

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет будівництва архітектури та дизайну
(повне найменування інституту, факультету)

Будівництва архітектури та дизайну
(повне найменування кафедри)

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до дипломного проекту

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему: Дослідження конкурентоспроможності
суб'єкта господарювання

Виконав: студент курсу, групи БАДз-419м

Спеціальності_076 – «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма (спеціалізація)
«Економіка підприємства»
«Підприємницька діяльність»

Івасенко А.Г

(прізвище та ініціали)

Керівник Пожуєва Т.О.

(прізвище та ініціали)

Рецензент

(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2020
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет _____ Будівництва архітектури та дизайн
Кафедра _____ Будівництва архітектури та дизайн
Освітньо-кваліфікаційний рівень _____ магістр
Напрямок підготовки 076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

(шифр і назва)

Спеціальність 076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« ____ » _____ 2020 р.

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЕКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТУ
Івасенко Анастасія Георгіївна
(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема проекту (роботи): Дослідження конкурентоспроможності суб'єкта господарювання

керівник проекту (роботи) Пожуєва Тетяна Олександрівна
(прізвище, ім'я, по-батькові. науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від « __ » ____ 2020 року
№ _____

2. Строк подання студентом проекту (роботи) _____

3. Вихідні дані до проекту (роботи) _____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6.Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7.Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту(роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка

Студент _____ Івасенко А.Г
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи) _____ Пожусва Т.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

Перелік умовних позначень	6
Реферат	7
Вступ	8
1 Теоретичні основи управління конкуренцією суб'єкту господарювання	11
1.1 Роль, сутність конкурентоспроможності	11
1.2 Методика оцінювання конкурентоспроможності	21
1.3 Фактори забезпечення конкурентоспроможності у банку	29
1.4 Висновок до розділу I	34
2 Оцінка конкурентоспроможності АТ «Ощадбанк»	36
2.1 Організаційно – економічна характеристика АТ «Ощадбанк»	36
2.2. Фінансовий аналіз діяльності суб'єкта господарювання	41
2.3 Аналіз конкурентоспроможності державних банків України	46
2.4 Формування та реалізація маркетингових стратегій	60
2.5 Висновок до розділу II	67
3 Шляхи підвищення конкурентоспроможності АТ «Ощадбанк»	68
3.1 Основні напрямки підвищення конкурентоспроможності АТ «Ощадбанк»	68
3.2 Пріоритетні напрямки підвищення конкурентоспроможності АТ «Ощадбанк»	70
3.3 Висновок до розділу III	83
4 Охорона праці у АТ «Ощадбанк»	84
4.1 Аналіз потенційних небезпек	84
4.2 Заходи по забезпеченню техніки внутрішньої безпеки	87
4.3 Заходи з виробничої санітарії та гігієни праці	89

4.4	Заходи безпеки у надзвичайних ситуаціях	94
4.4.1	Заходи з пожежної безпеки	96
4.4.2	Заходи з цивільного захисту	98
	Висновки	102
	Список використаних джерел	104
	Додаток А – Фінансовий звіт АТ «Ощадбанк» за 2017 рік	108
	Додаток Б – Фінансовий звіт АТ «Ощадбанк» за 2018 рік	109
	Додаток В – Фінансовий звіт АТ «Ощадбанк» за 2019 рік	110
	Додаток Г – Фінансовий звіт АТ «Приватбанк» за 2017 рік	128
	Додаток Д – Фінансовий звіт АТ «Приватбанк» за 2018 рік	129
	Додаток Е – Фінансовий звіт АТ «Приватбанк» за 2019 рік	130
	Додаток Є – Фінансовий звіт ПАТ «Укргазбанк» за 2017 рік	131
	Додаток Ж – Фінансовий звіт ПАТ «Укргазбанк» за 2018 рік	132
	Додаток З – Фінансовий звіт ПАТ «Укргазбанк» за 2019 рік	133
	Додаток И – Фінансовий звіт ПАТ «Укрексімбанк» за 2017 рік	134
	Додаток К – Фінансовий звіт ПАТ «Укрексімбанк» за 2018 рік	135
	Додаток Л – Фінансовий звіт ПАТ «Укрексімбанк» за 2019 рік	136

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АТ – Акціонерне Товариство.

ПАТ – Публічне Акціонерне Товариство.

ТВО – Тимчасово Виконуючий Обов’язки.

СКО – Служба Касових Операцій.

ТВБВ – Територіальне Відокремлене Безбалансове Відділення.

ЦА – Центральний Апарат.

ВВП – Валовий внутрішній продукт

РЕФЕРАТ

Дипломна робота Івасенко Анастасії Георгіївни на тему: «дослідження конкурентоспроможності суб'єкта господарювання» (на прикладі АТ «Ощадбанк») містить:

- 135 аркуша;
- 16 таблиць;
- 13 рисунків, [53]
- 52 використаних джерела;
- 12 додатків.

Ключовими словами в дипломній роботі виступають: КОНКУРЕНЦІЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ, УТАНОВА, БАНКІВСЬКА СФЕРА, АТ «ОЩАДБАНК» та інші.

Об'єктом дослідження у дипломній роботі є АТ «Ощадбанк», предметом дослідження – конкурентоздатність установи. Особову увагу у дипломі приділено розвитку, та діяльності установи, вивчення основних конкурентів у економічних умовах сучасної України.

Під час дослідження було вивчено методи оцінювання конкурентоспроможності у банківській сфері розроблені різними дослідниками цього питання.

Метою роботи став аналіз діяльності АТ «Ощадбанк» та запропонування продуктів для підвищення отримання чистого прибутку суб'єкта господарювання.

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Однією з найважливіших стратегічних завдань соціально-економічного процвітання України є створення і підтримка конкурентоспроможної банківської системи, що служить, з одного боку, фінансовим базисом, з іншого - показником ефективності менеджменту у всіх сферах економіки. Послідовний розвиток фінансового ринку, адекватне сучасним умовам, потребує перегляду принципів роботи кредитних організацій, основою яких стає оптимальне використання конкурентного потенціалу.

З метою досягнення і збереження конкурентоспроможності комерційних банків необхідний чітко налагоджений механізм управління, що включає організацію і проведення комплексу заходів щодо збереження їх конкурентного становища. Одним з елементів такого механізму є оцінка конкурентоспроможності, спрямована на виявлення чинників, що сприяють позитивній динаміці і оптимізації діяльності.

Розробка методики оцінки конкурентоспроможності кредитної організації багато в чому залежить від диференційованого підходу до адекватного аналізу всіх без винятку напрямків її діяльності. Закономірності та особливості їх розвитку обумовлюють необхідність наукового дослідження проблем формування банківської конкурентоспроможності, рівень якої багато в чому визначається можливістю прийняття об'єктивних управлінських рішень.

У зв'язку з цим, уточнення теоретичних основ і обґрунтування конкретних практичних рекомендацій щодо оцінки та забезпечення конкурентоспроможності кредитної організації в сучасних умовах є важливим завданням наукових досліджень. Однак, як і будь-який процес, вона вимагає постійного вдосконалення, оскільки вкрай актуальна проблема ліквідації певного розриву між теоретичними обґрунтуваннями і основними процедурами практичного застосування базових елементів статистичної, бальною і рейтингової оцінок конкурентоспроможності кредитних організацій.

Все вищевикладене характеризує актуальність і практичну значимість дослідження особливостей функціонування комерційних банків в сучасних умовах і питань підвищення ефективності оцінки їх конкурентоспроможності.

Ціль та задачі. Метою дипломного проекту є теоретичне обґрунтування комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності банку, що діє на фінансовому ринку регіону, і розробка рекомендацій щодо його вдосконалення та практичної реалізації. Досягненню поставленої мети сприяє вирішення наступних завдань:

- в теоретичному аспекті дослідити сутність і зміст категорії «конкурентоспроможність», ідентифікувати причини і фактори, що зумовлюють рівень конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, розкрити особливості її прояву в банківському секторі;
- охарактеризувати існуючі методики оцінки конкурентоспроможності комерційного банку і які надають їм послуг, що базуються на розрахунку загальних статистичних критеріїв, а також специфічних параметрів конкурентоспроможності, і визначити напрямки їх вдосконалення;
- провести аналіз діяльності банків;
- учасників фінансового ринку регіону, виявити особливості їх розвитку і можливості ведення конкурентної боротьби;
- визначити рівень конкурентоспроможності банків - основних конкурентів, що діють на ринку банківських послуг, що відображає ефективність і пріоритетність їх внутрішнього розвитку при сформованих рівних умовах зовнішнього середовища.

Предмет і об'єкт дослідження. Предметом дослідження є система відносин кредитних організацій, механізм ефективного розвитку банківського сектора в умовах удосконалення ринкових орієнтирів господарювання. Об'єктом дослідження виступають державні банки України банківська система в цілому.

Практична значимість проведеного дослідження полягає в розробці рекомендацій щодо вдосконалення методики оцінки конкурентоспроможності банку АТ «Ощадбанк», що базуються на виділенні найважливіших критеріїв його діяльності, які формують основні конкурентні переваги. Безпосереднє практичне значення мають такі результати, представлені в проекті: алгоритм системного аналізу внутрішніх і зовнішніх критеріїв діяльності кредитної організації, що охоплює найважливіші області банківського управління та дозволяє отримати суб'єктивний результат ефективності їх розвитку в умовах сформованого соціально економічного становища регіону; модель ринкового позиціонування банків - конкурентів, яка ґрунтується на розрахунку рівня якості і вартості надаваних ними послуг; методика оцінки конкурентоспроможності банківських послуг з урахуванням їх якості та вартості в розрізі основних напрямків діяльності банку, яка розкриває його конкурентні переваги, можливості, перспективи і напрямки розвитку бізнесу.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНЦІЄЮ

СУБ'ЄКТО ГОСПОДАРЮВАННЯ

1.1 РОЛЬ, СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Категорія «конкуренція», як більшість складних понять нашого сьогодення бере начало з середніх століть, а саме вперше було використане у 16 сторіччі н.е. У перекладі з латинської «*concurrentia*» позначає – стикання, збігання, відповідність, рівність, тобто це боротьба між економічними суб'єктами, за для отримання максимального використання факторів виробництва, при однакових правилах для всіх учасників.

В той час, як компанія починає розвиватися, вона прагне займати найвигіднішу позицію на ринку задля отримання найбільшого прибутку. Своє положення на цьому ринку, компанія оцінює відповідно порівнюючи свої показники з компаніями, що також займають цей же ринок та кожна з них займає свою конкурентну позицію.

В даний час існує велика кількість визначень конкуренції, та конкурентоздатності підприємства. Основна роль конкуренції становить виявлення та встановлення ринкової вартості послуг, зведення праці до соціально необхідного. Конкуренція сприяє вирівнюванню вартостей, а також розподіл кількості прибутку в залежності від продуктивності праці, керування суб'єктом господарювання тощо. Конкуренція також здатна формувати середню норму прибутку, яка веде до перерахування статків на користь необхідних соціуму галузей. Конкуренція впливає на працю ринку розподіляючи попит та пропозицію між товарами та послугами.[1]

Отже конкуренція, сама по собі можлива лише за умов якщо на ринку у межах однієї країни (або за її межами також) існує не одна компанія, а декілька і вони виготовляють схожу продукцію, також чималу роль відіграє відсутність монополіста на ринку, котрий мав би безумовний вплив на ринкові відносини, та диктував умови вигідні лише йому.[2]

Враховуючи, що конкуренція може охоплювати як внутрішній ринок країни повністю, так і виходити за межі ознайомимось більш детально з її ієрархією.

Таблиця 1.1 Ієрархія конкурентоздатності установи [3]

Рівень конкурентоздатності	Поняття конкурентоздатності
Конкурентоздатність товару	Здатність привертати увагу покупців серед аналогічних товарів інших суб'єктів господарювання за рахунок кращому співвідношенню вартості та якості
Конкурентоздатність установ	Можливість досягти поставленої мети в умовах конкуренції з іншими компаніями що займають цей ринок; Задоволення попиту клієнтів шляхом виготовлення товарів що наповнюють ринок; Використання керівничих та потужність ресурсів для розширення ринку збуту.
Конкурентоздатність галузі	Здатність виготовлять товари та послуги, що відповідають запитам внутрішнього та зовнішніх ринків.
Конкурентоздатність регіону	Здатність регіону виготовлять товари та послуги, що відповідають внутрішніх та світових ринків, створювати умови для зростання ресурсів за для забезпечення зростання потенціалу конкурентоздатності, який в свою чергу забезпечуватиме зростання стійкі темпи зростання ВВП та якості життя населення регіону.
Конкурентоздатність країни	Здатність країни виготовляти товари та послуги, що відповідають запитам світових ринків, утворювати умови зростання державних ресурсів з швидкістю, що забезпечить стійкі темпи зростання ВВП та якості життя населення на рівні світових відміток.

Виходячи з таблиці, 1.1 варто зауважити, що конкурентоздатність не є константою, вона є динамічною величиною що постійно змінюється за умови впливу показників двох, або декількох суб'єктів господарювання в цьому періоді часу, а також залежить від різних факторів в залежності від існуючих видів конкуренції: макрорівень, мезорівень, мікрорівень, товарний. У банківській сфері під товарами варто розуміти кредити, депозити та карткові продукти що банк надає клієнту.

Таблиця 1.2 – Характеристика факторів в залежності від видів конкурентоздатності [4]

Вид конкурентоздатності	Об'єкти/Суб'єкти конкурентоздатності	Прикладі факторів
Макрорівень	Народне господарство в цілому, конкурентоздатність країни, регіонів	- науково-технічний рівень; - економічна безпека; - інвестиційний клімат; - національне законодавство, та його зв'язок з міжнародним правом.
Мезорівень	Об'єднання виробників товарів галузі	- внутрішня структура галузі; - вплив зовнішнього середовища; - конкурентоздатність окремих ланок; - взаємозв'язок окремих елементів системи.
Мікрорівень	Виготовлення товарів	- порівняльна конкурентоздатність продукції; - ефективність виробничої діяльності; - фінансові показники - ефективність організації продажу продукції на ринку.
Товарний	Товари/послуги	- якість товарів/послуг, відповідність нормам, стандартам; - вартість; - відповідність попиту.

Не зважаючи на таку різноманітність показників і факторів за котрими можна оцінювати конкурентоздатність суб'єкта господарювання не варто спиратись лише на дані за для досягнення чергового найліпшого показника. Головна увага повинна завжди бути направлена на споживача оскільки не зважаючи на розміри ринку, його обсяг є кінцевою величиною, і чим більше на ньому, на ринку, одноманітних компаній, тем менше залишається можливостей реалізації товару. Отже конкуренція розвиватиметься лише на доступних сегментах ринку.

Так що конкуренція стає невід'ємною частиною розвинутого ринку, а також вона є однією з найбільш доступних, що б не сказати дешевих методів економічного контролю, який не має собі рівних. Він не тільки забезпечує покупця товарами та послуги потрібного рівня, але й є важливою динамічною

силою, що постійно сприяє розвитку підприємства, та зниження собівартості товарів. Іншими словами конкуренція набуває характеристик безперервного процесу.

Таким чином, в деяких сферах, таких як фінансова, конкуренція набуває характеристик процесу суперництва між учасниками фінансового ринку – організаціями.

Відповідно до Закону України «О Фінансових послугах та державному врегулюванні ринків фінансових послуг»[5], під фінансовими організаціями розуміється юридична особа, яка у відповідальності до законодавства надає одну, або декілька фінансових послуг, у випадках, прямо визначених законом та внесена до відповідного реєстру в зазначеному законом порядку. До фінансових організацій відносяться банки, кредитні пілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі спільноти, страхові компанії, заклади накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди та компанії та інші юридичні особи видом діяльності яких надання фінансових послуг.

Фінансова послуга спричиняє окремий вид діяльності, пов'язана з залученням та використанням грошових засобів юридичних та фізичних осіб. В зв'язку з чим необхідно відокремити наступними ключові поняттями:

- сфера конкуренції – сфера фінансових послуг, види послуг та ринки на яких здійснюється суперництво;
- предметом конкуренції є послуга предметом якої організації намагаються завоювати визнання та гроші клієнтів. В широкому сенсі – це задоволення потреб, що само по собі призводить до виявлення більш широкого круга конкурентів до котрого залучені не лише банки, але й інші спільноти, в узькому – виявлення конкурентів;
- об'єктом конкуренції є споживач фінансових послуг – клієнт;
- суб'єктом на фінансовому ринку виступає конкурент, тобто фінансова, або інша структура що надає послуги клієнтам;

- враховуючи розвиток на фінансовому ринку України можна виявити наступні завади розвитку конкуренції на ринку банківських послуг:
- збільшення глобальної конкуренції зі сторони світових організацій;
- Збільшення конкурентоздатності вітчизняного сектора банківських послуг за рахунок зниження економічних та адміністративних витрат бізнесу.

Сутність конкуренції у банківському середовищі найбільш яскраво відображається у характеристиках банківської послуг та продуктах, у конкурентоспроможності.

Під конкурентоспроможністю банку розуміється ступінь стійкості його позицій щодо основних конкурентів при існуючій конкурентній структурі ринку і досягнута завдяки створенню унікальної цінності банківських продуктів і послуг для клієнтів.[6] Іншими словами, вона характеризує економічне становище, включаючи проектні, виробничі, розподільний та споживчий аспекти результати економічної діяльності. Конкурентоспроможність є невід'ємною частку економічної системи, але проявляє себе вона лише при конфліктній ситуації, що призводить до перерозподілу ринку.[7]

Керуючись аналізом конкурентоспроможності у роботі «Інформаційне забезпечення керівництва в конкурентоспроможності» під ред. Светунькова С.Г. можна виділити ряд моментів, що допоможуть найбільш широко висвітлити банківську конкурентоспроможність серед інших економічних структур:

- конкурентоспроможність послуги – міра привабливості для споживача;
- привабливість послуги визначається ступенем задоволення сполучення різнопланових вимог;
- склад висунутих вимог залежить від типу отримувача, та від типу послуги;
- конкурентоспроможність розглядається відносно конкретно взятого ринку;

- конкурентоспроможності притаманний динамічний характер, розглядати її можна лише за конкретно взятих умов, періоду часу, обставин змін на ринку;
- проблема конкурентоспроможності відноситься до ринку що знаходиться не набув стану рівноваги.

Конкурентоспроможність запропонованої послуги можна виразити через ступінь задоволення окремо взятої потреби порівняно з найкращою аналогічною послугою, що пропонується на ринку.

Можна сказати, що конкурентоспроможність банківської послуги це відносний динамічний показник кількісних та вартісних характеристик, співвідношення котрих забезпечує окремо взятої вимоги клієнтів, та вигідну відміну від аналогічних послуг конкурентів. У зв'язку з цим банку постійно потрібно працювати над підтримкою цінності наданих послуг, щоб продовжити цикл життя на ринку, та як можна довше витримувати конкуренцію.

При розгляданні конкурентоспроможності на економічному ринку варто відокремити конкурентоспроможність банку, та наданих їм послуг. Рівні та форми банківської конкуренції наведено на рисунку 1.1. Банк в цілому надає деякий набір послуг, його можна визначити як елементом господарчої діяльності з отриманням прибутку від реалізації її на ринку. Ця реалізація забезпечується завдяки повному складу наявних у банку засобів. А рівень конкурентоспроможності послуг є загальним показником життєзабезпечення банку, його вміння ефективно використовувати фінансовий, виробничий та робочий потенціал. Конкурентоспроможною є та послуга яка у комплексі між споживчою та вартісною властивістю забезпечує комерційний успіх, дозволяє приносити прибуток за умов широкої пропозиції аналогічних послуг.

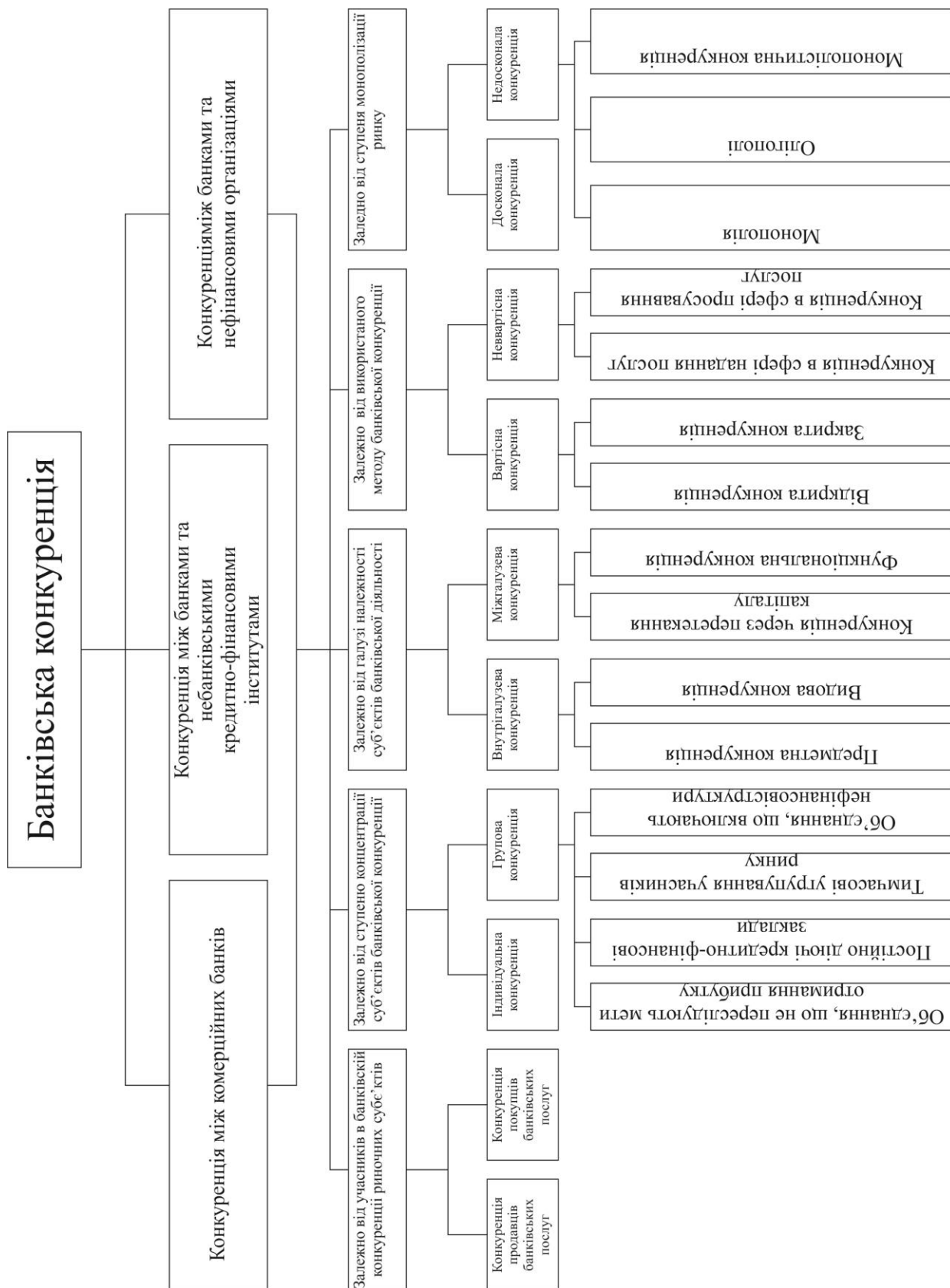


Рисунок 1.1 - Рівні та форми банківської конкуренції

Не зважаючи на те, що за кожною запропонованою службою стоїть конкретний ринковий суб'єкт, тотожність між самим об'єктом, а можливо і країною, та запропонованою службою ставити не можна через те, що велику роль відіграє конкурентоспроможність самого банку що надає службу. Банк, що займає високий рівень розвитку може направленої діяльності відносно конкурентів, може оказувати послуги з відносно низькою конкурентоздатністю. Та навпаки, рівень якісних характеристик послуги визначаючим її порівняно високу конкурентоспроможність може спостерігатись у банку з погіршенням фінансового становища, або низькою прибутковістю.

Таким чином, проведення досліджень дозволить визначити сутність банківської конкуренції, та значення конкурентоспроможності фінансової організації та послуги що надається, однак окрім ознайомлення з термінологією треба проаналізувати форми та засоби банківської конкуренції

На даний час банки функціонують майже у всіх ринкових спектрах. В кожному з них конкуренція набуває своїх особливих характеристик. Можна відстежити наступні форми конкуренції:

1. Конкуренція продавців, та конкуренція покупців.
2. Індивідуальна конкуренція
3. Внутрішня та зовнішня конкуренція між галузями.
4. Вартісна конкуренція, та невартісна.
5. Досконала та недосконала конкуренція.

Оскільки термін «конкуренція», включаю в себе відстоювання інтересів в межах однієї діяльності, то упевнено можна підкреслити, що конкуренти повинні займатись одною справою, тобто можна виділити конкуренцію продавців банківських послуг, та покупці банківських послуг.

Конкуренція продавців – це взаємовідносини між постачальниками банківських послуг з приводу встановлення цін та обсягів пропозицій послуг на ринку, що проявляються в найбільш вигідних умовах збуту та отримання за це максимального прибутку.

Конкуренція покупців банківських послуг – тип взаємовідносин покупців згідно формування цін та об'єму збуту, що проявляються після змагань між ними за доступ до необхідних послуг.

Загалом банки виступають у ролі продавців кредитних коштів, на котрі попит складає значну частку, а дійсна конкуренція існує серед покупців. З іншої сторони банки є конкурентами на міжбанківських торгах, де вони отримують привілеї в отриманні готівки для подальшого кредитування.

Обсяг конкуренції вельми великий, а конкурентне середовище багатостороннє. Загалом банківська конкуренція здійснюється на трьох рівнях:

1. Перший рівень – конкуренція між банками, боротьба між банківськими інститутами, що оказують банківські послуги клієнтам. (НБУ до складу цієї конкуренції не входить).
2. Другий рівень – конкуренція між банками та небанківськими фінансовими інститутами, котрі не є банками, але основна діяльність пов'язана з здійсненням фінансових послуг. В сфері кредитування основними конкурентами є кредитні кооперативи, лізингові компанії, ломбарди. У сфері залучення коштів клієнтів конкурентами виступають страхові компанії.
3. Третій рівень – конкуренцію банкам становить нефінансові організації: торгові будинки, промислові підприємства, пошта, нотаріальні контори, юридичні компанії.[8]

На кожному вище зазначеному рівні є ще 2 підрівня: індивідуальна (конкурентами є віддільні кредитні інститути) та групова конкуренція (один одному протистоятимуть об'єднання кредитних інститутів, що відіграють роль «асоційовані» конкуренти).[9]

Якщо більш детально проаналізувати групову конкуренцію, то можна набути наступних висновків. До групової конкуренції залучаються суб'єкти діяльності що на справді не є конкурентами, а є частиною однієї галузі. Іншими словами, для підтримки групової конкуренції усім членам цієї групи виставляють однакові

умови. При досягненні певного результату, грошове заохочування утримують всі, але в різному співвідношенні, в залежності від відсотку перевиконання поставленого нормативу.

Суб'єкти конкуренції також прийнято розподіляти в залежності від їх галузевої залежності.

Внутрішньогалузева конкуренція – розвинута між суб'єктами ринку однієї галузі, що надає аналогічні послуги, що задовольняють одні й ті самі потреби, але різні за вартістю, якістю, асортименту.

Предметна конкуренція – проявляється між ринкових суб'єктів, що надають ідентичні послуги, що відрізняються лише якістю, або не відрізняються в загалі.

Видова конкуренція – надання послуг одного виду, проте різняться якимось ключовим елементом. Наприклад різні види вкладів.

Проте не всі послуги банку пройшли стандартизацію. Більшість з них носять індивідуальний характер та орієнтовані на конкретного клієнта, або групу клієнтів. З подальшим розвитком економіки та банкової діяльності, навіть стандартизовані послуги за масовим пакетом пропозицій втратили свою однорідність від чого клієнт надає особливих властивостей притаманних одному продукту одного конкретного банку, це пов'язано з формуванням іміджу банку. Така конкуренція набуває значення «Видової». При наявності видової конкуренції достатньо важко розробляти стратегію по нових продуктах не сформувавши до цього споживчого уподобання, наявність нових продуктів не гарантує конкурентної переваги.

Міжгалузева конкуренція має місце між представниками окремих банківських галузей, може виражатися конкуренцією переливання капіталу, або функціональною конкуренцією.

Конкуренція через переливання капіталу виникає при зміні профіля діяльності кредитної організації. Найчастіше це виконується при перерозподілі між галузями, наприклад, зміна структури портфелю.

Функціональна конкуренція, від інших видів конкуренції відрізняються тим, що можуть виконувати одні й ті самі функції для користувача, бути взаємозамінними послугами, субститутами. Звісно при розробці стратегії найбільш привабливою для банківського суб'єкту буде той продукт, що не буде мати аналоги на ринку послуг.

В залежності від вибраних методів конкуренцію можуть бути вартісною, та не вартісною, вартісна, в свою чергу може бути відкритою, або прихована.

Поняття вартісної конкуренції у банківській сфері не має чітко окресленої межі. Нарахування комісії, тарифів та відсоткових ставок може варіювати від стандартних завчасно встановлених банком, це загалом залежить від продуктивного навантаження для одного клієнта.

Невартісна конкуренція пов'язана на сам перед з якістю обслуговування. Його висока роль якості пов'язана з рентабельністю, поліпшення якостей приваблює клієнтів, та сприяє збільшенню об'ємів реалізації банківських послуг, що виражається у підвищенні прибутку, та зменшенні витрат, а кваліфікаційне обслуговування є основним критерієм вибору банку для клієнта. Оскільки думки по якості надання послуг при невартісній конкуренції розходяться, прийнято досліджувати якість банківських послуг у двох критеріях: з позиції банку, та клієнта.

Для самого банку, якісний рівень праці залежать від швидкості процесів, рівень витрат на виправлення помилок, рівень мотивації робітників, продуктивність праці, та ін. Для клієнта критеріями якості банківського обслуговування є: швидкість обслуговування, тимчасовість виконання операцій, наявність помилок, години роботи банку, якість надання консультативних послуг, особиста сторона відносин з банком.

В умовах підвищеної конкуренції у банківській сфері на сам перед банк повинен враховувати та приймати точку зору клієнтської сторони.

В залежності від способу здійснення конкуренції та ступеня монополізації розрізняють досконалу (не обмежена конкуренція що складається при розміщенні

на ринку великої кількості малих ринкових суб'єктів, конкурують загалом за рахунок вартісної політики) та недосконалу конкуренцію (обмежена знаходженням на ринку одним чи декількома великими конкурентами). В свою чергу недосконала конкуренція поділяється ще на три: монополія, олігополія, монополістична конкуренція.

1.2. МЕТОДИКА ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В процесі ведення конкурентної боротьби виникає проблема з належним оцінюванням конкурентоспроможності банків, що націлені на виявлення недоліків та переваг в їх діяльності, та подальшій розробці стратегії підтримки та укріплення конкурентної переваги.

Досягнення поставленої мети можливо при наявності оперативної та об'єктивної методики оцінки конкурентоспроможності, що забезпечується завдяки:

- система внутрішньої звітності (повинна бути скерована найбільш повне відображення поточного положення справ, рівні його внутрішньої праці);
- система збору зовнішньої інформації (накопичення різноманітної інформації, що стосується ситуації на всіх ринках, особливо в тій де діє банк);
- система аналізу інформації (статистична обробка накопиченої інформації що стосується різних аспектів діяльності банку);
- система маркетингових досліджень (необхідна для виявлення конкурентної ситуації).[10]

Значна частина методів фінансового аналізу спираються на американську систему CAMEL.[11] В її основі лежать розрахунки п'яти показників, назва котрих відповідає аббревіатурі:

C (capital adequacy) – показник достатності капіталу, визначає розмір власних коштів банку;

A (asset quality) – показник якості активів, визначаючий ступінь ризику активів, а також фінансовий вплив проблемних займів;

M (management) – показник якості керівництва, глибини та відповідності законів та інструкцій;

E (earnings) – показник прибутковості, достатній для подальшого зростання банку;

L (liquidity) – показник ліквідності, визначаючий достатність коштів, які швидко можуть бути звернені в гроші. За результатами оцінювання банк набуває одну з п'яти категорій: 1- сильний, 2- задовільний, 3 – посередній, 4 – критичний, 5 – незадовільний.

Ця система є суб'єктивною, загалом спирається на розрахунки по трьом критеріям та для її здійснення використовується офіційна перевірка. Для середньостатистичного клієнта вона не доступна.

Враховуючи, що в кожному банку, особливо великому є своя унікальна система розрахунку конкурентоздатності, але до системи розрахунків банку у якому працюю мене навряд допустять на даному етапі моєї роботи, то розглянемо ще декілька методів розрахунку описаних у літературі.

До методики, що розроблена експертами під керівництвом Кромонава В.[12] входять: генеральний коефіцієнт надійності, коефіцієнт миттєвої ліквідності, крос коефіцієнт, генеральний коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт захищеності капіталу, коефіцієнт фондової капіталізації прибутку. Чим вищий кожен з коефіцієнтів, тим краще. Після розрахунків коефіцієнти складаються з певними вагами та отримуємо коефіцієнт надійності. Методика доступна, проте носить суб'єктивний характер та для використання цього методу банкові показники повинні пройти через показник - «фільтр Кромонава».

Методика рейтингового агентства banks-rate [13] відрізняються легкістю, тому що дає можливість всім бажаючим самостійно проводити простий аналіз

фінансового стану будь якого банку. На основі балансу банку за останні 3 роки розраховується ряд інтегрованих показників, що представленні у динаміці помісячно дозволяють оцінити успішність роботи взятого банку, основні напрями, та «запас міцності» при стрес сценаріях, та перспективи розвитку. При оцінюванні роздивляються такі показники як: валютний баланс, ліквідні, чисті, робочі активи, кредити, власний капітал тощо.

Методика оцінювання на основі балансових рівнянь Масленченковим Ю та Комановим В [14] здійснюється побудові модифікованого балансового рівняння «Активи=Пасиви». За допомоги методу можна проаналізувати використання оборотних коштів, на скільки кваліфіковано використовуються пасиви банку, аналіз різних сторін фінансового стану з боку збалансованості між прибутком та ліквідністю. Розрахунки проводяться на основі двох періодів взятих з звітності даних що публікуються, що є перевагою.

Методика, що застосовується Рейтинговим агентством Банкир.Ру [15] є доволі детальним, проте дає короткострокову оцінку фінансової стійкості та платоспроможності банків. Метод засновано на результатах щомісячної звітності, детального аналізу кількісних та якісних сторін діяльності.

Особливістю банківського рейтингового агентства Банкир.Ру, є обставина того, що кожен з агентів може спиратись як на офіційні та неофіційні данні, може використовувати як поширені методи розрахунків, так і на свої власні. Згідно фінальному алгоритму розрахунків здійснюється коефіцієнт «компетентності» окремого агента, котрий автоматично корегується в залежності від ступеня відхилення від підсумкового рейтингу. Цей підхід дозволяє згладити некомпетентні дії експерта.

Захарьян А.Г [16] пропонує методику експертної оцінки стійкості комерційного банку. Методика оцінює групу показників що залучають оцінювання ефективності надання банківських послуг, ступеня їх привабливості та задоволення потреб клієнтів: капітальну, фінансову, організаційно-структурну, інформаційно-технологічну, комерційну та функціональну,

Фактично оцінювання зводиться до висловлювання думки експертів без допоміжних розрахунків, що призводить до вельми високого суб'єктивного ступеня, що не дозволяє говорити про стабільність банку.

Рейтингове агентство «Експерт РА» займається оцінюванням за допомоги оригінального ними розробленого методу, що включає фінансовий аналіз діяльності, визначає поточну платоспроможність та якісну оцінку характеристик ризику банку, що відображає загальну стійкість. В якості фінансово-економічних факторів виступають: розмір бізнесу банку, достатність капіталу, структура активів та їх якість, оцінювання ліквідності, доходність та рентабельність банку. Факторами якісного аналізу є: репутація, значимість та історія банку, ефективність кредитної політики, керування фінансовими ресурсами, та ризиками, система прийняття рішень, регіональна банківська політика, технічна база, структура власників, якість корпоративного рівня.

При проведенні внутрішнього та зовнішнього середовища банку дозволяє достатньо широко відобразити рівень банківської конкуренції, оскільки одночасно розглядається декілька банків, отриманий рейтинг котрих потім розбивається в залежності від класу конкурентоспроможності.

За для оцінювання конкурентоспроможності конкретно взятого банку з його конкурентами можна використати метод Спіцина І.О та Спіцина Я.О. за наступними критеріями: абсолютна та відносна доля ринку, тенденції долі ринку, відносна доходна діяльність, відносна якість та вартість наданих послуг, виникнення нових послуг, ступінь концентрації наданих послуг, ступінь концентрації клієнтів, відносна капіталомісткість діяльності банку.

Від перерахованих раніше методів, цей відрізняється визначенням обсягом кількісних та якісних характеристик, а саме визначення якості та вартості наданих послуг.

Власний метод сформував Інформаційний центр «Рейтинг» завдяки багаторічній практиці, що засновану на аналізі реального стану банку за абсолютної так і відносною шкалою. Цей метод носить закритий характер, проте

його сенс зводиться до фінансової та іншої діяльності банків, в разі чого отримують комплексну характеристику поточного рівня банківської конкурентоздатності.

Проте оцінку конкурентоспроможності банку роблять не лише конкуренти, або клієнти, але й іноземні інвестори, для котрих рівень конкуренції банку є адекватною привабливістю.[17] В цьому разі банківська конкурентоздатність визначається як економічними так і неекономічними факторами, та для їх визначення виділяють двадцять найбільш важливих критеріїв оцінювання банку корпоративний клієнтами та фізичними особами: рівень довіри к банку, кваліфікація персоналу, рівень популярності банку, якість наданих послуг, відповідність політики банку інтересам регіону та ін.

Більшість існуючих методів, що визначають оцінювання платності, стійкості та конкурентоздатності зводяться до аналізу кількісної сторони діяльності банку не враховуючи її якісну сторону. Деякі методи намагаються виправити цю ситуацію, проте в більшості з них не враховується критерій оцінювання конкурентоспроможності послуг, що складається з визначення якостей та вартостей наданих послуг. Так у роботі «Експертна оцінка комплексної стійкості комерційного банку», Захарян А.Г. описує метод що оцінює стійкість кредитної організації використовуючи тридцять п'ять якісних показників, серед котрих аналіз послуг, що надає банк зводиться до відповідей на три питання: ефективність наданих послуг, їх привабливість в порівнянні з аналогічними послугами конкурентів, ступінь задоволення потреб клієнтів.

Для оцінювання конкурентоздатності, треба проводити аналіз не за загальними критеріями, а розбираючи окремо взятую послугу, та ефективність тарифної політики. Якщо комплексну модель роботи банку розділити за статусом клієнтів яким надається той чи інший пакет послуг на юридичних та фізичних осіб можна отримати більш детальні результати оцінювання продуктів.[18]

Система якісних параметрів оцінювання роздрібних банківських послуг зводиться до визначення чотирьох груп якісних показників, заснованих на

характеристиках точок їх продажу, що суб'єктивно впливають на реакцію споживача:

1. Просторовий показник, що характеризує «якість зовнішнього середовища» послуги, або умов надання.
2. Інформаційні показники, що характеризують інформаційну забезпеченість клієнтів, «якість інформаційного забезпечення».
3. Персональні показники, що характеризують рівень наданого сервісу, - «якість персоналу».
4. Претензійні показники, які можна використати для оцінки перших трьох пунктів, або як самостійну групу показників у вигляді системи збору та обробки інформації за відгуками та претензіями.

На базі характеристик заповнюється анкета, а потім розташування балів згідно шкали, аналізуючи отриманні дані визначається підсумковий рівень конкурентоздатності банківських послуг.[19]

Також конкурентоздатність можна оцінювати з позиції маркетингу:

1. Визначення критеріїв потреби споживача до послуги.
2. Оцінка очікуваної конкурентоспроможності послуг на основі критеріїв споживачів.
3. Оцінювання конкурентоспроможності маркетингової діяльності банку відносно конкурентів.
4. Висновки о реальній конкурентоспроможності послуг та визначення напрямку сил що стоїть прикласти для її підвищення.

Після складані анкети проходять оцінювання на першому за експертною оцінкою, на другому - за десятибальною шкалою, на третьому – за п'ятибальною. На четвертому етапі проводиться порівняння фактичних результатів оцінювання послуг та маркетингової діяльності банку з очікуваними показниками та показниками конкурентів відповідно. Така методика дозволяє оцінити конкурентоспроможність послуги, рівень маркетингу банку, а також виділити

слабкі місця оскільки порівняння відбувається по кожному окремо взятому критерію.[20]

Проаналізувавши методики оцінювання конкурентоспроможності банків дозволяє зробити наступні висновки:

- більшість методів призводить до оцінювання кількісної сторони внутрішньої роботи банку, не враховуючи якісних показників, що занижує повноту результатів аналізу діяльності банку;
- майже всі методи засновані на використанні експертних оцінок, тобто мають суб'єктивний характер в той чи іншій мірі;
- більшість методів засновано на використанні внутрішньої інформації, та не враховують зовнішнього аналізу, незважаючи на те, що саме вона впливає на конкурентоспроможність банків;
- оцінювання конкурентоздатності кредитної організації не включає аналіз ефективності продуктового та тарифної політики, що є значним недоліком, оскільки до діяльності банку входить надання послуг клієнтам;
- оцінювання якісних показників приводить до їх підсумування результатів їх бальних оцінок та коефіцієнта значимості, що говорить о недостатньому дослідженні інших методів та можливість їх використання в банківській галузі;
- результат методів дозволяє судити про даний період часу, та не дозволяє відстежити динаміку його діяльності;
- велика частина методів не є доступними для широких мас, оскільки для розрахунків потрібен доступ для закритої інформації внутрішнього використання.

1.3 ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У БАНКУ

Рівень конкурентоспроможності банку визначається його спроможністю ефективно функціонувати на сучасному ринку банківських послуг за даних економічних, політичних та соціальних умов.

Керування конкурентоспроможністю є невід’ємною частиною діяльності банку, яка в свою чергу залежить від факторів що впливають на неї як зовнішніх, так і внутрішніх. Для ефективного керування конкурентоспроможністю необхідно чітко виявлення наступних факторів.

Діяльність фінансових закладів відрізняється особливою специфікою, для них потрібно конкретизувати фактори що мають вплив на конкурентоздатність.[21]

Доцільно розділити фактори конкурентоспроможності фінансових організацій, а саме банків, в залежності від можливості надавати на них вплив, а саме на внутрішні та на зовнішні фактори (Рисунок 1.2)

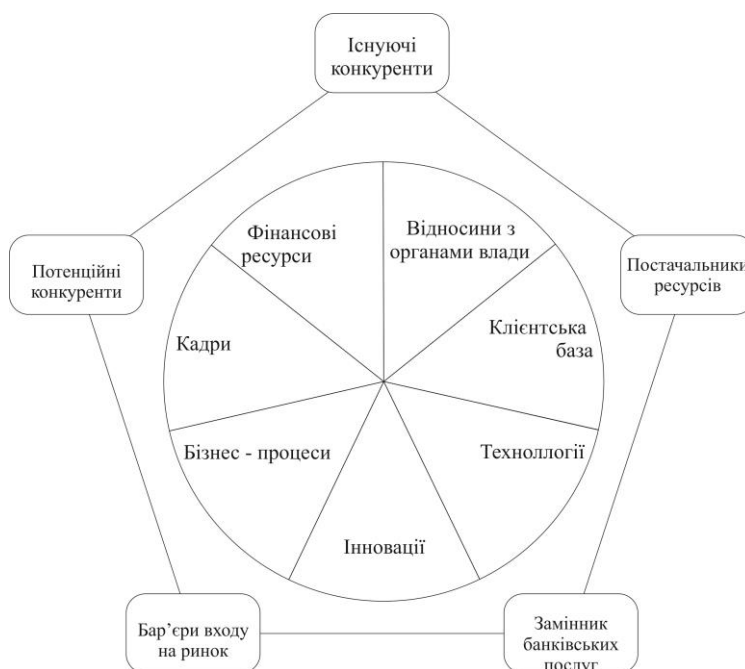


Рисунок 1.2 - Зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності банку

Рисунок 1.2 – Зовнішні та внутрішні фактори конкурентоспроможності банку

На ринку банківських послуг виділяють три рівні боротьби між конкурентами, як показано на рисунку 1.3.

1. Боротьба між банками.
2. Конкуренція зі сторони не банківських фінансових організацій (лізингові компанії, інвестиційні фонди, кредитні спілки тощо).
3. Нефінансові організації, котрі можуть запропонувати обмежену кількість послуг (автопромисловість, торгові будинки, пошта).

Другий не менш важливий фактор визначаючий конкурентний клімат до вимог конкурентоспроможності, це загроза виникнення нових конкурентів, які є в будь-якій галузі у тому числі й банківській.

Конкурентів можна виявити по співвідношенню «товар – споживач».

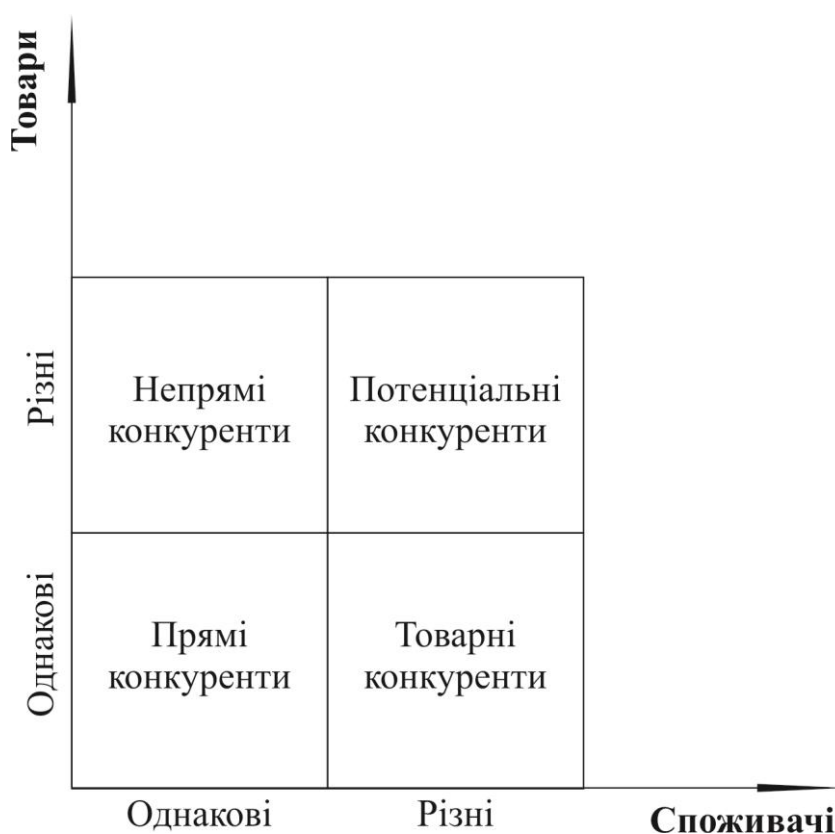


Рисунок 1.3 – Види конкурентів

Прямі конкуренти – організації, що пропонують аналогічні товари на том самому ринку.

Товарні конкуренти – організації, що пропонують аналогічні товари на різних ринках.

Непрямі конкуренти – організації, що пропонують різні товари на одному ринку.

Потенційні конкуренти – організації, що пропонують різні товари на різних ринках.

Саму велику загрозу становлять прямі конкуренти, споживач може легко перейти на товар, котрий пропонують вони, якщо буде запропонована краща вартість, якість, обслуговування, умови співпраці і таке інше.

Проте з іншого боку, наявність у компанії прямих конкурентів змушує її розвиватись, шукати нові шляхи розвитку, розробляти інноваційні товари, а також оптимізувати свою діяльність.

Непрямі конкуренти, в свою чергу, надають на ринку товари – субститути, товари, що мають ту ж споживчу цінність для споживача та можуть її замінити. Наявність таких конкурентів також змушує розвиватись та розвивати свої товари та послуги вносячи якісні зміни та споживчу цінність.

Потенційні конкуренти. До них відносяться організації, котрі лише готуються вийти на ринок, та можливо будуть пропонувати аналогічні товари та, таким чином будуть здатні змінити існуючий устрій. Таким конкурентом можна вважати організацію, що спроможна своїм товаром задовольнити споживачів наших товарів більш ефективним чином з меншими затратами.[23]

Не менш важливим фактором, що оказує вплив на рівень конкуренції на ринку банківських послуг, є наявність вхідних бар'єрів, які спроможні обмежити кількість учасників ринку, а також зменшити ймовірність появи нових. На ринку банківських послуг відокремлюють наступні основні вхідні бар'єри:

- обмежений доступ до фінансових ресурсів;
- правові обмеження діяльності;
- висока економія на масштабах виробництва;
- кількість вже існуючих великих учасників ринку;

- висока диференціація послуг;
- високі витрати на залучення користувачів;
- високий рівень ризику.

Держава, в свою чергу, встановлюючи різні правові бар'єри, може впливати на рівень конкуренції, а відповідно на рівень конкурентоспроможності банків. До таких бар'єрів відносяться: системи нормативів, ліцензування діяльності, обов'язкове страхування депозитів, нагляд за діяльністю банків та регулювання їх діяльності.

Третій фактор конкурентоспроможності – замітник банківських послуг.

Четвертий фактор – користувачі. Безпосередньо вони можуть впливати на конкуренцію на ринку банківських послуг. Споживачів сегментують за наступними групами:

- роздрібні клієнти (фізичні особи);
- бізнес (юридичні особи).

П'ятий фактор і останній – постачальники ресурсів. Ресурси банку, необхідні йому для успішного функціонування, можна розділити за наступними групами:

- фінансові послуги;
- інформаційні ресурси;
- трудові ресурси;
- технологічні ресурси;
- матеріальні ресурси.

Постачальником фінансових ресурсів є Національний Банк України, клієнти банку, інші фінансові організації.

Постачальником трудових ресурсів є біржа труда, або центр зайнятості, учбові заклади, люди.

Інформаційні ресурси можуть потрапляти до банку з різних джерел як внутрішніх (внутрішні системи, персонал), так і зовнішніх (засоби масової інформації, держава, споживачі, інтернет).

До технологічних ресурсів банку можна віднести весь комплекс програмного забезпечення, що дозволяє банку здійснювати свою діяльність, а також забезпечувати безпеку операцій.

Постачальниками програмного забезпечення можуть бути як спеціалізовані фірми, так і співробітники ІТ – відділу банку.

До матеріальних ресурсів належить оргтехніка, канцелярія. Постачальники таких ресурсів мають невеликий вплив на діяльність банку та його легко замінити.

Конкурентоспроможність банку має три рівні: конкурентоспроможність банківських послуг, банка в цілому, та банківського сектору економіки на фінансовому ринку в межах країни розташування, так за її межами.[24]

Важливим кількісним та якісним фактором мікросередовища та внутрішнього середовища банка є:

- фінансові ресурси (активи, пасиви їх динаміка та структура, фінансові результати, показники ефективності праці банку);
- бізнес-процеси (формування асортименту банківських продуктів, встановлення тарифів, продаж банківських продуктів, маркетинг, творення іміджу, реклама, менеджмент);
- інновації (створення інноваційних продуктів, підвищенні кваліфікації кадрів);
- інформаційні та комунікаційні технології;
- клієнтська база (структура, лояльність, прихильність);
- взаємовідносини з органами влади.

Таким чином можна прийти до висновку, що у банку, як і у будь якої іншої організації існує багато факторів, котрі здійснюють вплив на конкурентоспроможність. Тому є сенс виділяти найбільш важливі фактори конкурентоздатності, вплив котрих має найбільші наслідки як позитивні так і негативні

1.4 ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Конкуренція є невід'ємною частиною кожної галузі не зважаючи від рівня який вона займає, чи це державна установа, чи підприємство мікробізнесу проте керівництво суб'єкта господарювання повинно вивчати конкурентів, що знаходяться на ринку за для розвитку свого власного бізнесу. Вивчаючи ринок збуту та пропозицій, орієнтуючись на конкурентів, проводячи розрахунки економічних показників можна планувати подальший розвиток установи, знизивши при цьому витрати, та збільшивши прибуток.

Конкурентоспроможність не є константою, вона постійно змінюється під впливом як зовнішніх так і внутрішніх економічних чинників, та факторів що пов'язані з виготовлянням товарів чи наданням послуг.

Для проведення досліджень становища конкурентоспроможності наразі існує дуже багато методів оснований як на вивченні економічних показників, так і на дослідженнях що стосуються поширення товарів чи властивостях обслуговування.

За для отримання найбільш точної картини по установі треба вивчати питання долучаючи як найбільше різних факторів.

2. ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АТ «ОЩАДБАНК»

2.1 ОРГАНІЗАЦІЙНО – ЕКОНОМІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА АТ «ОЩАДБАНК»

Ощадбанк був зареєстрований в Національному Банку України 31 грудня 1991 року як самостійна банківська установа – Державний спеціалізований комерційний ощадний банк України. Це сталося після виходу України зі складу Радянського Союзу та проголошення незалежності України. Банк був створений на базі установи Сбербанку колишнього Союзу Радянських Соціалістичних Республік в Україні, попередником якого був Держтрудсберкас СРСР.

Постановою Кабінету Міністрів України від 21 травня 1999 року розпорядженням президента України від 20 травня 1999 року Державний спеціалізований комерційний ощадний банк України був перетворений у Відкрите Акціонерне Товариство Державний Ощадний Банк України (скорочено ВАТ Ощадбанк). По виконанню постанови Кабінету міністрів України від 06 квітня 2011 року №502 О внесенні змін до постанови Кабінету Міністрів України від 25 лютого 2003р. «26 07 червня 2011 року здійснена державна реєстрація змін Уставу ВАТ Ощадбанк, які стосуються зокрема. Згідно п.4 Уставу АТ Ощадбанк

повне найменування банку: Відкрите Акціонерне Товариство Державний ощадний банк України, скорочено – АТ Ощадбанк.

Ліцензія Національного Банку України №148 від 05.10.2011 року на прав здійснення банківських операцій засновником банку є держава в особі Кабінету Міністрів України.

Протягом 2014 – 2015 років через політичні та економічні репресії Ощадбанк отримав найбільші за свою історію збитки. У 2014 році вони досягли 8,5 млрд гривень, а у 2015 збільшились до 12,2 млрд гривень. За словами голови правління, Андрія Пишного, більшість збитків було нанесено анексією Російською Федерацією Криму.

У 2015 – 2016 роках було проведено ребрединг, та змінення маркетингової стратегії.

05 червня 2019 року Кабінет Міністрів змінив тип Публічного Акціонерного Товариства Ощадбанк, на приватне та змінив назву на Акціонерне Товариство Державний Ощадний Банк України. При цьому Ощадбанк є державним банком.[25]

На даний час АТ Ощадбанк має регіоналі управлінням, та філіали по всій території України, (окрім Донецької, Луганської Області, та Автономної Республіки Крим) та нараховує 2417 відділень [26], в яких працює в середньому 28700 чоловік.

Згідно ст.7 Закону України "Про банки і банківську діяльність" від 07.12.2000 року №2121-III функції з управління корпоративними правами держави в АТ "Ощадбанк" здійснює та виконує функції вищого органу управління - Кабінет Міністрів України. Іншими органами управління є наглядова рада банку та правління банку є Держава.

До складу посадових осіб АТ Ощадбанк входять:

1. Голова правління – Наумов Сергій Володимирович, народився 25 вересня 1969 року;
2. Заступник голови правління (член правління) – Барсуков Анатолій

- Зіновійович, 1955 р. народження;
3. Заступник голови правління (член правління) – Земцова Ірина Михайлівна, 1965 р. народження;
 4. Заступник голови правління (член правління) – Литвин Володимир Миколайович, 1973 р. народження;
 5. Заступник голови правління (член правління) – Стецевич Андрій Ігорович, 1977 р. народження;
 6. Заступник голови правління (член правління) – Драчко-Єрмоленко Євгеній Володимирович, 1974 р. народження;
 7. Заступник голови правління (член правління) – Тютюн Антон Олександрович, 1977 р. народження;
 8. Головний бухгалтер – директор департаменту бухгалтерського обліку – Костенко Галина Степанівна, 1960 р. народження.

До складу наглядової ради входять:

1. Член наглядової ради (незалежний директор) – Вайнштейн Міхаель (Weinstein Michael), 1953 р. народження;
2. Член наглядової ради (незалежний директор) – Бріггс Пітер (Briggs Peter), 1944 р. народження;
3. Голова наглядової ради (незалежний директор) – Апін Байба (Apine Baiba), 1971 р. народження;
4. Член наглядової ради, як представник держави від Президента України Храмов Юрій Анатолійович, 1957 р. народження;
5. Член наглядової ради (незалежний директор) – Хуан Енріке Перес Калот (Juan Enrique Perez Calot), 1955 р. народження;
6. Член наглядової ради (незалежний директор) – Янне Харьюнпаа (Janne Harjunpaa);
7. Заступник голови наглядової ради (незалежний директор) – Мітюков Ігор Олександрович, 1952 р. народження;
8. Член наглядової ради, представник держави від комітету Верховної Ради

України – Пашко Юлія Ігорівна, 1984 р. народження;

9. Член наглядової ради, представник держави від Кабінету Міністрів України – Кириченко Тарас Олексійович, 1975 р. народження.[27]

Основним видом діяльності банку є – Інші види грошового посередництва (КВЕД – 64,19). Проте, у різні періоди банк отримав ліцензії на наступні види діяльності:

- провадження господарської діяльності з випуску та проведення лотерей, ліцензія АВ№446758 від 02.09.2013 р.(зараз розповсюдження лотерей призупинено);
- банківські послуги, ліцензія 148 від 05.10.2011;
- діяльність з управління цінними паперами, ліцензія АЕ№642066 від 19.06.2015 р.;
- брокерська діяльність, ліцензія АЕ№642063 від 19.06.2015р.;
- дилерська діяльність, ліцензія АЕ№642064 від 19.06.2015 р.;
- андерайтинг, ліцензія АЕ№642065 від 19.06.2015 р.;
- депозитарна діяльність депозитарної установи, ліцензія №АЕ№286662 від 10.10.2013р.;
- діяльність зі зберігання активів інститутів спільного інвестування;
- діяльність зі зберігання активів пенсійних фондів;
- емісія та обслуговування карток: VISA, згідно ліцензійного договору зі змінами від 20.02.1997 р.;
- емісія карток та послуги еквайрингу: MasterCard, згідно ліцензійного договору від 09.04.1997 р.;
- емісія карток та послуги еквайрингу: Національна платіжна система, "Український платіжний простір", ліцензій 159 від 04.05.2017 р.

Починаючи з 26 травня 1999 року, АТ Ощадбанк випускало цінні папери у вигляді простих бездокументарних акцій, кількість котрих зараз дорівнює 42649 шт. Вартість акцій за весь період випуску змінювалась починаючи з одного мільйонну гривень за кожен акцію і зараз сягає 1,16 мільйонну гривень. Останній

пакет акцій було випущено 27 грудня 2017 року.

Акції АТ «Ощадбанк» належать Державі на 100%, та не продаються.

Окрім власних акцій АТ Ощадбанк є власником цінних паперів інших установ.

АТ Ощадбанк виступив ним з засновників Приватного Акціонерного Товариства «Агентство по рефінансуванню житлових кредитів». Форма участі пряма. Внесок в статутний капітал здійснено грошовими коштами. Банку належить 70,8571% акцій товариства. Обсяг прав, що належить Банку стосовно управління товариством визначений чинним законодавством за статутом.

АТ «Ощадбанк» придбав у власника Публічного акціонерного Товариства «Національний депозитарій України» акції юридичної особи, загалом Банку належить 24,9903% акцій товариства. Проте враховуючи змін Закону України «Про депозитарну систему України» Банк має право голосу за 516 акціями, що становить 5% його статутного фонду.

АТ «Ощадбанк» Набув власності в рахунок погашення заборгованості Відкритого Акціонерного Товариства «Генічеський машинобудівний завод». Банку належить 10,6333% акцій товариства.

АТ «Ощадбанк» виступив одним з засновників Асоціації Економічної Безпеки «Аскольд». Внесок в статутний капітал було здійснено грошовими коштами, що дало права володіння 8,79% частки статутного фонду юридичної особи.[28]

В даний час АТ «Ощадбанк» - єдиний серед українських банків, що має законодавчу гарантіє збереження вкладів громадян, оскільки засновником банку є держава у особі Кабінету Міністрів України. Тобто вклади в банк є без ризиковими. Згідно останнього звіту Національного Банку України о фінансовій стабільності, друге місце за приростом депозитів зайняв саме АТ «Ощадбанк» з показником приросту 5,5 млрд грн.[29]

Співробітництво з АТ «Ощадбанк» дозволяє клієнтам ефективно розвивати бізнес клієнтам сегменту «малого та середнього бізнесу». В Банку юридична

особа може оформити кредит в залежно від потреб компанії. Кожен випадок розглядається окремо, оскільки спектр послуг що надається вельми великий, починаючи з поповнення обігових коштів, та закінчуючи кредитами під депозити. Крім того, АТ «Ощадбанк» співпрацює більш ніж з 60 компаніями з продажу транспортних засобів, як для власного користування, так і для проведення аграрних робіт.

Також банк має свою кредитну лінію для Об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, яка стане у пригоді при проведенні капітальних ремонтів в стислі строки, та для оновлення систем.

АТ «Ощадбанк» активно долучається до партнерських програм з міськими районними і обласними адміністраціями, які виділяють кошти з місцевих бюджетів на компенсацію відсотків або частини кредиту для представників мікро, малого та середнього бізнесу.

Саме для Запорізької області є можливість отримати кошти з держбюджету для часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва; для надання фінансової підтримки розвитку фермерських господарств; на підтримку галузі тваринництва.[30]

Банк веде бухгалтерський облік та складає фінансову звітність відповідно до законодавства, в тому числі нормативно-правових актів Національного Банку України. У фінансових звітах Банк відображає стан активів і зобов'язань та результати його діяльності за звітний період.

Річна фінансова звітність (консолідована фінансова звітність) перевіряються аудиторською фірмою з метою висловлювання нею думки про те, що фінансова звітність Банку відображає достовірно в усіх суттєвих його фінансовий стан Банку відповідно до міжнародних стандартів звітності.[31]

Міжнародне рейтингове агентство Moody's підвищило рейтинги АТ «Ощадбанку», зокрема: базову оцінку кредитоспроможності (Baseline Credit Assessment) до рівня «b3», рейтинг довгострокових депозитів в іноземній валюті (Long Term Bank Deposits Fgn Curr) до рівня «Caal», рейтинг довгострокових

депозитів у національній валюті (Long Term Bank Deposits Local Curr) до рівня «B3», довгостроковий рейтинг ризику контрагента в іноземній валюті (Long Term Counterparty Risk Rating Fgn Curr) до рівня «B2», рейтинг ризику контрагента за національною шкалою (National Scale Rating) до рівня «A1.ua»".[32]

2.2 ФІНАНСОВИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Озираючись на багаторічну роботу банку можна сказати лише одне, зараз це вельми перспективна компанія яка покладає всі зусилля за для досягання конкретної мети. Умовно діяльність банку можна поділити на два часових етапи:

- до початку війни у 2014 року;
- після початку війни у 2014 році.

За стою історію починаючи з 1991 року та до 2014 у банка ні разу не було проведено суттєвих змін у веденні справ, у політиці.

Проте починаючи з 2014 року, коли країну охопила руйнівна сила війни, та банк зазнав значних збитків на протязі двох років було розроблено ряд кроків за для виходу з кризової ситуації, та примноженні прибутків.

Так починаючи з 2014 року було запропоновано в чотири кроки вирівняти ситуацію.

I крок – голова правління банку звернувся до Національного Банку України з проханням провести детальний аналіз стану справ АТ «Ощадбанк». За результатами цієї перевірки було прийнято пакет антикризових заходів.

II крок – були поліпшені взаємовідносини з клієнтами банку, за для відновлення довіри було затверджено внесення змін до збереження вкладів з наданням гарантій незалежно від сум та строків.

III крок – реструктуризація зовнішніх зобов'язань АТ «Ощадбанку».

IV крок – разом з міжнародною аудиторською компанією було розроблено стратегію модернізації, за якою банк за два роки повинен стати банком – партнером №1 для держави, громадян та бізнесу.

За два роки, з 2015 по 2017 банк досяг поставленої мети, на що також наголосили партнери банку: Європейський банк реконструкції та розвитку, а також акціонером банку.

За цей короткий період вийшов з кризового становища, залучив депозити фізичних осіб відновивши свою первинну функцію ощадного банку, що дозволило банку достроково закрити рахунки по рефінансування з Національним Банком України.

Було змінено мережу філіалів, та відкрито 600 відділень нового формату серед них вісімнадцять інклюзивних.

За два вище зазначених роки було запущено додаток «Ощад24/7», до якого залучилось майже три мільйони громадян та дозволив АТ «Ощадбанк» зайняти друге місце в електронній комерції по активних картках.

За для підтримки мікро та малого бізнесу було започатковано програму «Будуй своє», метою якої було поставлено створення двох мільйонів нових підприємців. У рамках програми було створено спеціалізований портал на якому було зареєстровано понад тридцять тисяч користувачів.

За для контролю заборгованостей, які до речі зараз майже рівні нулю, було запроваджено систему керування ризиків, що в свою чергу дозволило банку перейти на фінансову звітність міжнародного рівня.

Було впроваджено сучасну систему керування кадрами, та роботи з клієнтами, завдяки якій було оновлено склад, покращено комунікації з клієнтами та створено лідерські програми «Ощадлідер» та «Ощадпрофі».

Завдяки чотирьом вище зазначеним крокам у 2019 році банк отримав перше місце в номінації «Карточний банк. Абсолютний приріст портфелю платіжних карт за січень – вересень 2018 р. за версією щорічного незалежного дослідження інформаційного агентства Financial Club.[34]

Проте це був лише початок, АТ «Ощадбанк» у особі Кабінету Міністрів сумісно з провідною міжнародною консалтинговою компанією затвердив стратегію розвитку на наступні п'ять років рамках розвитку державних банків.

За цією стратегією було поставлено вісім пріоритетних напрямків розвитку.

Пріоритет №1 – Перерозподіл кредитного портфелю та зміна бізнес моделі.

Повинні досягти наступного розподілу кредитного портфелю:

- корпоративний сектор – 64%;
- роздрібний бізнес – 22%;
- малий та середній бізнес – 14%.

Але ці зміни вже зараз відчутні, було змінено частку портфелю великого корпоративного бізнесу, та його перерозподіл скоротивши частку держсектору о 36%.

Пріоритет №2 – Збільшення комісійного доходу.

П'ять років назад комісійний дохід покривав лише 38% адміністративних витрат банку, та забезпечував у рейтингах сьоме місце. Наразі АТ «Ощадбанк» займає друге місце на ринку, а комісійний дохід покриває 63% адміністративних витрат.

Пріоритет №3 – Робота з NPL, що був сформований до 03.2014 р.

На початку 2019 року на користь АТ «Ощадбанку» прийнято близько 7,2 тисяч судових рішень про стягнення коштів з недобросовісних позичальників на суму 45 млрд. грн. Та було стягнуто вже 5,9 млрд. грн.

Також АТ «Ощадбанк» виграв справу у арбітражному суді проти РФ за втрачені активи в Автономній Республіці Крим. Сума відшкодування становила 1,3 млрд. доларів США, та майже 100 тис. доларів США щоденних штрафних санкцій за прострочення сплати основної суми.

АТ «Ощадбанк» імплементував Закон України «Про фінансову реструктуризацію» за для врегулювання проблем заборгованості та поліпшення якостей кредитного портфелю. Так банком було проведено чотирнадцять операцій фінансової реструктуризації на загальну суму понад 23 млрд. грн.

Пріоритет №4 Зростання в сегменті роздрібного бізнесу.

Після проведених кроків оптимізації банку вдалось добитись позитивної динаміки на ринку депозитів фізичних осіб, її приріст становив 14,8%, сягнувши у 2018 році відмітки у 21.92%, що дозволило АТ «Ощадбанк» зайняти лідируючі позиції на ринку іпотечних кредитів, а також 14% ринку автомобільного кредитування, хоча раніше ця ніша була в загальні поза межею досяжності.

Продовжується розвинення системи електронних платежів, додатку «Ощад24/7». Що дозволило впевнено триматись на другому місці на ринку торгових еквайрингу, довивши кількість POS – терміналів по торгових мережах до 45 000. Збільшивши транзакцій через систему АТ «Ощадбанк» до 85% та лише 13% через каси відділень. Що також вплинуло на рівень лояльності наших клієнтів до АТ «Ощадбанку», та він зріс, за даними GfK у четверо до 32%.

Пріоритет №5 – Підтримка малого та середнього бізнесу.

За вдяки складеній роботі з Європейським банком реконструкції та розвитку та Франкфуртською бізнес школою було підготовлено штат кредитних менеджерів та розроблено програму мікрокредитування, що дозволило збільшити портфель кредитів малого та середнього бізнесу на 67%, а портфель депозитів в цьому ж сегменті становив 16,7 млрд. грн. Також було запущено мобільний додаток для підприємців – CorpLight.

Пріоритет №6 – IT платформа.

За останні роки діяльності АТ «Ощадбанк» зміг зробити майже неможливе – поєднати всі системи у «єдине вікно». Було створено єдину базу для обслуговування клієнтів що дозволить налаштувати бізнес процесів для створення нового рівня обслуговування. Завдяки чому не зважаючи на своє географічне положення клієнт зможе звернутись до будь якого відділення, та отримати максимальну допомогу від менеджерів з усіх діючих продуктів.

Пріоритет №7 – Імплементация вимог управління ризиками.

Починаючи з 2018 року АТ «Ощадбанк» зосередився на імплементации норм, вимог та принципів оновлення системи управління ризиками. Перші два етапи

вже було впроваджено, переглянутої правило-ризика та вдосконалено методологію здійснення нових активних операцій для різних клієнтських сегментів, таких як: проектне фінансування, лізинг, фінансування бюджету, фінансування будівництва, енергогенеруючих компаній в альтернативній енергії та страхових компаній.

Пріоритет №8 – Вдосконалення фінансової звітності, перехід на дев'ятий міжнародний стандарт (МСФЗ-9).

Перехід до міжнародної системи звітності, це не аби який шаг для АТ «Ощадбанк» враховуючи його історію. Цю трансформацію повинні були провести до кінця 2018 р, проте це дуже кропітка робота. Однак коли це відбудиться, то дозволить менше часу видавати звітам, та більше часу приділяти клієнтам, що збільшить доходи банку.

Ощадбанк є членом таки організацій:

- Асоціація «Українська спілка учасників платіжного ринку (СУПР)»;
- Асоціація «Українська Національна Група Членів та Користувачів СБІФТ» (УкрСБІФТ);
- Асоціація «Українські фондові торговці»;
- ТА «Укркарт»;
- Українська фондова біржа;
- Міжнародні платіжні системи MasterCard Worldwide;
- Міжнародні платіжні системи Visa Intl.;
- Незалежна асоціація банків України (Набу);
- Національний депозитарій України;
- Професійна Асоціація учасників Ринків капіталу та Деривативів (ПАРД);
- Українська міжбанківська асоціація членів платіжних систем «ЕМА»;
- Українська міжбанківська валютна біржа (УМВБ);
- Національна платіжна система «Український платіжний простір»;
- SWIFT;

- Європейська Бізнес Асоціація.[35]

2.3 АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ

На даний час в Україні існує чотири державних банки: АТ «Ощадбанк», АТ «Приватбанк», ПАТ «Укргазбанк», Пат «Укрексімбанк». В таблиці 2.1 показано рік заснування та відсоток акцій у держави після переходу під державний контроль.

Таблиця 2.1 – Короткий аналіз державних банків України.

Назва банку	Рік заснування	Відсоток акцій у держ. контролі	Перейшов під держ. контроль	Пріоритети сфер розвитку та роботи
АТ «Ощадбанк»[36]	1991	100%	1991	Охвачує всі сфери діяльності
АТ «Приватбанк»[37]	1992	Інформація відсутня	2016	Охвачує всі сфери діяльності
ПАТ «Укргазбанк»[38]	1993	94,94%	2009	Малий, середній бізнес та фізичні особи підприємці
ПАТ «Укрексімбанк»[39]	1992	100%	1992	Промисловість та юридичні особи

Виходячи з даних таблиці 2.1 бачимо, що з чотирьох державних банків лише два з них мали цей статус від проголошення незалежності України. Останні два банки, а саме АТ «Приватбанк» та ПАТ «Укргазбанка» набули статусу державного банку лише згодом. Те як саме, та причини за яких банку перешли до державного контролю вплинули та впливають надалі на розвиток та роботу банків. Так за для забезпечення фінансової стабільності АТ «Приватбанк» був переданий у володіння держави[40], проте можливо згодом у 2021 році повернеться до ряду комерційних банків. Стосовно ПАТ «Укргазбанк» сталась протилежна ситуація, після кризи 2008 року банк потрапив у скрутне становище

та був рекапіталізований у 2009 з метою подальшого продажу банку, але поки що він є вузькоспеціалізованим про роботі з юридичними особами.

Ознайомимось з фінансовими показниками діяльності банків на протязі 2017 – 2019 років

Активи банку - це дані статей балансу банку, які відображають розміщення наявних у них ресурсів. Банківські активи створюються, в результаті проведення активних операцій, тобто операцій пов'язаних з розміщенням власних і залучених коштів для одержання доходів, підтримки ліквідності і забезпечення нормального функціонування банків. Здійснюючи активні операції, банки отримують основний розмір своїх доходів.

Таблиця 2.2 - Зміна працюючих активів державних банків з 2017 по 2019 роках

	2017	2018	2019
АТ "Ощадбанк"	202 662 613	217 751 969	249 101 121
АТ "Приватбанк"	259 061 473	525 247 759	552 058 120
ПАТ "Укргазбанк"	69 213 227	82 224 995	119 137 243
ПАТ "Укрекібанк"	170 617 973	161 643 148	140 346 047

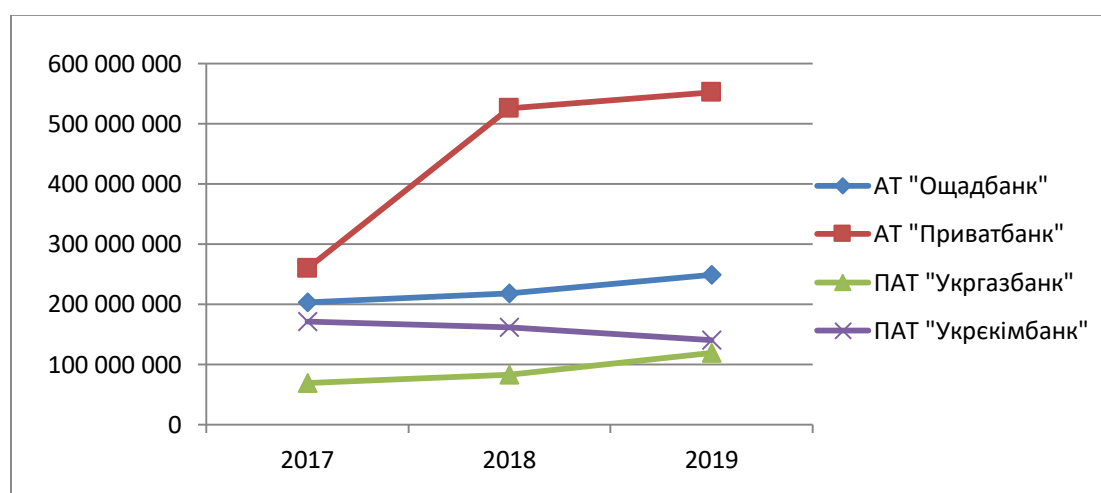


Рисунок 2.1 - Зміна працюючих активів державних банків з 2016 по 2019 роках

Власний капітал – це майно організації, що знаходиться в її власності, яке використовується для формування активів.

Таблиця 2.3 – Зміна власного капіталу державних банків з 2017 по 2019 роках

	2017	2018	2019
АТ "Ощадбанк"	31 578 000	18 430 000	19 194 682
АТ "Приватбанк"	25 608 000	31 462 000	54 529 000
ПАТ "Укргазбанк"	5 629 000	5 757 000	8 281 000
ПАТ "Укрекімба́нк"	14 456 000	8 547 000	9 866 000

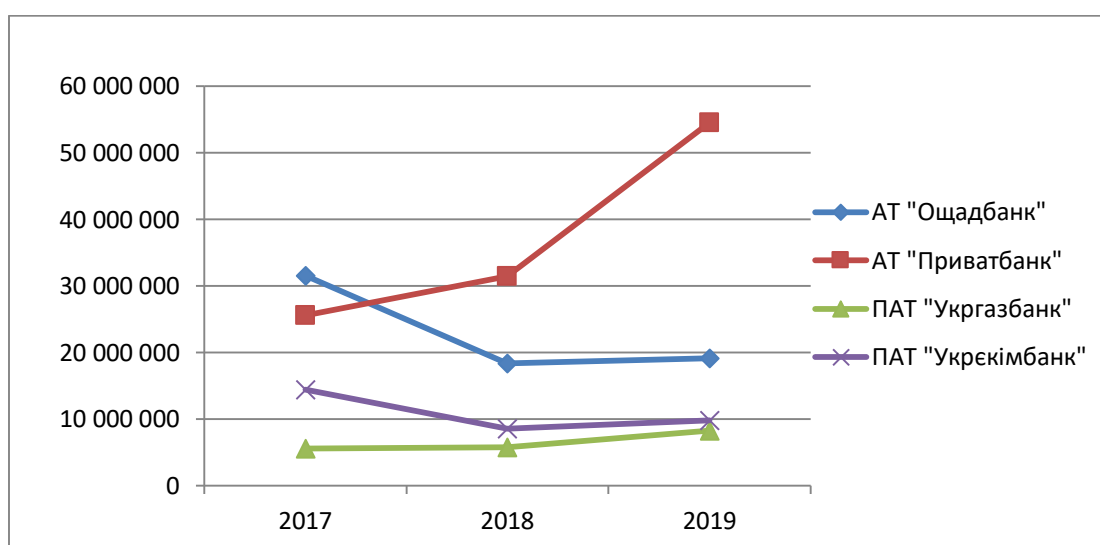


Рисунок 2.2 - Зміна власного капіталу державних банків з 2017 по 2019 роках

З звітних даних державних банків бачимо, що власний капітал АТ «Приватбанку» значно зріс, ПАТ «Укргазбанк» майже не збільшив цей показник, а АТ «Ощадбанк» та ПАТ «Укрекімба́нк» скоротили значення заклавши деяку кількість відділень.

Статутний капітал – сума, фіксована в установчих документах організації, які пройшли державну реєстрацію. Статутний капітал визначає мінімальний розмір майна юридичної особи, що гарантує інтереси його кредиторів.

Таблиця 2.4 – Зміна статутного капіталу державних банків з 2017 по 2019 роках

	2017	2018	2019
АТ "Ощадбанк"	43 723 000	49 724 980	49 724 980

АТ "Приватбанк"	206 060 000	206 060 000	206 060 000
ПАТ "Укргазбанк"	13 319 000	13 319 000	13 319 000
ПАТ "Укрекімба́нк"	38 730 000	38 730 000	38 730 000

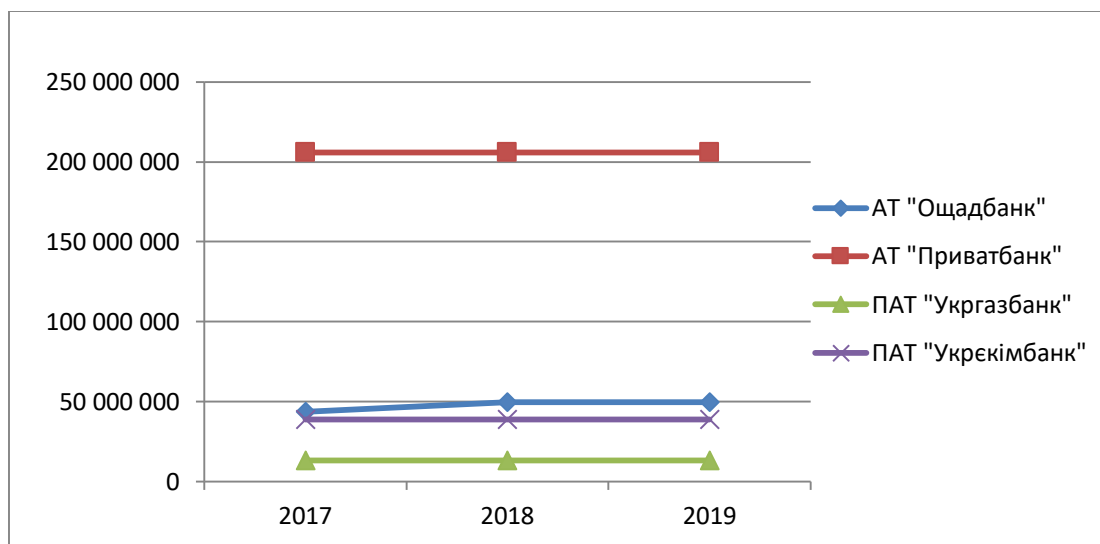


Рисунок 2.3 – Зміна статутного капіталу державних банків з 2017 по 2019 роках.

Статутний капітал АТ «Приватбанк», ПАТ «Укргазбанк» та ПАТ «Укрексімба́нк» не змінювались на протязі декількох років, проте статутний капітал АТ «Ощадбанк» було збільшено у 2018 році. Цей показник потрібен для розрахунків конкурентоспроможності банків.

Зобов'язання банку є найбільшою, що не належить банку частку ресурсів, використовувану на певних умовах в якості фінансового джерела. Їх частка по різних банкам коливається в межах 75-90% фінансових ресурсів.

Таблиця 2.5 – Зміна загальні зобов'язання державних банків з 2017 по 2019 роках

	2017	2018	2019
АТ "Ощадбанк"	202 590 867	199 209 255	229 549 213
АТ "Приватбанк"	230 056 000	246 584 000	255 194 000
ПАТ "Укргазбанк"	63 587 917	76 468 980	110 882 759
ПАТ "Укрекімба́нк"	156 554 026	153 192 165	131 428 892

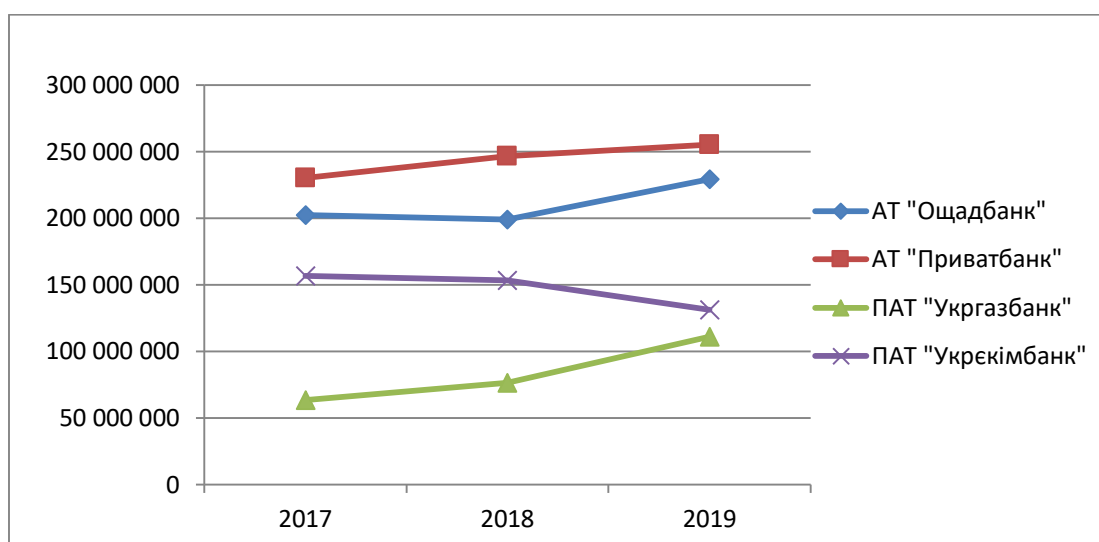


Рисунок 2.4 – Зміна загальних зобов'язань державних банків з 2017 по 2019 роках.

Як бачимо за період з 2017 до 2019 року загальні зобов'язання банків суттєво змінювались, на це вплинуло загалом кількість розміщених депозитів від фізичних осіб. Зобов'язання зменшилися лише в ПАТ «Укресімбанк», у всіх інших банках їх кількість збільшилась.

Чистий прибуток – частина балансового прибутку підприємства, що залишається в його розпорядженні після сплати податків, зборів, відрахувань і інших обов'язкових платежів до бюджету. Чистий прибуток використовується для збільшення оборотних коштів підприємства, формування фондів і резервів, і реінвестицій у виробництво.

Таблиця 2.6 – Зміна значення чистого прибутку державних банків з 2017 по 2019 роках

	2017	2018	2019
АТ "Ощадбанк"	558 523	131 774	276 888
АТ "Приватбанк"	-22 965 913	11 668 227	32 609 220
ПАТ "Укргазбанк"	623 791	766 109	1 299 300
ПАТ "Укресі́мба́нк"	929 406	958 497	1 002 107

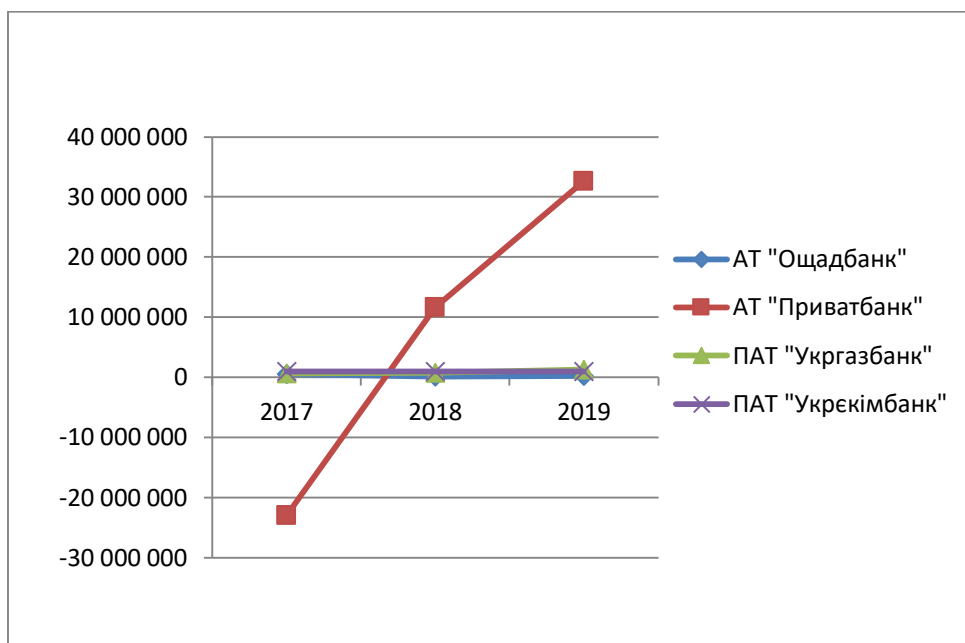


Рисунок 2.5– Зміна загальних зобов'язань державних банків з 2017 по 2019 роках (з даними АТ «Приватбанк»)

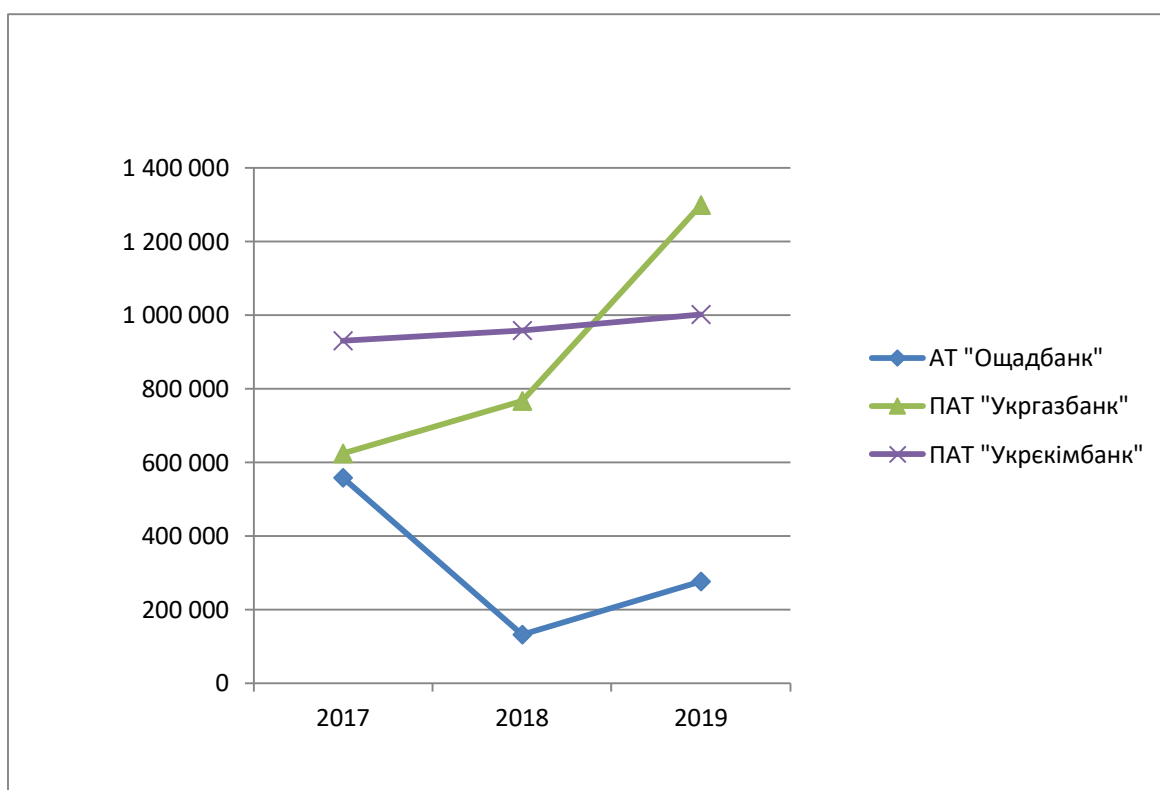


Рисунок 2.6 – Зміна загальних зобов'язань державних банків з 2017 по 2019 роках (без даними АТ «Приватбанк»)

Чистий прибуток, це мета кожного суб'єкта господарювання, як бачимо вище за період в три роки АТ «Приватбанк» починав з боргів, проте перекрив їх та

вийшов у лідери вже у 2018 році. Щоб можна було очно оцінювати стан показнику інших банків було зроблено рисунок 2.6 без участі АТ «Приватбанк». За рисунком бачимо що у 2018 році через економічні труднощі у країні банки також зазнали деяких труднощів, проте згодом у 2019 році стан поліпшився у всіх банках.

Розрахунок та аналіз якісних показників діяльності банку мають першорядне значення при оцінюванні його конкурентоздатності. Одним з методів, що дозволяє проаналізувати фінансовий стан банку є методика розроблена колективом експертів на чолі з Кромоновим В. Вона дозволяє визначити поточний індекс надійності банку на основі розрахунку шести коефіцієнтів:

1. Генеральний коефіцієнт надійності (відношення капіталу до працюючих активів) вказує, на скільки ризикові вклади банку у працюючі активи захищені його власним капіталом, який буде перекривати можливі збитки у разі не повертання або повернення знеціненому вигляді того чи іншого працюючого активу.
2. Коефіцієнт миттєвої ліквідності (відношення ліквідних активів до зобов'язань до запитання) показую чи використовує банк гроші клієнтів у якості власних кредитних ресурсів та таким чином визначає розмір в рамках якого клієнти можуть претендувати на отримання відсотків по залишкам на розрахункових та поточних рахунках.
3. Крос-коефіцієнт(відношення сумарних обов'язків к працюючим активам) показує, яку ступінь ризику допускає банк при використанні залучених коштів.
4. Генеральний коефіцієнт ліквідності (відношення суми ліквідних активів, захищеного капіталу та засобів фонду обов'язкового резерву до сумарних зобов'язань) характеризує здатність банку при не повертанні виданих займів задовольнити потребу кредиторів у розумні строки.

5. Коефіцієнт захищеності капіталу (відношення захищеного капіталу до власного капіталу) показує, наскільки банк враховує інфляційні процеси та яку частку активів розміщує у нерухомості, цінностях, обладнанні.
6. Коефіцієнт фондової капіталізації прибутку (відношення власного капіталу к уставному фонду) надає характеристику ефективності роботи банку, а саме здатність збільшення власного капіталу за рахунок прибутку, а не додаткових емісій.

Чим більше значення коефіцієнту, тим краще.

Оціночна шкала підсумкової рейтингової оцінки надійності має наступний вигляд;

- - 90 – 100% - сильний;
- - 70 – 89% - задовільний;
- - 50 – 69% - посередній;
- - 30 – 49% - граничний;
- - 0 – 30% - незадовільний.

При нормуванні коефіцієнти поділяються на відповідні коефіцієнти деякого банку, що умовно називається оптимально надійним, що має розумний частку активів та пасивів та підтримує адекватне співвідношення між безпекою операцій та прагнення отримати прибуток.

Згідно методики, адекватно надійний банк має наступні значення коефіцієнтів: $K_1 = 1$, $K_2 = 1$, $K_3 = 3$, $K_4 = 1$, $K_5 = 1$, $K_6 = 3$.

Наступним кроком, коефіцієнти повинні бути зважені та підсумовані. Система зважування робиться з урахуванням споживчих уподобань різних рейтингів, тобто повинна відповідати еталонній моделі банку для клієнта.

Так, сформувалася думка, що коефіцієнт K_1 виступає в ролі найбільш важливого показника для будь якого банку, іншими словами це ступінь покриття ризикових операцій власним капіталом і йому присвоюється найбільша вага, а саме 45%. Другим за значимістю є коефіцієнт Миттєвої ліквідності - K_2 , що

характеризує здатність банку в будь який час відповісти за обов'язками затребуваності у повному обсязі, та складає 20%. Решті коефіцієнтів присвоюється відповідно: 10%, 15%, 5%, 5%.

Остаточна формула розрахунку індексу надійності банку (N) має наступний вигляд:

$$N = 45 \times K_1 + 20 \times K_2 + 10 \times \frac{K_3}{3} + 15 \times K_4 + 5 \times K_5 + 5 \times K_6 \quad (3.1)$$

На базі балансових звітів о діяльності за 2019, 2018, 2017 роки проведемо оцінювання надійності банків.

Таблиця 2.7 – Розрахунки індексу надійності банків України за 2017р

Показники	Умовне позначення	АТ "Ощадбанк"	АТ "Приватбанк"	ПАТ "Укргазбанк"	ПАТ "Укресімбанк"
Статутний капітал, тис. грн	УФ	43 723 000	206 060 000	13 319 000	38 730 000
Власний капітал, тис. грн.	К	31 578 000	25 608 000	5 629 000	14 456 000
Обов'язки до запитання, тис. грн.	ОВ	38 971 872	14 316 000	2 728 629	29 776 735
Загальні зобов'язання, тис. грн	СО	202 590 867	230 056 000	63 587 917	156 554 026
Ліквідні активи, тис. грн.	ЛА	12 258 000	19 697 000	2 395 000	6 873 000
Активи, що працюють, тис. грн.	АР	202 662 613	259 061 473	69 213 227	170 617 973
Захищений капітал, тис. грн.	ЗК	7 614 578	6 266 000	1 710 795	1 641 014
Генеральний коеф. надійності K1	K1=К/АР	0,156	0,099	0,081	0,085
Нормований коеф. K1		0,156	0,099	0,081	0,085
Зважений коеф K1		7,012	4,448	3,660	3,813
Коеф. миттєвої ліквідності K2	K2=ЛА/ОВ	0,315	1,376	0,878	0,231
Нормований коеф. K2		0,315	1,376	0,878	0,231
Зважений коеф K2		6,291	27,517	17,555	4,616
Кросс-коеф. K3	K3=СО/АР	1,000	0,888	0,919	0,918
Нормований коеф. K3		1,000	0,888	0,919	0,918
Зважений коеф K3		9,996	8,880	9,187	9,176
Генеральний коеф. ліквідності K4	K4=(ЛА+ЗК)/ СО	0,098	0,113	0,065	0,054
Нормований коеф. K4		0,098	0,113	0,065	0,054
Зважений коеф K4		1,471	1,693	0,969	0,816
Коеф. захищеності капіталу K5	K5=ЗК/К	0,241	0,245	0,304	0,114
Нормований коеф. K5		0,241	0,245	0,304	0,114
Зважений коеф K5		1,206	1,223	1,520	0,568
Коеф. фондової капіталізації прибутку K6	K6=К/УФ	0,722	0,124	0,423	0,373
Нормований коеф. K6		0,722	0,124	0,423	0,373
Зважений коеф K6		3,611	0,621	2,113	1,866
Поточний індекс надійності	N	20,515	38,049	27,469	13,493

Таблиця 2.8 – Розрахунки індексу надійності банків України за 2018р

Показники	Умовне позначення	АТ "Ощадбанк"	АТ "Приватбанк"	ПАТ "Укргазбанк"	ПАТ "Укрескімбанк"
Статутний капітал, тис. грн	УФ	49 724 980	206 060 000	13 319 000	38 730 000
Власний капітал, тис. грн.	К	18 430 000	31 462 000	5 757 000	8 547 000
Обов'язки до запитання, тис. грн.	ОВ	172 265 800	12 261 000	22 883 269	24 901 832
Загальні зобов'язання, тис. грн	СО	199 209 255	246 584 000	76 468 980	153 192 165
Ліквідні активи, тис. грн.	ЛА	10 635 000	22 345 000	3 624 000	4 195 000
Активи що працюють, тис. грн.	АР	217 751 969	525 247 759	82 224 995	161 643 148
Захищений капітал, тис. грн.	ЗК	8 953 527	6 536 000	1 710 795	1 646 109
Генеральний коеф. надійності К1	K1=К/АР	0,085	0,060	0,070	0,053
Нормований коеф. К1		0,085	0,060	0,070	0,053
Зважений коеф К1		3,809	2,695	3,151	2,379
Коеф. миттєвої ліквідності К2	K2=ЛА/ОВ	0,062	1,822	0,158	0,168
Нормований коеф. К2		0,062	1,822	0,158	0,168
Зважений коеф К2		1,235	36,449	3,167	3,369
Кросс-коеф. К3	K3=СО/АР	0,915	0,469	0,930	0,948
Нормований коеф. К3		0,915	0,469	0,930	0,948
Зважений коеф К3		9,148	4,695	9,300	9,477
Генеральний коеф. ліквідності К4	K4=(ЛА+ЗК)/СО	0,098	0,117	0,070	0,038
Нормований коеф. К4		0,098	0,117	0,070	0,038
Зважений коеф К4		1,475	1,757	1,046	0,572
Коеф. захищеності капіталу К5	K5=ЗК/К	0,486	0,208	0,297	0,193
Нормований коеф. К5		0,486	0,208	0,297	0,193
Зважений коеф К5		2,429	1,039	1,486	0,963
Коеф. фондової капіталізації прибутку К6	K6=К/УФ	0,371	0,153	0,432	0,221
Нормований коеф. К6		0,371	0,153	0,432	0,221
Зважений коеф К6		1,853	0,763	2,161	1,103
Поточний індекс надійності	N	12,615	43,759	12,671	10,810

Таблиця 2.9 – Розрахунки індексу надійності банків України за 2019р

Показники	Умовне позначення	АТ "Ощадбанк"	АТ "Приватбанк"	ПАТ "Укргазбанк"	ПАТ "Укрескімбанк"
Статутний капітал, тис. грн	УФ	49 724 980	206 060 000	13 319 000	38 730 000
Власний капітал, тис. грн.	К	19 194 682	54 529 000	8 281 000	9 866 000
Обов'язки до запитання, тис. грн.	ОВ	24 885 493	9 444 000	7 242 403	22 319 941
Загальні зобов'язання, тис. грн	СО	229 549 213	255 194 000	110 882 759	131 428 892
Ліквідні активи, тис. грн.	ЛА	36 724 000	28 601 000	11 076 000	5 203 000
Активи що працюють, тис. грн.	АР	249 101 121	552 058 120	119 137 243	140 346 047
Захищений капітал, тис. грн.	ЗК	9 947 977	6 974 000	1 433 633	1 616 456
Генеральний коеф. надійності К1	$K1=K/AR$	0,077	0,099	0,070	0,070
Нормований коеф. К1		0,077	0,099	0,070	0,070
Зважений коеф К1		3,468	4,445	3,128	3,163
Коеф. Миттєвої ліквідності К2	$K2=LA/OB$	1,476	3,028	1,529	0,233
Нормований коеф. К2		1,476	3,028	1,529	0,233
Зважений коеф К2		29,514	60,570	30,587	4,662
Кросс-коеф. К3	$K3=CO/AR$	0,922	0,462	0,931	0,936
Нормований коеф. К3		0,922	0,462	0,931	0,936
Зважений коеф К3		9,215	4,623	9,307	9,365
Генеральний коеф. ліквідності К4	$K4=(LA+ZK)/CO$	0,203	0,139	0,113	0,052
Нормований коеф. К4		0,203	0,139	0,113	0,052
Зважений коеф К4		3,050	2,091	1,692	0,778
Коеф. захищеності капіталу К5	$K5=ZK/K$	0,518	0,128	0,173	0,164
Нормований коеф. К5		0,518	0,128	0,173	0,164
Зважений коеф К5		2,591	0,639	0,866	0,819
Коеф. фондової капіталізації прибутку К6	$K6=K/UF$	0,386	0,265	0,622	0,255
Нормований коеф. К6		0,386	0,265	0,622	0,255
Зважений коеф К6		1,930	1,323	3,109	1,274
Поточний індекс надійності	N	42,338	69,727	48,688	12,969

Для більшої зручності та наочності зведемо всі розраховані індекси надійності за три роки зведемо до таблиці.

Таблиця 2.10 – Зведена таблиця розрахунків індексу надійності банків України.

	АТ "Ощадбанк"	АТ "Приватбанк"	ПАТ "Укргазбанк"	ПАТ "Укресімбанк"
Індекс надійності за 2017р	20,515	38,049	27,469	13,493
Індекс надійності за 2018р	12,615	43,759	12,671	10,81
Індекс надійності за 2019р	42,338	69,727	48,688	12,969

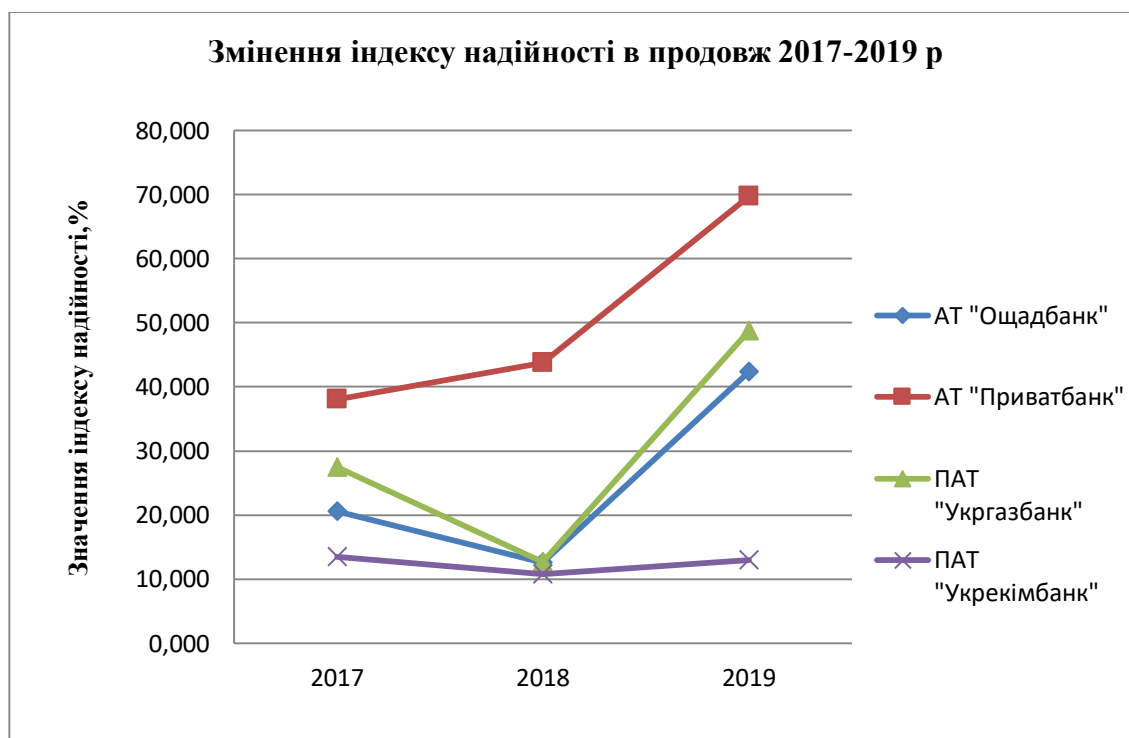


Рисунок 2.7 – Діаграма змінення індексу надійності банків України продовж 2017 – 2019 років.

Дослідивши результати отримані після проведення розрахунків можна з певністю сказати, що економічний розвиток країни однозначно впливає на діяльність усіх банків, судячи з даних, що відповідають 2018 року у країні був менш стабільний стан, та спостерігався відтік клієнтів, що призвело до втрати прибутків. Однак у 2019 році ситуація виправилася. Тому, за результатами

діяльності 2019 року можна сказати, що найбільший індекс надійності у АТ «Приватбанк», що становить 69,727%. Великий рівень банку обумовлений відсутністю великих боргів, порівнюючи з конкурентами, та добрим оснащенням як технічної так і професійної бази.

Друге місце посідає ПАТ «Укргазбанк» індекс надійності за підсумками праці 2019 року становив 48,688%. Не зважаючи на те, що банк є вузькоспеціалізованим, та майже не працює з фізичними особами, значну частину грошових засобів він отримує через юридичних осіб з якими співпрацює.

Трете місце з значенням індексу 42,338% посідає АТ «Ощадбанк». Для банку, що лише декілька років займається активним розвитком та погашенням зовнішнього боргу дуже не погані результати.

Не зважаючи на порівняно високі показники діяльності одних банків порівняно з іншими, значення фінансових коефіцієнтів основних конкурентів, залишаються низькими та достатньо віддалені від оптимального рівня. На разі межа підсумкового індексу надійності основних конкурентів знаходиться в межах 42-69, що є відображенням їх фінансового стану.

2.4 ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

Маркетингова стратегія є найважливішою умовою планування діяльності банку на ринку банківських і фінансових послуг та продуктів. Маркетингову стратегію банку визначають сформульовані і прийняті банком способи досягнення поставлених цілей на зазначених цільових ринках. Вони засновані на використанні цільового набору банківських продуктів і послуг. Так як отримання доходів на ринку банківських послуг є основою і метою діяльності будь-якого банку, маркетингова стратегія природним чином стає основою всієї системи стратегічного планування. Для формулювання маркетингової стратегії банку перш за все необхідно визначити межі ринку банківських послуг, на якому він

здійснює свою діяльність, а також цільові ринки для кожного виду послуг і продуктів та цільові сегменти на них.

Так як і ринки банківських послуг, і сам банк постійно змінюються, це завдання ускладнюються через існування як сучасних ринків, де пропонує свої послуги банк, так і перспективних, поки розглядаються ним як ринкові можливості, але тим не менше включаються в число його стратегічних цілей.

Зазвичай банки займають декілька фінансових ринків, проте отримання прибутку ускладнюються неоднорідністю розподілення продуктів та поведінкою споживачів на тому чи іншому ринку. У цьому випадку банки застосовують Мультисегментні стратегії для окремих неоднорідних ринків.

Для цих сегментів характерні:

- споживачі, що відрізняються схожими потребами;
- потреби, які можна задовольнити за допомогою певних банківських послуг або продуктів;
- аналогічна пропозиція послуг з боку конкурентів на цьому сегменті.

Основаючись на унікальності потреб, банк може формулювати окремі цілі і стратегії для кожного сегмента. Визначення цільових сегментів - це завдання відділу стратегії та розвитку. Сегментація завжди здійснюється самим банком на підставі концепції унікальних можливостей і попиту, властивих кожному цільовому сегменту і властивих кожному сегменту унікальних чинників конкурентоспроможності.

Наступним важливим етапом в розробці банківської маркетингової стратегії є формулювання короткострокових і довгострокових цілей банку на кожному ринку і сегменті. Так як сучасні універсальні банки одночасно пропонують свої послуги на багатьох ринках і їх сегментах, завдання формулювання стратегічних цілей набуває підвищену складність.

У більшості випадків стратегічні цілі банку на ринку складаються з наступних комбінацій: захоплення або утримання певної частки ринку,

збереження та підвищення певної прибутковості від банківських послуг споживачам цього ринку. Метою може бути виконання банком певної соціальної місії на обмеженому сегменті одного з ринків, наприклад, виплати пенсії військовим, робітникам Укрзалізниці.

Принципово важливим є визначення меж часу для досягнення тієї чи іншої мети. Це необхідно для постанови задач які можливо виконати в реальний проміжок часу, а також створення основи для подальшого стратегічного планування.

Наступним важливим кроком є створення унікальної комбінації заходів, що для кожного банку зі своїм набором продуктів та ринків, що поліпшить існування та роботу на вже існуючому ринку, або допоможуть захопити нові ринки будучи засобом досягнення стратегічних цілей.

Умови банківських послуг, навіть якщо ці послуги однотипні і відносяться до одного і того ж виду операцій, будуть відрізнятися, коли вони пропонуються споживачам різних регіонів або різних сегментів ринку, наразі в АТ «Ощадбанк» таких сегментів можна виділити шістнадцять типів за кількістю грошових коштів на рахунках (типи), та за інтенсивністю руху коштів на цих рахунках.

Залежно від особливостей кожного ринку та сегменту споживачів буде необхідно проводити переглядання та виправлення умов надання банківських послуг для кожного з цих ринків.

В результаті роботи зі створення набору базових умов надання послуг для кожного цільового ринку банк паралельно досягає визначеності в здійсненні операцій і створює передумови для розробки і управління іншими компонентами маркетинг-міксу: прибутковістю, поширенням і просуванням.

Під прибутковістю слід розуміти комісію за надання послуг споживачам з перерахування коштів, тому прибутковість є основним чинником ціноутворення.

Керуючи прибутковістю банківських послуг на різних цільових ринках і сегментах, банк може зробити їх привабливими для клієнтів і активно вести

цінову конкурентну боротьбу з іншими банками, що пропонують аналогічні послуги на цих же ринках.

Поширення банківських послуг включає в себе всі способи, якими клієнти можуть скористатися для їх отримання. Традиційно вважалося, що клієнти повинні користуватися послугами банку в його чисельних або, навпаки, ексклюзивних філіях. Розгалужена філіальна мережа, приваблива атмосфера в приміщенні операційних залів, встановлені години роботи банку – все це тривалий час сприймалося як само собою зрозумілі атрибути успішної банку. Проте за даних умов «швидкісного життя» це не завжди зручно для клієнта і тому банки виходять на новий рівень надання послуг, а саме пропонують та надають послуги саме там де потрібно клієнту у певний проміжок часу. Це стало доступно завдяки розповсюдження мобільних пристроїв, мобільного інтернету (використання мобільних додатків, смс ботів, безкоштовних колцентрів) та розміщення відділень в найбільш доступних та багатолюдних місцинах, у тому числі біля гіпермаркетів, а також розміщення банкоматів та терміналів.

Вибір способів поширення банківських послуг і складання збалансованої системи поширення являє собою одну з найважливіших завдань при розробці маркетингової стратегії банку, а безперервне функціонування і коригування цієї системи є завданням управління маркетингом та повинне бути засноване на вивченні і аналізі споживчої поведінки клієнтів.

Мотивація споживачів до співпраці та використання того чи іншого продукту залежить від інформування самого споживача, чи більш тісно проходить його співпраця з банком, чим більше споживач знає про кількість продуктів які може йому надати банк, тим більш охоче буде співпрацювати. Тому просування кожного нового продукту серед клієнтів займає одну з ключових позицій для досягнення стратегічних цілей.

Процес розробки маркетингової стратегії в банку зазвичай займає тривалий час і вимагає від керівництва виконання ряду послідовних стадій, що ведуть до

досягнення результатів. Основні етапи, пов'язані з розробкою маркетингової стратегії банку, такі:

- підготовка аналітично-економічного огляду;
- визначення цільового ринку;
- обробка внутрішніх даних діяльності банку;
- вивчення інформації цільового ринку;
- розробка маркетингових заходів з урахуванням цілей банку на ринку;
- стратегічне планування які є практичним інструментом для виконання роботи банку по досягненню поставлених цілей;
- моніторинг положення банку на ринку;
- робоче коригування маркетингової стратегії.

Внутрішньобанківська інформація, також необхідна при розробці маркетингової стратегії, звичайно збирається і обробляється відділами маркетингу або стратегії і розвитку за допомогою комплексної маркетингової інформаційної системи.

В фінансових установах, що довго працювали за певних умов зміна моделі поведінки та клієнт орієнтованості може стати важкою роботою та призвести до виникнення помилок, таких як:

- розуміння завдань маркетингової стратегії;
- розробка окремих елементів стратегії в окремих відділах банку;
- порушення послідовності стадій та втілення стратегічного плану як на ринках так в економіці в цілому.

За для систематизації усього вище сказаного підведемо підсумки. У маркетингу, що стосується банківської системи можна виділити декілька підходів.

Перший підхід: вибір стратегії з точки зору досягнення, при її здійсненні, конкурентоспроможності банку за допомогою освоєння і розширення ринків збуту банківських послуг і банківських продуктів.

В рамках цього підходу правомірною виділяти такі стратегії:[41]

1. Віолентна стратегія - стратегія масового обслуговування клієнтів, надання їм банківських послуг прийнятної якості при низьких витратах. Це дозволяє банкам встановлювати відносно невисокі ціни в розрахунку на кількість клієнтів. Дану стратегію реалізують великі банки зі стійкою репутацією, що займають розширені сегменти ринку.
2. Патієнтна стратегія орієнтована на завоювання і утримання клієнтів у відносно вузьких ринкових нішах, в рамках яких пропонуються ексклюзивні, часто нові послуги вельми високої якості, або банківські продукти, розраховані на вір-клієнтів. Таким чином банки, здатні втриматися в рамках «високих сегментів» ринків послуг, забезпечують свою конкурентоспроможність за допомогою задоволення неординарних запитів вельми вимогливих клієнтів.
3. Комунікативна стратегія передбачає задоволення швидко зростаючих запитів споживачів, що передбачає пред'явлення ними особливих вимог до банків, здатним періодично оновлювати асортимент пропонованих послуг і банківських продуктів. Це вимагає гнучкості діяльності такої кредитно-фінансової структури, при цьому не ставиться завдання досягнення високої якості обслуговування (воно може бути стандартним).
4. Експертна стратегія націлює банк на досягнення конкурентних переваг за допомогою здійснення організаційних, інформаційних та технологічних інновацій. Вона розрахована на банки, які беруть участь в здійсненні перспективних, але ризикованих інноваційних проектів (або самостійно реалізують їх).

Другий підхід до вибору стратегій сучасними комерційними банками склався в зв'язку з урахуванням концептуальних постановок, сформульованих М. Портером. Ці стратегії наступні:

1. Стратегія лідерства в мінімізації витрат. Вона передбачає пильну увагу до витрат на надання банківських послуг, перехід до мало витратних

банківських технологій. В рамках такої стратегії банки прагнуть зайняти широкі сегменти ринку за рахунок відносно низьких цін на обслуговування.

2. Стратегія диференціації, проходження якої означає здатність банку зайняти унікальне положення, надаючи банківську послугу або продукту такі характеристики, які будуть гідно оцінені великим числом клієнтів. Наступні такої стратегії банки повинні постійно шукати нові способи диференціації - такі, за допомогою яких можна отримувати прибуток, що перевершує витрати на саму диференціацію.
3. Стратегії фокусування на витратах (оптимальних витрат) - вельми складно реалізовується в сучасних банках стратегія, так як банк повинен працювати на досить вузькому цільовому сегменті (на відміну від першої стратегії), послідовно проводячи політику низьких цін, зробивши основний акцент на дотриманні принципу «завжди дешевше».
4. Стратегія фокусування на диференціації («ринкової ніші»), що забезпечує банку конкурентну перевагу при чіткому виділенні їм цільового сегмента клієнтів, які мають особливі потреби. Дана стратегія ідентична патентної стратегії в раніше наведеної класифікації.

Вважається, що якщо обраний банком цільовий сегмент практично не відрізняється від інших сегментів, то стратегія фокусування на диференціації не принесе бажаних результатів.

Третій підхід до вибору конкурентної стратегії передбачає проведення аналізу фінансової і конкурентної позиції банку, оцінку привабливості і стабільності ринку банківських послуг. З урахуванням його результатів вибирають одну з наведених нижче стратегій конкурентної поведінки:

1. Агресивна стратегія - передбачає лідерство банку по витратах і прагнення до високої частки ринку банківських послуг.

2. Конкурентна стратегія означає диференціацію конкурентів і стимулювання лояльності клієнтів банку, при скороченні цінової чутливості.
3. Захисна стратегія свідчить про підвищену увагу банку до своїх прибутковим позиціям (наприклад, специфічні види кредиту та особливі умови його отримання). При загрозі їх втрати використовується селективне відступ, тощо. Перехід до нових видів послуг або пошук інших ринкових ніш, де прибуткові позиції досить сильні.
4. Сегментаційна стратегія - це хороша орієнтація на ринку банківських послуг, формування конкурентних переваг на окремому сегменті ринку.

2.5 ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ II

АТ «Ощадбанк» є державним банком України акції якого на 100% належать державі у особі Кабінету міністрів. В даний період ця установа нараховує більше 2000 відділень, та близько 28 тис співробітників. Відділення банку розміщено щільно по території України, що дозволяє обслуговувати якнайбільшу кількість клієнтів поширюючи продукти банку такі як: кредити, депозити, карткові продукти, продукти страхування тощо.

Проте не зважаючи на велику кількість відділень та вельми чисельний персонал до 2019 року банк у клієнта асоціювався з пострадянським пережитком. Лише нещодавно АТ «Ощадбанк» з внесенням певних змін у облік та систему обслуговування почав віддало нагадувати державні установи країн Європи.

Вивчаючи конкурентні переваги АТ «Ощадбанк» у порівнянні з іншими державними банками можна прийти до висновку що він має найбільш щільне покриття та великий перелік товарів. Проте й недоліки є – дуже багато часу витрачається на обробку запитів клієнтів.

З ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АТ «ОЩАДБАНК»

3.1 ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АТ «ОЩАДБАНК»

Національні банківські ринки у всьому світі стають більш інтегровані, змінюють характер конкуренції та структури банківської індустрії, тому фактор конкурентоспроможності національних банків стає ключовим елементом фінансової стабільності. Останнім часом у банківському середовищі було сформовано зменшення кількості маленьких банків шляхом втручання та налагодження контролю зі сторони державного органу управління через введення грошової - кредитної політики, що включає в себе зниження відсоткових ставок, та підвищення передбачуваності курсу долару, а також ряду інших факторів, сукупність яких призводить до того, що не великим банкам все складніше знаходити ринкові ніші де вони могли б конкурувати з лідерами ринку. Також існують обмеження, ліквідація котрих неможливе без вирішення ряду проблем, зокрема таких як розвиток фінансових ринків, впровадження нових інструментів.

Розглядаючи многогранність банківських продуктів та послуг, варто відмітити, що їх широкий спектр надається майже всіма банками економічно стабільних країн (США, Європи, Японії тощо). Перелік цих послуг швидко зростає у зв'язку з чим різко зросло значення маркетингової роботи банку, зміст та мета якої суттєво змінилась в останні роки під впливом зростаючої конкуренції на фінансових ринках. Також відбулися зміни між банками, та клієнтами.

Залишаються важливими фактори конкурентоспроможності, які мають позитивний вплив не на банки, а на їх кінцевих клієнтів, реальний сектор економіки. Ключовим фактором конкурентоспроможності є вартість позикових ресурсів, конкуренція з іноземними банками та капіталами.

Для підтримки стабільного економічного зростання у довгостроковій перспективі реальному сектору необхідні дешеві кредити у національній валюті.

Сьогодні найбільш питомим попитом користуються кредити на час від шести місяців до одного року, що складають біля треті усіх виданих кредитів. Для зниження операційних розходів банків та подальшого зниження відсоткової маржі доцільно зменшити навантаження поточної звітності. Необхідно зниження обов'язкових щомісячних звітів, що суттєво полегшить життя банків, та поліпшить нагляд.

Найбільш значним фактором зростання банку стає доля та динаміка витрат на рекламу, високі ставки за вкладами фізичних осіб, зростання збитків на мережу обслуговування. Основною стратегією минулого періоду банків було відкриття нових філіалів, залучення коштів приватних вкладників під ставки вищі за ринкові і розміщення їх у високоприбуткові споживчі кредити. Але сьогодні така стратегія не придатна, тому що ринок споживчого кредитування стає більш конкурентним, при цьому відбувається постійне зниження темпів його зростання та ставок.

Велику увагу у наш час повинно приділяти стратегічному керуванню банків, але стратегія банку повинна бути розроблена обов'язково на базі результатів маркетингових досліджень, макроекономічного прогнозування, фінансового моделювання, а також з урахуванням позицій банку.

В такому разі стратегічними пріоритетами повинні бути такі аспекти як знаходження оптимального відношення ризику та доходності при проведенні операцій, розвитку нових, перспективних напрямків бізнесу та зміцнення досягнених позицій універсального банку. Це передбачає застосування ряду заходів щодо підвищення конкурентоспроможності банку та оптимального розподілу пропорцій між чотирма основними напрямками діяльності:

- роздрібний бізнес;
- корпоративний бізнес;
- приватне банківське обслуговування;
- міжбанківський бізнес.

Крім того повинна приділятися велика увага підтримці економічної стійкості, надійності та платіжній здатності. Це необхідна умова для якісного обслуговування.

Банк повинен мати велику клієнтську базу, а пріоритетним напрямком обслуговуванням повинно бути обслуговування юридичних осіб. Підприємство зі стійким фінансовим положенням, що обслуговується банку, можуть розраховувати на овердрафт, тобто можливість виконувати оплати що перевищують залишки на своїх рахунках. З метою підвищення інвестиційної привабливості підприємства – клієнтів банку – повинно безкоштовно надавати консультаційні послуги за питаннями оподаткування та проведення взаєморозрахунків з контрагентами.

В даний час, задля підвищення конкурентоздатності банку варто дотримуватись наступних напрямків:

- впровадження повнофункціональної системи керування ризиками;
- розширення роздрібного бізнесу;
- постійний розвиток іпотечного кредитування, враховуючи соціальну значимість та перспективність даного напрямку;
- використання сучасних банківських технологій, які зможуть підвищити безпеку інформаційних мереж;
- розробка та реалізація нової ідеології роботи з клієнтами, що засновується на поєднанні стандартних технологій індивідуальним підходом до кожного клієнту, пошук ефективного методу роботи з клієнтами, підвищення кості обслуговування.

3.2 ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АТ «ОЩАДБАНК»

В АТ «Ощадбанк» насправді проблем багато, велика частина яких пов'язана з плінністю кадрів через високі вимоги до персоналу з одного боку і відносно

низькими зарплатами з іншого боку. Що ж стосується високих вимог. У найкоротші терміни від юного співробітника вимагають вивчити як в теорії так і на практиці досить великий обсяг інструкцій бо кожен співробітник є в своєму роді «універсальним солдатом» знання якого покривають не тільки його галузь діяльності, але ще й сусідню по ієрархії. Так касовий працівник крім основних трьох інструкцій по своїй роботі, повинен знати галузь роботи економіста роздрібного бізнесу. Розуміти які саме послуги пропонує банк, як вони пов'язані яку вигоду для себе отримає клієнт від роботи тієї чи іншої продукції.

Щодо економістів, які займаються роздрібною торгівлею ситуація приблизно така ж, вони повинні досконально знати не тільки свої обов'язки, продукти, а й касову дисципліну, хоча б у загальних рисах і нюанси роботи економіста, який займається обслуговуванням юридичних осіб та підприємств, а це досить великий обсяг інформації та номенклатури документації, а так же, тонкощі роботи в кожній галузі і програми. Це зроблено для того, що б у разі виникнення дірок в кадрах будь-який працівник міг замінити будь-яку відсутню ланку. Часто буває, що економіст по роздрібній торгівлі виступає в ролі Тимчасово Виконуючого Обов'язки керівника відділення, а з огляду на те, що у працівників відділення зарплати приблизно рівні, то касири і економісти змінюються в середньому раз на рік отримавши достатній досвід роботи у державному банку. Вся мотивація співробітників покладена на плечі самих робітників. Зараз вони отримують ставку, а премію отримують в залежності від виконаних показників з продажу банківських продуктів.

Що ж стосується стратегічного розвитку АТ «Ощадбанк», то як і світові лідери у банківській сфері, що розташовані на території США, Європи, або Японії, то керівництво намагається всіма засобами перевести готівкові розрахунки, на безготівкові. Для всіх шарів населення зараз випущено різноманітні картки кредитні задля позичання коштів у банку, або дебетові на котрі надходять гроші від різних установ, в тому разі і для отримання депозитних вкладів після закінчення строку розміщення депозиту у банку.

Основним стимулом для введення безготівкових розрахунків є підвищення комісійних зборів при розрахунків готівкою.

Для зняття готівкових коштів, намагаються ввести систему зняття готівки у торгових мережах, які обслуговуються в АТ «Ощадбанк».

На стабільність доходів та прибуток банку, а також рівень його конкурентоспроможності оказують вплив:

- кількість послуг що надається банком;
- якість послуг, що надаються.

Насамперед послуги, які надає АТ «Ощадбанк» загалом стосуються тієї частини населення, що вже є клієнтами банку. Тобто якщо клієнт через банк отримує заробітну плату, або пенсію, то він з легкістю отримує кредитні кошти на придбання необхідних засобів користування, та автотранспортні засоби.

Проте потенційні клієнти, чий прибуток банк не може відстежити у АТ «Ощадбанк» можуть лише розмістити депозит у одній з трьох валют: гривня, долар, євро. Та також отримати картку для зняття відсотків, або коштів при поверненні депозиту.

Не зважаючи на поширеність філіалів банку, таких клієнтів не так вже й багато. Щоб збільшити кількість клієнтів серед фізичних осіб декілька років тому банк запустив програму по видачі цільових кредитів для фізичних осіб для придбання необхідних товарів тривалого використання. Проте й такий хід не забезпечив сто відсоткового задовільнено попиту населення у кредитних коштах.

Ще залишається частина населення, котра бажає отримати кошти та витратити їх не маючи певної мети.

Тому маю пропозицію до переліку послуг ввести споживчий кредит для фізичних осіб під 56% річних та строк кредитування до п'яти років.

Видаючи кредитні кошти споживачеві, та притримуючись іншої, другорядної мети банку, а саме введення безготівкового розрахунку варто встановити комісію на зняття коштів у розмірі 1% від суми що буде знято, щоб користувач не вичерпав всі кредитні кошти відразу потрібно вести 5% комісії від суми кредиту.

Такі розцінки попередять вичерпання отриманого кредиту, відтоку коштів з банку та збільшать кількість виданих кредитів, що в свою чергу задовольнить попиту населення.

Такий кредит одного боку покриє ризики банку, а з іншої зможе задовольнити попит всіх споживачів віком від 18 до 65 років. Для його отримання окрім стандартного набору паперів у вигляді паспорту (у вигляді книжки, або ІД картки та прописки) ідентифікаційного коду, клієнт повинен надати довідку про доходи за останні півроку.

Для підтримки розвитку бізнесу, та юридичних осіб варто ввести кредит з відсотковою ставкою до 10% річних на суму до 5 млн грн. Сума кредиту що видається буде розраховано залежно від економічного положення юридичної особи, та відповідно складатиме різне значення для кожного окремо взятого випадку.

Це сприятиме розвитку малого та середнього бізнесу, і звісно дасть змогу заробити банку.

А також, для підтримки рівня забезпечення клієнтів та підвищення конкурентоспроможності, варто продовжувати нарощувати поширення допоміжних продуктів:

- оформлення страхових полюсів, ОСАГО, КАСКО;
- купівля продаж валюти;
- комісійна винагорода за виконання переказів коштів;
- оформлення заробітних карток, КЕШ кредитів;
- оформлення депозитів;
- оформлення кредитів на купівлю житла, автомобілів.

За кожним з цих пунктів для кожного типу відділення встановлено свої показники:

- 25 страхових полюсів; 5 КАСКО; 3 ДГО;
- валюту обміні операції, що в переліку на національну валюту складає від 150 до 370 тис грн;

- комісійна винагорода від 51 до 102 тис грн;
- оформлення КЕШ на загальну суму 450 тис грн;
- оформлення одного іпотечного, або авто кредиту;
- оформлення депозиту від 50 тис грн.

Крім того на відділеннях другого типу обумовлено заключення договорів з юридичними особами:

- відкриття зарплатних проектів мінімум на 10 карт;
- надання кредитів, що сприятимуть розвитку бізнесу;
- надання послуг екварінгу, мінімум один підписаний договір на місяць.

Кожен з вище зазначених показників для кожного відділення має своє унікальне значення, який розраховується у зв'язку з розташуванням та класом відділення. А сума наданих кредитів має накопичувальний характер. Значенні інших показників не статичні, вони змінюються в залежності від періоду року, та місяця, та відповідають економічним дослідженням, та носять конфіденційний характер.

Оскільки розрахунки конкурентоздатності проводились за системою Кромонава, а коефіцієнти розраховуються не лише через підвищення результатів роботи, але й при зниженні деяких з них, то дозволимо собі знайти найбільш оптимальний варіант котрий дозволить бути найбільш оптимальними для клієнтів.

Таблиця 3.1 – Зміна планових показників АТ «Ощадбанк» для поліпшення конкурентоспроможності

		2017	2018	2019	плановий
Показники	Умовне позначення	АТ "Ощадбанк"	АТ "Ощадбанк"	АТ "Ощадбанк"	АТ "Ощадбанк"
Статутний капітал, тис. грн.	УФ	43 723 000	49 724 980	49 724 980	49 724 980
Власний капітал, тис. грн.	К	31 578 000	18 430 000	19 194 682	24 241 000
Обов'язки до запитання, тис. грн.	ОВ	38 971 872	172 265 800	24 885 493	24 885 493
Загальні зобов'язання, тис. грн.	СО	202 590 867	199 209 255	229 549 213	199 987 000
Ліквідні активи, тис. грн.	ЛА	12 258 000	10 635 000	36 724 000	66 743 000
Активи що працюють, тис. грн.	АР	202 662 613	217 751 969	249 101 121	228 460 000
Захищений капітал, тис. грн.	ЗК	7 614 578	8 953 527	9 947 977	10 947 977



Рисунок 3.1 – Зміна показнику «Власний капітал» відносно минулих періодів



Рисунок 3.2 – Зміна показнику «Загальні зобов'язання» відносно минулих періодів



Рисунок 3.3 – Зміна показнику «Ліквідні активи» відносно минулих періодів

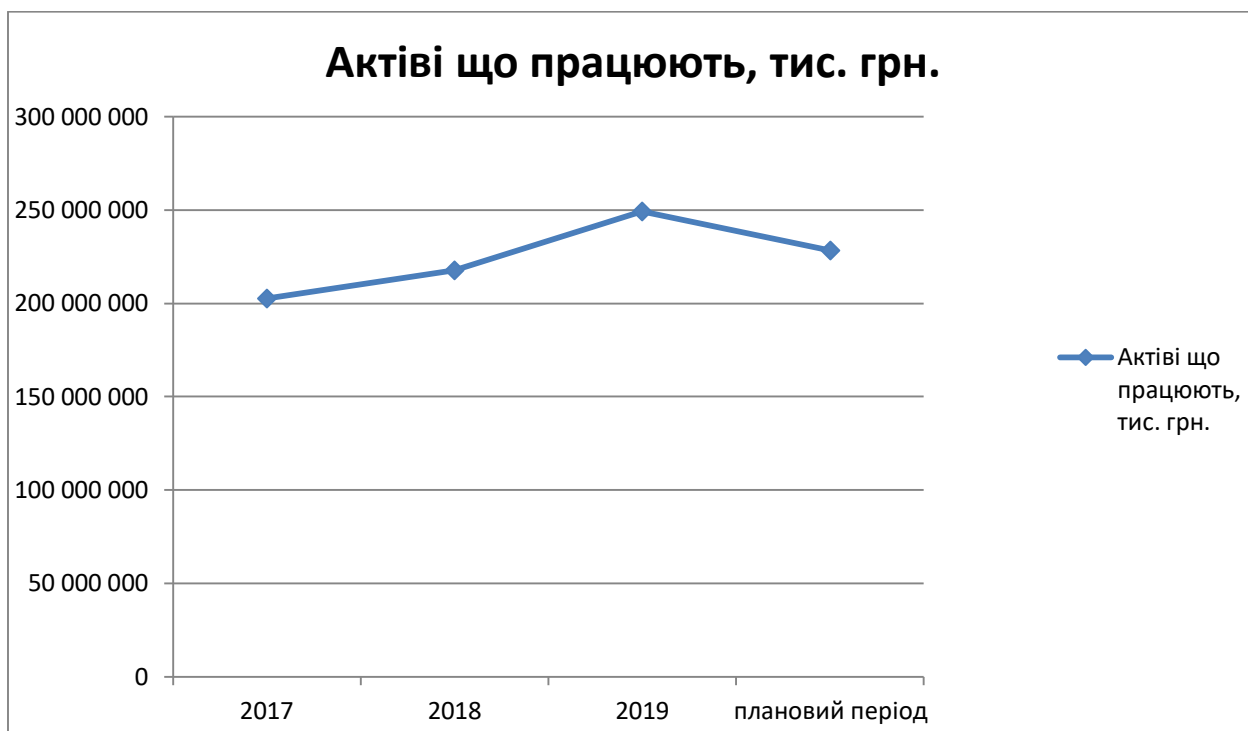


Рисунок 3.4 – Зміна показнику «Активи, що працюють» відносно минулих періодів



Рисунок 3.5 – Зміна показнику «Захищений капітал» відносно минулих періодів

Можна спостерігати тенденцію зростання лише за двома параметрами: ліквідні активи та захищений капітал.

За для впевненості у тому, що запропоновані зміни дійсно мають значення для підвищення конкурентоздатності серед інших національних банків, проведемо повторні розрахунки за методикою Кромонава В. у два етапи:

1. Визначимо зміну коефіцієнтів за останні три роки починаючи з 2017 та враховуючи досліджуємо період.
2. Порівняємо отриманий коефіцієнт досліджуваного періоду з показниками інших банків за 2019 рік.

У обох випадках розрахунки наведемо у вигляді таблиць, та також розташуємо нижче гістограми для візуальної аналітики.

Таблиця 3.2 – Розрахунки індексу надійності банку за методикою Кромонава В. за період з 2017 по 2019 враховуючи дані планового періоду в АТ «Ощадбанк»

		2017	2018	2019	плановий період
Показники	Умовне позначенн я	АТ "Ощадбанк"	АТ "Ощадбанк"	АТ "Ощадбанк"	АТ "Ощадбанк"
Статутний капітал, тис. грн	УФ	43 723 000	49 724 980	49 724 980	49 724 980
Власний капітал, тис. грн.	К	31 578 000	18 430 000	19 194 682	24 241 000
Обов'язки до запитання, тис. грн.	ОВ	38 971 872	172 265 800	24 885 493	24 885 493
Загальні зобов'язання, тис. грн	СО	202 590 867	199 209 255	229 549 213	199 987 000
Ліквідні активи, тис. грн.	ЛА	12 258 000	10 635 000	36 724 000	66 743 000
Активи що працюють, тис. грн.	АР	202 662 613	217 751 969	249 101 121	228 460 000
Захищений капітал, тис. грн.	ЗК	7 614 578	8 953 527	9 947 977	10 947 977
Генеральний коеф. надійності K1	K1=K/АР	0,156	0,085	0,077	0,106
Нормований коеф. K1		0,156	0,085	0,077	0,106
Зважений коеф K1		7,012	3,809	3,468	4,775
Коеф. Миттєвої ліквідності K2	K2=ЛА/О В	0,315	0,062	1,476	2,682
Нормований коеф. K2		0,315	0,062	1,476	2,682
Зважений коеф K2		6,291	1,235	29,514	53,640
Кросс-коеф. K3	K3=СО/А Р	1,000	0,915	0,922	0,875
Нормований коеф. K3		1,000	0,915	0,922	0,875
Зважений коеф K3		9,996	9,148	9,215	8,754
Генеральний коеф ліквідності K4	K4=(ЛА+ ЗК)/СО	0,098	0,098	0,203	0,388
Нормований коеф. K4		0,098	0,098	0,203	0,388
Зважений коеф K4		1,471	1,475	3,050	5,827
Коеф. Захищеності капіталу K5	K5=ЗК/К	0,241	0,486	0,518	0,452
Нормований коеф. K5		0,241	0,486	0,518	0,452
Зважений коеф K5		1,206	2,429	2,591	2,258
Коеф. Фондової капіталізації прибутку K6	K6=К/УФ	0,635	0,371	0,386	0,488
Нормований коеф. K6		0,635	0,371	0,386	0,488
Зважений коеф K6		3,175	1,853	1,930	2,438
Поточний індекс надійності	N	20,515	12,615	42,338	70,231



Рисунок 3.6 – Графік зміни індексу надійності банку розрахованого за методикою Кромонава В. за період з 2017 по 2019 враховуючи дані планового періоду в АТ «Ощадбанк».

При проведенні візуального аналізу даних розташованого на рисунку 3.6 бачимо, що змінення показників благодійне впливатиме на відношення клієнтів до положення справ самого банку.

При проведенні розрахунків біло виявлено, що коефіцієнт, відносно минулих років діяльності банку збільшився до 70,2%.

Для того, що б переконатись, що було обрано вірний напрямок розвитку банку проведемо розрахунок відносно показників трьох основних конкурентів АТ «Ощадбанк». Показники діяльності котрих було взято з річної звітності розміщеної на офіційних сайтах банків. А саме дослідимо тенденцію змін АТ «Ощадбанк» відносно АТ «Приватбанк», ПАТ «Укргазбанк», ПАТ «Укресімбанк»

Таблиця 3.3 – Розрахунки індексу надійності планових показників АТ «Ощадбанк» за методикою Кромонава В. відносно конкурентів

Показники	Умовне позначення	Планові показники АТ "Ощадбанк"	2019 АТ "Приватбанк"	2019 ПАТ "Укргазбанк"	2019 ПАТ "Укресімбанк"
Статутний капітал, тис. грн	УФ	49 724 980	206 060 000	13 319 000	38 730 000
Власний капітал, тис. грн.	К	24 241 000	54 529 000	8 281 000	9 866 000
Обов'язки до запитання, тис. грн.	ОВ	24 885 493	9 444 000	7 242 403	22 319 941
Загальні зобов'язання, тис. грн	СО	199 987 000	255 194 000	110 882 759	131 428 892
Ліквідні активи, тис. грн.	ЛА	66 743 000	28 601 000	11 076 000	5 203 000
Активі що працюють, тис. грн.	АР	228 460 000	552 058 120	119 137 243	140 346 047
Захищений капітал, тис. грн.	ЗК	10 947 977	6 974 000	1 433 633	1 616 456
Генеральний коеф. надійності K1	K1=К/АР	0,106	0,099	0,070	0,070
Нормований коеф. K1		0,106	0,099	0,070	0,070
Зважений коеф K1		4,775	4,445	3,128	3,163
Коеф. Миттєвої ліквідності K2	K2=ЛА/ОВ	2,682	3,028	1,529	0,233
Нормований коеф. K2		2,682	3,028	1,529	0,233
Зважений коеф K2		53,640	60,570	30,587	4,662
Кросс-коеф. K3	K3=СО/АР	0,875	0,462	0,931	0,936
Нормований коеф. K3		0,875	0,462	0,931	0,936
Зважений коеф K3		8,754	4,623	9,307	9,365
Генеральний коеф. ліквідності K4	K4=(ЛА+ЗК)/СО	0,388	0,139	0,113	0,052
Нормований коеф. K4		0,388	0,139	0,113	0,052
Зважений коеф K4		5,827	2,091	1,692	0,778
Коеф. Захищеності капіталу K5	K5=ЗК/К	0,452	0,128	0,173	0,164
Нормований коеф. K5		0,452	0,128	0,173	0,164
Зважений коеф K5		2,258	0,639	0,866	0,819
Коеф. Фондової капіталізації прибутку K6	K6=К/УФ	0,488	0,265	0,622	0,255
Нормований коеф. K6		0,488	0,265	0,622	0,255
Зважений коеф K6		2,438	1,323	3,109	1,274
Поточний індекс надійності	N	70,231	69,727	48,688	12,969



Рисунок 3.7 – Візуальне зображення індексу надійності планових показників АТ «Ощадбанк» за методикою Кромона В. відносно конкурентів у 2019 р.

Як можна спостерігати у таблиці розрахунків, та на графіку при дотриманні обраного напрямку розвитку АТ «Ощадбанк» згодом займатиме лідируючі позиції. Єдиним значним конкурентом на ринку банківських послуг залишається АТ «Приватбанк».

Крім усього не слід також забувати, що АТ «Ощадбанк» це банк зі своєю дуже своєрідною історією, спостерігаючи за котрою можна уявляти, що саме відбувалась в історії цілої країни, тому, слід мати на увазі, як не позбавилась проблем ціла країна, так і у головного банку держави все ще залишились деякі труднощі, а саме поки що банк є боржником за деяких статтями. Проте завдяки важкій праці та безупинного розвитку, борг по резервах кредитних ризиків було скорочено за останній рік на 27 млрд грн, що наданий час склав 30792 млн грн.

Якщо керівництво банку і на далі буде триматись обраного курсу, то в найближчі два роки банк має шанс повністю вичерпати свої борги, а вже через 3-5 років займатиме перше місце серед національних банків, а також стане серйозним конкурентом для більшості комерційних банків, та можливо вийде на всесвітній ринок.

3.3 ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

Якщо розглядати діяльність АТ «Ощадбанк» у порівнянні з трьома іншими державними банками, а саме АТ «Приватбанк», ПАТ «Укргазбанк», ПАТ «Укрексімбанк»; можна зробити висновок що наприкінці 2019 року банк займав не найкращі позиції на ринку. Проводячи розрахунки за методом Кромонава звертаємо увагу, що банк посідає третє місце. Проте варто зазначити, що лише АТ «Ощадбанк» та АТ «Приватбанк» займаються обслуговуванням усього ринку, а саме як фізичних так і юридичних осіб. Два інші банки спеціалізуються на обслуговуванні малого та середнього бізнесу, та промисловості, що виводить їх зовсім на інший рівень.

Так що, порівнюючи діяльність АТ «Ощадбанк» та АТ «Приватбанк», перший з них займає не найкраще положення, це обумовлено наявністю у АТ «Ощадбанк» боргу у 57 млрд. грн який щороку зменшується.

За для подальшого розвитку в АТ «Ощадбанк» варто перебудувати систему обслуговування, додати декілька продуктів з кредитування на ринок, що може надаватись клієнтам що не мають рахунків у АТ «Ощадбанк». Таким чином банк поширить свій вплив у сфері банківських послуг на більшість клієнтів, закріпить свої позиції, отримає більше прибутки и позбувшись боргів зможе вийти у лідери на території України та можливо поширить сферу впливу на сусідні країни.

4 ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1 АНАЛІЗ ПОТЕНЦІЙНИХ НЕБЕЗПЕК

Тема дипломної роботи: «Дослідження конкурентоспроможності суб'єкта господарювання». Під суб'єктом господарювання розглядається АТ «Ощадбанк», тому давайте розглянемо робоче місце банківського службовця на прикладі економіста.

Робота економіста як фахівця з надання банківських послуг спливає майже увесь робочий час сидячи перед персональним комп'ютером, що з впливом часу, від постійної напруги може спричинити розривання слизової оболонки, пересихання очного яблука при зменшені кількості кліпаній очима, та погіршення зору.

У випадку недотримання норм у операціоніста можуть виникнути наступні хвороби:

Неправильна постава - це призводить до подальшого розвитку викривлення хребта сколіозу, лордозу, кіфозу, а як результат головні болі, болі в області ший і всього хребта, болі в області таза. Неправильно положення ніг може привести до артриту (запалення суглобів), артрозу (деформації).

Тунельний синдром- найвідоміше захворювання людей працюють за комп'ютером. Воно ж синдром зап'ястного каналу. Тунельний синдром проявляється після кількох годин напруженої роботи за комп'ютером.

Розвиток короткозорості- через те, що екран монітора за контрастом вище, ніж навколишні об'єкти розвивається короткозорість.

Порушення фокусування- наслідком напруженої роботи за монітором є порушення фокусування, яка може бути викликана перенапруженням очних м'язів.

Сухість очей- через рефлексу, заснованого на тому, що при погляді на джерело світла очей починає менше моргати виникає «обсушування» рогівки ока яке призводить до очних болів.[48]

При вивченні проблем охорони праці, та дослідженням потенційних небезпек, які пов'язані з роботою у банківській сфері виявляються достатньо буденними. Працівники банку загалом, окрім спеціальних підрозділів, таких як інкасація, є офісними працівниками, тобто кожен день, продовж робочого часу економіст, касир чи керівник знаходяться у замкнутому приміщенні, працюють з оргтехнікою, та електронними приладами. Тобто під час робочого часу працівник повинен бути пильним та обережно поводитись з електроприладами, пильнувати наявність несправних приладів, та проводів. При порушенні ізоляції проводу може виникнути коротке замикання, що може призвести до возгорання паперів, документів. На випадок пожежі приміщення має бути оснащене вогнегасниками, та не завадило б, що б співробітники вміли ними користуватись.

Одним з вторинних ознак потенційної загрози для здоров'я людини є наявність пилу, котрий потрапляючи до дихальних шляхів може призвести до захворювань верхніх або нижніх дихальних шляхів; наявність негерметично зачинених пляшок з миючими речовинами, за допомоги яких проводиться вологе прибирання, що може визвати отруєння (пари хлорки), та зберігання хімічних речовин біля їжі. Також потенційну загрозу несе в собі помірний шум, від приладів, та оргтехніки, що може призвести до часткової втрати слуху та психічних розладів; недостатня освітленість приміщення також можна віднести до факторів, що потенційно можуть зашкодити працівникам.

У банківській сфері не малу роль відіграє людський фактор. Оскільки відвідувачів банку можуть спіткати різні життєві негаразди, а в філіалі банку завжди є якась кількість грошей, то клієнти деколи за для отримання «легкого» прибутку спричинити шкоду працівникам, та майну банку. Тому людський фактор так само варто віднести до потенційної загрози. До того ж загрозу людським фактором варто розглядати як і у випадку з психічно-нестабільними клієнтами, так і з працівниками філіалу.

Виробничі шкідливості діляться на три групи:

- пов'язані з трудовим процесом. Обумовлені нераціональною організацією праці (надмірне напруження нервової системи, напруга органів зору, слуху, велика інтенсивність праці та ін.);
- пов'язані з виробничим процесом, але створені за рахунок технічних недоліків виробничого устаткування (промисловий пил, шум, вібрація, шкідливі хімічні речовини, випромінювання і т.д.)
- пов'язані із зовнішніми обставинами праці і виробництва - з недоліками загальносанітарних умов на робочому місці (нераціональне опалення виробничих приміщень, освітленість і т.п.)

Внаслідок впливу виникають професійні захворювання, посилення захворювань, які вже є у працівника; зниження працездатності та продуктивності.

Шкідливі речовини можуть бути в трьох становищах: тверді, рідкі, та газоподібні.

Знизити вміст шкідливих речовин в повітрі робочої зони дозволяють такі основні заходи: виключення використання або заміна шкідливих речовин менш шкідливими; раціоналізація технологічних процесів, що усуває утворення шкідливих речовин; герметизація устаткування; механізація і автоматизація виробничих процесів; пристрій різних систем вентиляції; використання працюючими індивідуальних засобів захисту.

Виробничий мікроклімат.

Висока температура повітря сприяє швидкій стомлюваності працюючого, може привести до перегріву організму, теплового удару.

Низька температура повітря може викликати місцеве або загальне охолодження організму, може стати причиною простудного захворювання або обмороження.

Висока відносна вологість при високій температурі повітря сприяє перегрівання організму, при низькій температурі ж збільшується тепловіддача з поверхні шкіри, що веде до переохолодження.

Низька вологість викликає неприємні відчуття у вигляді сухості слизових оболонок дихальних шляхів працюючого.

Рухливість повітря ефективно сприяє тепловіддачі організму людини і позитивно проявляється при високих температурах, але негативно при низьких.

4.2 ЗАХОДИ ПО ЗАБЕЗПЕЧЕННЮ ТЕХНІКИ ВНУТРІШНЬОЇ БЕЗПЕКИ

Відповідно до «Технічного регламенту знаків безпеки і захисту здоров'я працівників»[49] шляхи евакуації, аварійні виходи і підходи до них повинні бути вільними від будь-яких предметів, надавати можливість найкоротшого шляху на зовнішній простір або до безпечної зони і мати належні позначення (сигнальними кольорами, дороговказами, написами, знаками безпеки тощо) Шляхи евакуації і аварійні виходи мають забезпечуватися евакуаційним освітленням відповідно до вимог будівельних норм та правил улаштування електроустановок. Світильники евакуаційного освітлення повинні вмикатися з настанням сутінків у разі перебування в приміщеннях працівників.

Працівникам забезпечується можливість швидко і в повній безпеці залишити всі робочі місця.

Кількість, розташування і розміри шляхів евакуації і аварійних виходів визначаються відповідно до використання, облаштування і розмірів робочих зон, а також максимально можливої кількості осіб, що можуть там перебувати відповідно до СНиП 2.09.04-87 «Административные и бытовые здания» (далі - СНиП 2.09.04-87) та СНиП 2.09.02-85 «Производственные здания» (СНиП 2.09.02-85).[50]

Двері аварійних виходів повинні відкриватись назовні і замикатись так, щоб у випадку необхідності будь-яка особа могла легко і швидко їх відкрити без застосування додаткових засобів.

Правила забезпечення безпеки працівників офісних підприємств досить прості. Базовий набір вимог, яких необхідно дотримуватися при виконанні повсякденних обов'язків, включає в себе:

- правильну експлуатацію офісної і побутової техніки, яка використовується в організації. У процесі її використання необхідно дотримуватися рекомендацій виробника і не застосовувати нештатні аксесуари, а також не перевантажувати обладнання;
- дотримання обмежень за рівнем навантаження на електричну мережу. Перевищення допустимого навантаження може викликати не просто відключення автоматики, але і коротке замикання, яке загрожує спалахом;
- відключення невикористовуваних електроприладів на час відсутності персоналу в офісі. Ця вимога обумовлена не тільки необхідністю мінімізації навантаження на електромережу, але і зниженням потенційного ризику пожежі, який за час відсутності працівників може завдати серйозної шкоди;
- виконання правил техніки безпеки при використанні обладнання. Характер її вимог обумовлюється типом техніки, яка застосовується в офісі, і конкретними умовами її використання;
- інші правила, що відповідають особливостям робочого процесу в організації.

Порядок реалізації заходів щодо забезпечення належного рівня електробезпеки повинен бути закріплений в локальному нормативному документі. Всіх співробітників підприємства необхідно ознайомити з ним під розпис. Для доведення до працівників всієї необхідної інформації про правила використання електротехніки в офісних приміщеннях слід провести з ними відповідний інструктаж.

4.3 ЗАХОДИ З ВИРОБНИЧОЇ САНІТАРІЇ ТА ГІГІЄНИ ПРАЦІ

На основні санітарно-гігієнічних вимог до умов праці в офісних приміщеннях можна зробити наступне висновки:

- площа приміщення повинна бути не менше 6,0 м² на 1 робоче місце;

Відстань між робочим місцем повинна складати не менше ніж 1 м від стіни з вікном, і 1,4 м від звичайної стіни; відстань між бічними поверхнями комп'ютерів має бути не меншою за 1,2 м; відстань між тильною поверхнею одного комп'ютера та екраном іншого не повинна бути меншою 2,5м.

За для забезпечення меншої стомлюваності працівника, приміщення не повинно бути пофарбовано у спокійні відтінки не яркого кольору.

Приміщення повинно бути оснащене системами опалення, кондиціонування повітря, або припливно-витяжною вентиляцією. На робочому місці економіста повинні дотримуватись оптимальні умови мікроклімату: температура повітря повинна становити 22–25°C; відносна вологість повітря — 40–60%, швидкість руху повітря — не більше 0,1 м/с.

Крім того робоче місце повинно бути також добре освітлене задля перешкоджання втрати зору робітника. Природне освітлення має забезпечувати коефіцієнт природної освітленості не нижче ніж 1,5%, але пряме попадання сонячного світла у очі робітника протипоказане, бо спричинить перенапругу зору. Для регулювання рівня освітлення природним світлом бажано застосовувати жалюзі. Штучне освітлення приміщення має бути обладнане системою загального рівномірного освітлення. Застосування світильників без розсіювачів та екрануючих сіток забороняється. Рівень освітленості на робочому столі в зоні розташування документів має бути в межах 300–500 лк.

В офісних приміщеннях нормуються також еквівалентні рівні звуку (для програмістів – 50 дБА, а для операторів в залах обробки інформації на ПК та операторів комп'ютерного набору – 65 дБА).

Вимоги щодо рівня неіонізуючих електромагнітних випромінювань, електростатичних і магнітних полів, а також інтенсивність потоків інфрачервоного та ультрафіолетового випромінювань встановлюються відповідно до ДСанПіН 3.3.2.007-98 і ДСанПіН 3.3.6.096-2002.[51]

Упродовж робочого часу в робочих приміщеннях забезпечується мікроклімат, що відповідає фізіологічним потребам організму працюючих, із врахуванням енергетичних витрат на виконувану роботу згідно з ДСН 3.3.6.042-99 «Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень».

У приміщеннях для відпочинку, для чергового персоналу, їдальнях, приміщеннях санітарно-побутового призначення і для надання медичної допомоги температура повинна відповідати призначенню цих приміщень відповідно до СНиП 2.09.04-87.

Освітлення робочих зон повинно відповідати вимогам ДБН В.2.5-28-2006 «Природне і штучне освітлення», затверджених наказом Міністерства будівництва, архітектури та житлово-комунального господарства України від 15.05.2006 № 168.[52]

Робочі зони, в яких працівникам у випадку відключення штучного освітлення може загрожувати небезпека, обладнуються достатнім аварійним освітленням.

Оптимальні мікрокліматичні умови встановлені за критеріями оптимального теплового і функціонального стану людини. Вони забезпечують загальне і локальне відчуття теплового комфорту протягом 8-годинної робочої зміни при мінімальному напруженні механізмів терморегуляції, не викликають відхилень у стані здоров'я, створюють передумови для високого рівня працездатності і є бажаними на робочих місцях.

Допустимі мікрокліматичні умови встановлені за критеріями допустимого теплового і функціонального стану людини на період 8-годинного робочого Сієни. Вони не викликають пошкоджень або порушень стану здоров'я, але можуть призводити до виникнення загальних і локальних відчуттів теплового

дискомфорту, напрузі механізмів терморегуляції, погіршення самопочуття і зниження працездатності.

Шум - звукові коливання, різні за амплітудою і частотою.

З метою спеціальної оцінки умов праці вважається, що шкідливий вплив шуму проявляється з 80 дБ.

Шум високих рівнів негативно впливає на центральну нервову систему, шлунок, рухові функції, розумову роботу, зоровий аналізатор. Змінюються частота і наповнення пульсу, кров'яний тиск, сповільнюються реакції, послаблюється увагу, погіршується розбірливість мови.

Знижується чутливість органу слуху, що призводить до тимчасового підвищення порога чутності. При тривалому впливі шуму високого рівня виникають незворотні втрати слуху, і розвивається професійне захворювання - туговухість.

Вібрація - механічні коливання пружних тіл при низьких частотах (1,6-1000 Гц) з великими амплітудами (0,5-0,03 мм).

Систематичний вплив вібрації на людину викликає вібраційну хворобу (неврит) з втратою працездатності, при якій настають зміни в серцево-судинної, нервової та кістково-м'язової системах.

В особливо важких випадках в організмі людини настають незворотні зміни, що призводять до інвалідності.

За способом передачі на людину розрізняють:

- загальну вібрацію, що передається через опорні поверхні на тіло сидить або стоїть людини;
- локальну вібрацію, що передається через руки людини.

Електромагнітні випромінювання і поля: неіонізуючі електромагнітні випромінювання і поля природного походження; статичні електричні поля; постійні магнітні поля; електромагнітні випромінювання і поля промислової частоти і радіочастотного діапазону; лазерне випромінювання.

В результаті тривалого перебування в зоні дії електромагнітних полів настають передчасна стомлюваність, сонливість або порушення сну, з'являються часті головні болі, настає розлад нервової системи і ін. При систематичному опроміненні спостерігаються стійкі нервово-психічні захворювання, зміна кров'яного тиску, уповільнення пульсу, трофічні явища (випадання волосся, ламкість нігтів і т. п.).

Нижче наведемо розрахунок освітлення приміщення

Для офісного приміщення норма освітлення складає 300 Лк.

Розрахунок штучного освітлення розглянемо на наступному прикладі. Вихідні дані: розміри приміщення $a \times b = 6 \times 5$ м, висота приміщення $h_0 = 3,4$ м, висота робочих поверхонь $h_p = 0,7$ м, підвіс світильника – відсутній, стіни приміщення і стеля вибілені і пофарбовані у світлі тони ($r_{стелі} = 70\%$, $r_{стін} = 50\%$).

Освітлення – загальне, в приміщенні виконуються роботи типу Шв. Основне розрахункове рівняння методу світлового потоку, за яким можна визначити світловий потік ламп світильника, має наступний вигляд, лм:

$$\Phi_{\text{л}} = \frac{E S K_3 Z}{N n \eta} \quad (4.1)$$

де E – нормована освітленість, лк;

S – площа приміщення, що освітлюється, м^2 ;

K_3 – коефіцієнт запасу, що враховує зниження освітленості в результаті забруднення та старіння ламп;

Z – коефіцієнт нерівномірності освітлення;

N – кількість світильників;

n – кількість ламп в світильнику;

η – коефіцієнт використання світлового потоку.

Нормована освітленість приймається відповідно до ДБН В.2.5-28-2006 або розроблених на їх основі галузевих норм. По нормам ДБН В.2.5-28-2006 мінімальне освітлення приміщення, де проводяться зорові роботи розряду Шв, наприклад офіс, $E = 300$ лк. Як світлові пристрої використовуються світильники

типу ЛВО10-4*18 з чотирма лампами ($n = 4$). Коефіцієнт нерівномірності освітлення Z для люмінесцентних ламп дорівнює 1,1.

Коефіцієнт запасу K_z визначаємо з таблиці 4 [53]

В даному випадку $K_z = 1,5$.

Коефіцієнт η визначається за світлотехнічними таблицями (додаток Д [53]) залежно від показника приміщення i , коефіцієнтів відбиття стін та стелі.

Показник приміщення визначається за формулою:

$$i = \frac{a*b}{h(a+b)}, \quad (4.2)$$

де a, b – довжина та ширина приміщення, м;

h – висота підвісу світильника над робочою поверхнею, м.

Висота підвісу світильника над робочою поверхнею:

$$h = h_0 - h_p, \quad (4.3)$$

де, h_0 – відстань від полу до світильників, м;

h_p – висота робочої поверхні.

$$h = 3,4 - 0,7 = 2,7 \text{ м.}$$

Показник приміщення становить:

$$i = \frac{6 * 5}{2,7(6 + 5)} = 1,01$$

При $i = 1,01$, ρ стелі = 70%, ρ стін = 50% для світильників ЛПО01 коефіцієнт використання дорівнює $\eta \approx 0,46$. Обираємо тип лампи та її світловий потік з додатку В [53]

Обираємо лампи ЛПО10 – 4*18 потужністю 80 Вт.

Визначимо світловий потік за формулою (4.1):

$$\Phi_{\text{л}} = \frac{300*6*5*1,5*1,1}{4*650*0,46} = 12,4$$

З метою рівномірності освітлення розрахуємо кількість світильників за формулою:

$$N_p = \frac{B}{(H-h_p) \cdot [L/h]}, \quad (4.4)$$

Де, L/h – числове значення коефіцієнта світильника.

$$N_p = \frac{5}{(3,4 - 2,7) \cdot 1,4} = 5,1$$

Приймаємо значення $N_p=6$

Визначимо максимально припустиму відстань між рядами світильників:

$$L_{max} = \frac{B}{N_p}, \quad (4.5)$$

$$L_{max} = \frac{5}{6} = 0,83 \text{ м}$$

$$\sum L_{cb} = 1,2 \cdot 3 = 3,6$$

А це менше ніж довжина приміщення, вирахуємо розриви між ними;

$$L_p = \frac{6 - 2,7}{3} = 1,1 \text{ м}$$

Сумарна потужність ламп складатиме:

$$\sum P_{cb} = 80 \cdot 6 \cdot 4 = 1920 \text{ Вт}$$

При проведенні розрахунків визначили, що для нормального освітлення офісного приміщення $6 \times 5 \text{ м}^2$ з висотою стелі 3,4 м можна використати ЛПО10 – 4*18 потужністю 80 Вт у кількості 6 шт.

4.4 ЗАХОДИ БЕЗПЕКИ У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

Оскільки у цій роботі розглядається діяльність державного банку, то також слід зауважити, що до надзвичайних ситуацій належать також напади з метою грабунку, тобто привласнення банківських коштів за для власної вигоди.

У випадку, якщо до банку заходять сумнівні особи, які поведуть себе неадекватно, або при собі мають зброю. Робітники банку повинні викликати службу охорони банку через натискання тривожної кнопки, та сумлінно очікувати на допомогу по усуненню небезпечних елементів.

Касові працівники несуть повну відповідальність за збереження грошових коштів, та інших позабалансових цінностей.

Працівники філії банку, що денно не зважаючи за обставин згідно внутрішньої інструкції повинні перевіряти працездатність тривожних кнопок, та охоронної сигналізації.

Зранку, після відкриття каси один з працівників телефонує до служби безпеки, та з дозволу охоронця перевіряє працездатність однієї з тривожних кнопок, або «ляльки», результат натискання фіксується у відповідному журналі.

За декілька годин до закриття відділення перевіряється охоронна система сховища за тією ж схемою: порожнє сховище стає на сигналізацію, та працівник служби безпеки повинен підтвердити, що сигналізацію активовано, після чого родиться також запис до журналу.

Раз на місяць, після дзвінка на пульт охорони, сховище відкривають не знімаючи з сигналізації, перевіряючи чи спрацьовує охоронна система, результат також занотовується у журналі. Раз на місяць заповнення журналу перевіряє керівник.

За для уникнення непорозумінь касиру забороняти зберігати на робочому місці грошових засобів більше ніж прописано у нормативах відділення. Головний касир повинен надлишки своєчасно здавати до каси перерахунку.

За для зниження ризику нападу банківські працівники дотримуються інструкції 103 НБУ у котрій прописані всі особи які і за яких умов мають право заходити до касового вузла:

- касові працівники, що працюють на даному відділенні;
- друга відповідальна особа у особі економіста;
- керівник відділення;
- інкасатори (після пред'явлення посвідчення);
- інші особи мають право відвідувати касовий вузол при наявності посвідчення, та письмового розпорядження керівники Регіонального

Управління в якому описана мета відвідування та номенклатура виконуваних робіт;

- прибиральник має право входити в приміщення до початку, або після закінчення робочого дня, коли всі цінності замкнені у сховищі.

Всі зазначені особи мають право знаходитись у приміщенні при наявності головного касира.[52]

4.4.1 ЗАХОДИ З ПОЖЕЖНОЇ БЕЗПЕКИ

Відповідальність за пожежну безпеку завжди несе керівник компанії. Однак, він може видати наказ і призначити одного зі своїх співробітників на роль відповідального за пожежну безпеку.

При цьому керівник не знімає з себе повну відповідальність. Він лише делегує заданої співробітнику свої обов'язки.

На практиці, у відділенні банку немає ніяких окремих співробітників з роллю відповідального за пожежну безпеку. Там пожежна безпека для офісу забезпечується самим керівником філії. Керівник і відповідальний за пожежну безпеку зобов'язані пройти курс навчання «пожежно-технічний мінімум» у спеціалізованому навчальному центрі. Після закінчення курсу видається посвідчення, що підтверджує ваші необхідні знання для забезпечення пожежної безпеки в організації.

Відповідальний за пожежну безпеку - ключова фігура в дотриманні вимог і забезпеченні пожежної безпеки в офісі.

Все, що потрібно про нього знати, ми вже писали в цій статті.

Визначаємо зону відповідальності за офіс в оренду і власності.

Якщо приміщення в оренду, відповідальність за пожежну безпеку орендованого приміщення ділиться між орендарем та орендодавцем, виходячи з договору оренди. Уважно ознайомтеся з договором, щоб зрозуміти: які обов'язки лежать на орендарі, а які на орендодавцеві.

Якщо філіал знаходиться у власності, всю відповідальність за нього несе банк та керівник.

Якщо в договорі оренди не прописані обов'язки щодо забезпечення пожежної безпеки для орендаря і орендодавця - обов'язково пропишіть їх. Це допоможе кожній зі сторін чітко дотримуватися всіх вимог пожежної безпеки

Виконуємо вимоги пожежної безпеки.

Відповідальний за ПБ - головна людина, що забезпечує пожежну безпеку в відділенні організації. Для дотримання вимог йому необхідно виконувати цілий ряд певних обов'язків.

В обов'язки відповідального за пожежну безпеку входить:

Підготовка повного пакету документів (накази, журнали, інструкції) з пожежної безпеки та контроль за їх виконанням.

- організація навчання заходам пожежної безпеки;
- комплектація офісних приміщень первинними засобами пожежогасіння;
- контроль майна і комунікацій, які можуть призвести до виникнення пожежі;
- проведення тренувань співробітників по евакуації і діям при виникненні пожежі;
- перевірка відповідності приміщення чинним вимогам пожежної безпеки: об'ємно-планувальні рішення, шляхи евакуації, наявність систем протипожежного захисту тощо.
- перевірка працездатності і обслуговування систем протипожежного захисту;
- проведення тренувань з співробітниками по евакуації і діям при виникненні пожежі.

Пожежна безпека для відділення банку забезпечується шляхом виконання всіх вищевказаних обов'язків керівника/відповідального за пожежну безпеку.

4.4.2 ЗАХОДИ З ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ

Проводити інструктажі та навчання повинні всі організації незалежно від їх форм власності. Для цього потрібно призначити відповідального за цивільну оборону. Кількість працівників, які будуть цим займатися, залежить від того, чи є у організації категорія з цивільної оборони і чи буде вона продовжувати роботу у воєнний час.

Щоб проводити вступний інструктаж і курсове навчання, організації потрібні локальні акти.

Так, організації зобов'язані:

- планувати і проводити заходи з цивільної оборони;
- проводити заходи з підтримки свого сталого функціонування в воєнний час;
- навчати своїх працівників в галузі цивільної оборони;
- створювати і підтримувати в стані постійної готовності до використання локальні системи оповіщення при наявності їх в організації;
- створювати і містити в цілях цивільного захисту запаси матеріально-технічних, продовольчих, медичних та інших засобів.

Відповідальний за цивільну оборону

Хто в організації зобов'язаний займатися цивільною обороною

Щоб проводити заходи з цивільної оборони, роботодавці зобов'язані створити в організації структурний підрозділ з цивільної оборони або призначити співробітника, який буде відповідальний за цивільну оборону. Кількість працівників в підрозділі з цивільної оборони залежить від загальної чисельності співробітників організації і від того, продовжує організація роботу у воєнний час чи ні.

Щоб дізнатися, до якої категорії відноситься організація, необхідно написати запит в відділ Цивільної оборони і надзвичайних ситуацій територіального органу місцевого самоврядування з проханням роз'яснити повноваження організації щодо

вирішення питань у сфері захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій.

Так, в організаціях, які не належать до категорій з цивільної оборони, але продовжують роботу у воєнний час, з кількістю працівників:

- до 200 чоловік - один з працівників організації за сумісництвом;
- понад 200 осіб - 1 працівник.

В організаціях, які належать до категорій з цивільної оборони і продовжують роботу у воєнний час, з кількістю працівників:

- до 500 осіб - 1 працівник;
- від 500 до 2000 чоловік - 2-3 працівника;
- від 2000 до 5000 осіб - 3-4 працівника;
- понад 5000 осіб - 5-6 працівників.

В організаціях, які припиняють роботу у воєнний час, не обов'язково призначати окремого працівника, уповноваженого на вирішення завдань в галузі цивільної оборони, тому функції такого працівника можна оформити іншого співробітника організації за суміщенням. Слід врахувати, що до штатного розпису в будь-якому випадку необхідно ввести посаду інженера з цивільної оборони і надзвичайних ситуацій незалежно від того, яким чином буде оформлений співробітник, уповноважений на вирішення завдань в галузі цивільної оборони: за внутрішнім сумісництвом або за суміщенням посад.

На посади працівників з цивільної оборони призначають осіб, які мають відповідну підготовку в галузі цивільної.

Додаткова професійна освіта або курсове навчання в галузі цивільної оборони можна пройти:

- в освітніх організаціях, які мають відповідну ліцензію, в тому числі в навчально-методичних центрах по додатковій професійною програмою в галузі цивільної оборони
- на курсах цивільної оборони.

Інженер з цивільної оборони і надзвичайних ситуацій повинен мати вищу професійну (технічну) освіту і підготовку за спеціальною програмою з цивільної оборони і надзвичайних ситуацій.

Працівника, який буде уповноваженим на вирішення завдань з цивільної оборони в організації, призначте наказом.

Роботодавець зобов'язано:

- розробити програму курсового навчання в галузі цивільної оборони співробітників;
- проводити курсове навчання співробітників за затвердженою програмою;
- розробити програму проведення з працівниками вступного інструктажу з цивільної оборони;
- організувати і проводити вступний інструктаж з цивільної оборони знову прийнятими працівниками протягом першого місяця їх роботи.

Щоб провести вступний інструктаж з співробітником при прийомі на роботу, розробіть програму вступного інструктажу з урахуванням з приблизною програми. Розроблену програму узгодьте в відділі Цивільної оборони і Надзвичайних ситуацій територіального органу місцевого самоврядування. На основі програми створіть інструкцію з цивільної оборони і надзвичайних ситуацій. Вступний інструктаж з новим співробітників проводить працівник, який відповідальний в організації за цивільну оборону: інструктаж необхідно провести протягом одного місяця після прийому на роботу нового співробітника.

Під час вступного інструктажу відповідальний співробітник знайомить нового працівника з інструкцією і повідомляє загальні знаннями з цивільної оборони, зокрема:

- вражаючі фактори джерел надзвичайних ситуацій, які характерні для території проживання і роботи, а також зброї масового ураження та інших видів зброї;
- порядок дій при сигналі;

- правила використання засобів індивідуального та колективного захисту при надзвичайних ситуаціях, а також засобів пожежогасіння, наявних в організації;
- порядок дії при загрозі та виникненні надзвичайних ситуацій, військових конфліктів, загрозу і скоєнні терористичних актів;
- правила надання першої допомоги.

В кінці інструктажу відповідальний співробітник усно перевіряє придбані працівником знання.

ВИСНОВКИ

В ході вивчення матеріалу про конкурентоспроможність прийшла до наступних висновків.

Конкуренція – одна з найважливіших передумов соціально-економічного розвитку сучасного суспільства. Складний і багатофакторний процес вдосконалення конкурентних відносин між учасниками ринку обумовлений макро- і мікроекономічними умовами їх господарювання і пов'язаний з рішенням постійно виникаючих економічних проблем. Прагнення виграти конкурентну боротьбу змушує ринкових контрагентів знаходити все нові можливості підвищення ефективності використання економічних, трудових, виробничих, інформаційних ресурсів, що визначають їх конкурентні переваги. Успіх при вирішенні даних завдань, оптимальний вибір і реалізація шляхів, що ведуть до зміцнення ринкових позицій, формують конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів. Будучи основним показником ефективності їх діяльності, конкурентоспроможність служить віддзеркаленням рівня розвитку галузі, регіону і всієї країни.

Теоретичне осмислення проблеми конкурентоспроможності державних банків, що діють на фінансовому ринку, дозволило зробити висновок, що конкурентоспроможність банку - це комплексний, динамічний показник порівняльного рівня розвитку критеріїв його діяльності, в тому числі конкурентоспроможності наданих їм послуг, що відображає, в кінцевому підсумку, ефективність прийняття управлінських рішень керівництвом банку.

Багатофакторний аналіз ринкових позицій банків - основних конкурентів, що включає оцінку їх фінансового становища, абсолютної і відносної ринкової частки, відносного якості і вартості послуг і т.ін., дозволив визначити їх найважливіші конкурентні переваги. При цьому дослідження рівня конкурентоспроможності наданих ними послуг проводилося за основними напрямками банківської роботи, що сприяло підвищенню якості її аналізу.

Результати діяльності кредитних організацій схильні динаміці, і без оцінки тенденцій і причин їх зміни не можуть бути остаточною показником ступеня розвитку банківської діяльності. Крім того, визначення рівня конкурентоспроможності кредитної організації вимагає чіткого позначення критеріїв і напрямів оцінки. Дослідження цієї проблеми дозволило припустити доцільність застосування такої методики, яка б передбачала кількісну і якісну оцінку його внутрішньої діяльності і включала аналіз факторів зовнішнього середовища, які впливають на ефективність банківської роботи.

Запропоновані в роботі оціночні показники конкурентоспроможності банків відображають внутрішній стан найважливіших областей управління і характеризують соціально-економічне становище країни, з точки зору перспектив розвитку банківського бізнесу з обслуговування приватних і корпоративних клієнтів. В будь-якому випадку, сукупність параметрів і комплекс дій, спрямованих на виявлення конкурентних переваг кредитних організацій, залежить від конкретних умов господарювання і цілей оцінки. Але для отримання достовірної оцінки рівня конкурентоспроможності досліджуваних банків вся оціночна діяльність повинна носити систематичний характер. Проведена подібним чином дослідницька та аналітична робота дозволяє розрахувати показник конкурентоспроможності АТ «Ощадбанк», який є, з одного боку, відображенням ефективності банківського управління, з іншого, індикатором стану фінансового ринку країни.

Результатом проведених досліджень є оцінка рівня конкурентоспроможності банків - основних конкурентів: АТ «Ощадбанк», АТ «Приватбанк», ПАТ «Укргазанк», ПАТ «Украксімбанк» - побудована на аналізі відносного стану внутрішньобанківської роботи і сприйнятливості кожної кредитної організації до рівного впливу факторів зовнішнього середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Марченко С. М. Маркетинг : Навч. посіб. — К. : МАУП, 2006. — 104 с. — Бібліогр. : с. 101–102.
- 2 Закон України Про Захист економічної конкуренції - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text>
- 3 https://pidru4niki.com/12590605/bankivska_sprava/spisok_literaturi_bankivskiy_marketing - Банківська справа
- 4 Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе./Ю.Б. Рубин. – М. Маркет ДС, 2016. – 3-е изд. – 458с.
- 5 <https://vyborzayma.com.ua/laws/zakon-ukrainy-o-finansovyh-uslugah-i-gosudarstvennom-regulirovanii-rynkov-finansovyh-uslug/> (Пункт 1 части первой статьи 1 в редакции Закона N 2510-VI от 09.09.2010 с изменениями, внесенными согласно Закону N 588-VII от 19.09.2013)
- 6 Рудская Е. Н., Болохова Г. А. Клиентский опыт как инструмент конкурентоспособности коммерческих банков//Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 937-948.
- 7 Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью
Под ред. проф. С.Г.Светунькова
<https://www.marketing.spb.ru/read/m19/index.htm>
- 8 Основы банковского дела: [монография]/[А. Н. Мороз, М. И. Савлук, И. И. Сивульский и др.]; под ред. А. Н. Мороза. – К. : [Либра], 1994. – 330 с.
- 9 Прокопенко І. Ф., Ганін В. І., Соляр В. В., Маслов С. І. Основи банківської справи: Навчальний посібник. — : К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 410 с.
- 10 Спицын И.О., Спицын Я.О. Маркетинг в банке. – Тернополь: АО «Тарнекс», ЦММС «Писпайп», 1993. – 656с.
- 11 https://auditfin.com/fin/2012/4/2012_IV_10_25.pdf 5. CAMELS – рейтинговая система оценки надежности коммерческого банка

- 12 <https://analizbankov.ru/metod.php> Методика Кромонава В.
- 13 Рейтинг агенство banks-rate.ru
- 14 Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: [навч. посіб. для студ. спец. «Міжнародна економіка»] / О.Є.Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
- 15 Фактори оцінювання кредитного рейтингу Банкир.Ру <https://bankir.ru/>
- 16 Захарьян А.Г. Экспертная оценка комплексной устойчивости коммерческого банка//Финансовые издания. – 2004.-№9. С.14-19.
- 17 Никонова И.А., Шамгунов Р.Н. Стратегия и стоимость коммерческого банка. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004.-304с.
- 18 Маркетинг у банку: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / А.В. Нікітін, Т.Г. Іванова, І.Г. Брітченко, О.М. Момот ; за заг. ред. А.В. Нікітіна. — К. : КНЕУ, 2010. — 474, [6] с.
- 19 Маркетинг у банку [Текст] : навчальний посібник / за заг. ред. проф. Т. А. Васильєвої ; Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко, І. О. Школьник та ін. ; Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2014. – 353 с.
- 20 Павлова Н.Н. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товара// Маркетинг в России и за рубежом. – 2004.-№8 с. 25-29.
- 21 Смолянова Е.Л. к вопросу о классификации факторов и резервов обеспечения конкурентоспособности предприятия/Е.Л. Смолянова, В.Б. Малицкая//Вестн. ТГУ. 2009.Вып.2.
- 22 Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник./Р.А. Фаткутдинов.М.: Изд-во Єксмо, 2015, 544с.
- 23 Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Паблишер, 2008, 720 с.
- 24 <https://file.liga.net/companies/oshadbank>

- 25 <https://minfin.com.ua/company/oschadbank/>
- 26 https://www.oschadbank.ua/ua/about/reporting_issuer – Звітність емітента цінних паперів
- 27 <https://www.oschadbank.ua/ua/about/monthly-report> - Проміжна інформація емітента цінних паперів за 1 квартал 2020 року
- 28 <https://mind.ua/ru/banks/7-oshchadbank>
- 29 <https://www.oschadbank.ua/ua/business/finansuvannya-biznesu#> - Фінансування бізнесу АТ «Ощадбанк»
- 30 <https://www.oschadbank.ua/sites/default/files/files/about/> - Статут Ощадбанку.pdf
- 31 <https://discovered.com.ua/glossary/buxgalterskij-uchet-v-banke/> - О бухгалтерському обліку в банку
- 32 <https://banksrating.com.ua/banks-of-the-year/pobeditel-v-nominatsii-kartochnyj-bank-v-kategorii-banki-s-gosudarstvennym-kapitalom/> - Победитель в номинации «Карточный банк» в категории «Банки с государственным капиталом»
- 33 <https://www.oschadbank.ua/ua/about> - перелік організацій, членом котрих є АТ «Ощадбанк».
- 34 <https://www.unian.ua/economics/finance/1685176-kabmin-zayaviv-pro-rishennya-natsionalizuvati-privatbank.html> - Кабмін оголосив про рішення націоналізувати "Приватбанк"
- 35 <https://minfin.com.ua/company/oschadbank/rating/?date=2020-01-01> - Фінансові результати АТ «Ощадбанк» на 01.01.2020
- 36 <https://www.oschadbank.ua/ua/about> - Кратка історія АТ «Ощадбанк»
- 37 <https://file.liga.net/companies/privatbank> - Історія АТ «Приватбанк»
- 38 <https://file.liga.net/companies/ykrgazbank> - Історія ПАТ «Укргазбанк»
- 39 <https://www.eximb.com/ua/bank/press/history/> - Етапи розвитку ПАТ «Укресімбанк»

- 40 Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 39-42
- 41 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0007282-98#Text> - ДСанПіН 3.3.2.007-98 і ДСанПіН 3.3.6.096-2002.
- 42 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va042282-99#Text> - Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень ДСН 3.3.6.042-99
- 43 Методичні рекомендації щодо перевірки працездатності системи охорони в АТ «Ощадбанк»
- 44 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1262-2009-%D0%BF#Text> - Про затвердження Технічного регламенту знаків безпеки і захисту здоров'я працівників
- 45 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>
- 46 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0168667-06#Text> - Про затвердження ДБН В.2.5-28-2006 "Природне і штучне освітлення"
- 47 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va042282-99#Text> - Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень ДСН 3.3.6.042-99
- 48 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1262-2009-%D0%BF#Text> - Про затвердження Технічного регламенту знаків безпеки і захисту здоров'я працівників
- 49 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0007282-98#Text> - ДСанПіН 3.3.2.007-98 і ДСанПіН 3.3.6.096-2002.
- 50 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>
- 51 <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0168667-06#Text> - Про затвердження ДБН В.2.5-28-2006 "Природне і штучне освітлення"
- 52 Методичні рекомендації щодо перевірки працездатності системи охорони в АТ «Ощадбанк»
- 53 Методичні вказівки до лабораторного заняття «Розрахунок загального рівномірного штучного освітлення виробничих приміщень» з

дисципліни «Цивільний захист і охорона праці в галузі»: для студентів усіх спеціальностей та форм навчання /Укл. : В.І. Шмирко, О.В. Коробко, Ю.І. Троян. – Запоріжжя: каф. ОПіНС. НУ «Запорізька політехніка», 2020. – 36с.,