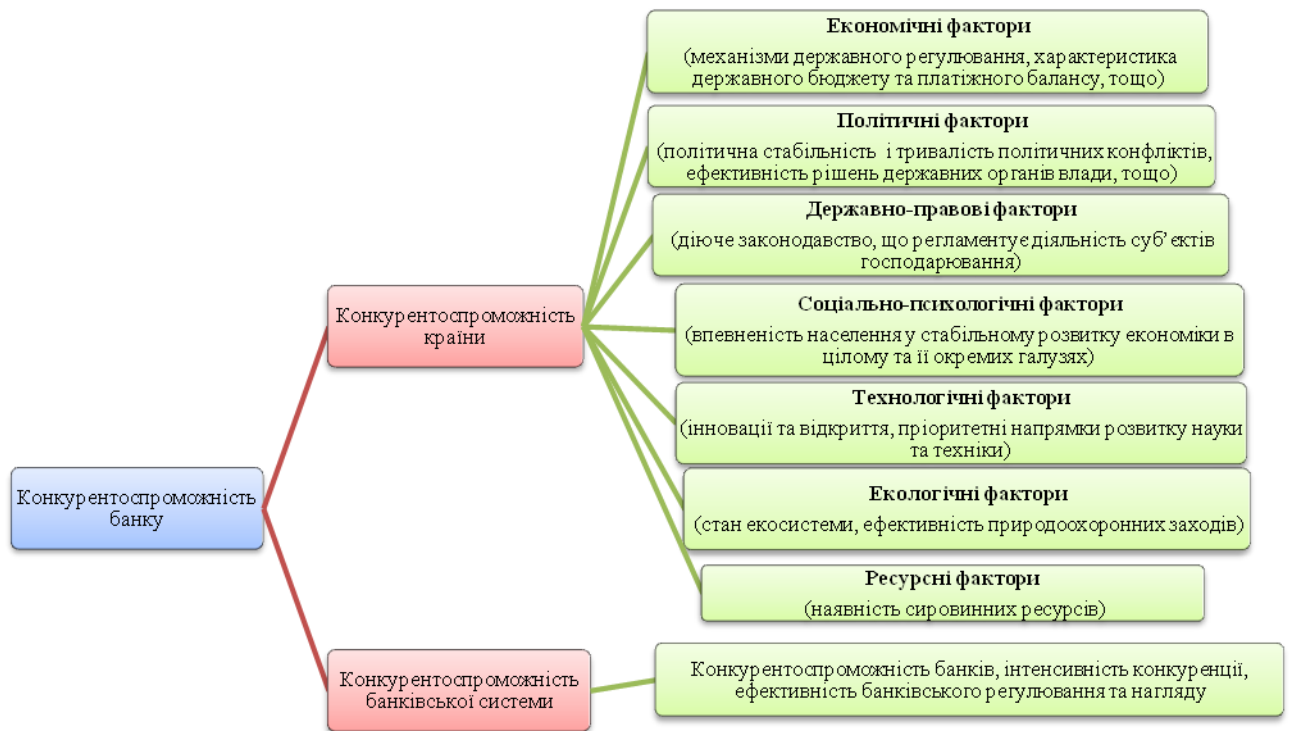


Рис. 5 Зовнішні фактори конкурентоспроможності комерційного банку [Створено автором]

Необхідність регулювання з боку Національного банку України, визначається особливістю банків у забезпеченні ефективності національної економіки. Банки як фінансові посередники, обслуговуючи платежі й розрахунки, відіграють важливу роль в організації і функціонуванні платіжної системи. Платіжна система – це «кровоносна система економіки будь-якої країни, де кров'ю виступають гроші в тій чи іншій формі [12]. Крім того, банківські установи є платниками податків, основними з яких є податок на прибуток підприємств і організацій, плата за землю, податок із власників транспортних засобів, прибутковий податок з громадян. Тобто, чим ефективніше працюють банки, тим більше перераховують податкових платежів.

Таким чином банки суттєво впливають на доходи держави, цей вплив має два напрямки – організація розрахунків і сплата податків. Конкурентоспроможність банківської системи значною мірою визначається конкурентоспроможністю банків, у свою чергу, конкурентоспроможна банківська система створює додаткові переваги окремим банкам. Однак

конкурентоспроможність банківської системи і банку розвивається не тільки у взаємозв'язку, але й незалежно один від одного через самостійний вибір банками варіантів їх ринкової поведінки.

Розглядаючи конкурентоспроможність країни, доречним є поділ на наступні групи (див. рис. 5), а саме:

- економічні фактори, що відображають стан економіки (загальногосподарська кон'юнктура, стан та динаміка платоспроможного попиту, механізми державного регулювання економіки, характеристики державного бюджету та платіжного балансу);

- сукупність політичних факторів, у тому числі політична стабільність, частота і тривалість політичних конфліктів, ефективність рішень державних органів влади та управління;

- державно-правові фактори, включаючи діюче законодавство, що регламентує діяльність суб'єктів господарювання та банків, його відповідність умовам зовнішнього середовища;

- соціально-психологічні фактори (впевненість населення в правильності проведення економічних перетворень, у стабільності податкового, митного, валютного законодавства, впевненість у стабільному розвитку економіки в цілому та її окремих галузях);

- технологічні (інновації та відкриття; пріоритетні напрями розвитку науки та техніки);

- екологічні (глобальні зміни в природі; стан екосистеми; ефективність природоохоронних заходів);

- ресурсні (наявність сировинних ресурсів).

З метою оцінки рівня конкурентоспроможності країни, доцільно використати показники глобального індексу конкурентоспроможності, що рекомендований Всесвітнім економічним форумом [13]. Всесвітній економічний форум визначає національну конкурентоспроможність, як здатність країни та її інститутів забезпечувати стабільні темпи економічного зростання, які були б стійкі в середньостроковій перспективі. Представники

форуму вказують, що конкурентоспроможність визначається численними і різноманітними чинниками, але конкурентоздатними є економіки тих країн, які в змозі проводити усеосяжну політику, тобто враховувати весь спектр чинників та взаємозв'язки між ними.

За даними звіту Всесвітнього економічного форуму про глобальну конкурентоспроможність у 2012-2013 рр., Україна серед 144 країн посіла 73-є місце проти 82-го у 2011-2012 рр. Провідні позиції займають Швейцарія, Сінгапур та Фінляндія, які складають трійку лідерів. Російська Федерація та Казахстан випереджають Україну за показниками конкурентоспроможності, посідаючи відповідно 67 і 51-е місця у загальному рейтингу. Згідно із звітом Всесвітнього економічного форуму про глобальну конкурентоспроможність за 2012-2013 рр. Україна піднялася на 9 позицій, та продовжила демонструвати свої основні конкурентні переваги – освіту та ємність ринку.

Отже, фактори конкурентоспроможності банку слід розглядати як фактори внутрішнього та зовнішнього впливу. Внутрішні фактори формуються безпосередньо в банку, їх інтенсивність та характер прояву залежать від ефективності управління ним. Внутрішні фактори характеризують можливість та ефективність адаптації банку до умов зовнішнього середовища і є об'єктом управління в системі забезпечення конкурентоспроможності банку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Загородній А.Г. Банківська справа: термінологічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 508 с.
2. Лютий І. О. Банківський маркетинг / І. О. Лютий, О. О. Солодка – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
3. Заруба Ю.О. Конкурентоспроможність комерційного банку / Ю.О. Заруба // Фінанси України. - 2001. – № 2. – С. 119-124.

4. Вовчак О. Сутність та особливості банківської конкуренції / О. Вовчак, В. Халло // Світ фінансів. – 2008. – № 4. – С. 86-92.
5. Череп А.В. Банківські операції / А.В. Череп, О.Ф. Андросова. Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. - 410 с.
6. Мірошніченко О. В. Методичні засади оцінки конкурентоспроможності банку з урахуванням взаємозв'язку факторів зовнішнього та внутрішнього середовища / О. В. Мірошніченко // Вісник УАБС . – 2010. – № 2. – С. 99-107.
7. Глінський Є.Г. Методичні засади визначення цільового рівня конкурентоспроможності банківських продуктів / Є.Г. Глінський // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – № 4. – С. 221-228.
8. Мірошніченко О. В. Забезпечення конкурентоспроможності банку: дис. к. е .н: 08.00.08 / Мірошніченко Олеся Володимирівна. — Суми, 2011. — 260 с.
9. Банківський менеджмент: питання теорії та практики [Текст]: монографія / [О. А. Криклій, Н. Г. Маслак, О. М. Пожар та ін.]. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. – 152 с.
10. Момот О. М. Інтегровані банківські послуги та конкурентоспроможність банківської системи [Текст] / О. М. Момот, І. Г. Брітченко. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 315 с.10
11. Бакаладзе К.М. Якість послуг і банківського обслуговування в системі управління конкурентоспроможністю банків / К.М. Бакаладзе // Бізнесінформ. – 2013. - №5. – С. 318-323.
12. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
13. Індекс Глобальної конкурентоспроможності України за 2012-2013 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ung.in.ua>.