

Оцінювання конкурентоспроможності кредитних послуг банків для юридичних осіб

У статті визначено механізм оцінювання конкурентоспроможності кредитних послуг банків для юридичних осіб на основі зіставлення конкурентних рівнів витрат, які споживач понесе при купівлі банківських послуг у різних банках. Досліджено фактори, що впливають на конкурентоспроможність кредитних банківських послуг, наданих юридичним особам. Запропоновано графічне визначення конкурентних переваг між аналізованою та конкурентною банківською послугою.

Ключові слова: конкурентоспроможність, банківські послуги, оцінювання, супутні витрати, прямі конкуренти, потенційні конкуренти.

Постановка проблеми. Вітчизняний ринок кредитних послуг, які надаються банками юридичним особам (КБПЮО), є конкурентним, причому ключовим фактором прийняття рішення щодо вибору з поміж конкурентних послуг є не лише відсоткова ставка, а й ряд супутніх витрат, які виникають протягом оформлення та обслуговування кредиту. Слід звернути увагу, що дані параметри тісно взаємозв'язані та впливають один на одного, що дає змогу стверджувати про необхідність формування науково-методичного підходу до оцінювання вищезазначених параметрів, які прямо впливають на конкурентоспроможність КБПЮО. Визначення рівня конкурентоспроможності послуг з урахуванням внутрішніх системних взаємозв'язків дасть змогу зробити об'єктивні висновки щодо наявної ситуації та визначити перспективні напрямки управління конкурентоспроможністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні засади щодо дослідження конкурентоспроможності банківських послуг були закладені в наукових працях зарубіжних авторів – Ф. Котлера [1], Дж. Еванса [2], Ж.-Ж. Ламбена [3], Е. Дихтля [4] та ін. У той самий час проблема оцінювання конкурентоспроможності вітчизняних банківських послуг для юридичних осіб поки що залишається малодослідженою. Цікавим є підхід вітчизняних науковців І. О. Лютого та О. О. Солодкої [5] до визначення рівня конкурентоспроможності банківських послуг за допомогою побудови функції споживчої корисності, але, на жаль, цей підхід не враховує специфічні особливості КБПЮО.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. У той самий час, не можна не брати до уваги, що КБПЮО займають відокремлене місце серед інших банківських послуг, оскільки вибір споживачем конкретного банку для формування власної ресурсної бази є об'єктивним процесом, який базується на зіставленні власних доходів та витрат. Саме тому формування науково-методичного підходу до оцінювання складових, які впливають на конкурентоспроможність кредитних банківських послуг, є

Леонов Сергій Вячеславович, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України», м. Суми; Олещук Марія Геннадіївна, асистент кафедри банківської справи ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України», м. Суми.

складною науково-прикладною задачею. Актуальність та теоретико-практична значущість її вирішення обумовила вибір теми статті, її мети та завдань.

Метою даної роботи є розвиток науково-методичних засад оцінювання конкурентоспроможності КБПЮО в Україні.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні існуючі методи оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг зорієнтовані на аналіз усього сегменту ринку. На нашу думку, це дещо узагальнює результати та викривляє дійсність, оскільки банківські послуги (кредитні та депозитні) надають усі банки, а конкурентами виступають лише деякі (за ціною послуги, за можливостями самого банку на окремих сегментах ринку тощо). Поряд із цим, при дослідженні ринку банківських послуг для юридичних осіб слід акцентувати увагу на таких положеннях:

- найчастіше на ринку кредитних та депозитних банківських послуг спостерігається нерозривність даних послуг від супровідних, так званих «обслуговуючих» (наприклад, ведення поточних рахунків юридичної особи, зарплатні проекти тощо). Враховуючи дану специфіку, при оцінці рівня конкурентоспроможності необхідно враховувати «ефект заміщення» – коли негативне значення одного параметра може бути компенсоване за рахунок позитивного значення іншого параметра [6];

- під час прийняття рішення щодо вибору конкретної банківської послуги юридична особа застосовує основні принципи підходу «дохід–витрати», оскільки банківська послуга для неї виступає або ресурсом отримання доходу (депозити), або витратами (кредит). Виходячи з цього, на нашу думку, в розрізі даної проблеми дослідження співвідношення цінкових та нецінкових факторів, які впливають на прийняття рішення, є недоцільним, оскільки якісні параметри прийняття рішення для споживача зводяться до мінімуму;

- важливого значення при оцінці рівня конкурентоспроможності банківських послуг, які банк надає юридичним особам, набуває фактор розміщення банку. Це можна пояснити тим, що споживач-юридична особа при купівлі банківської послуги намагається мінімізувати власні фінансові витрати та отримати вигоду в розрізі співвідношення «час–ціна». У даному випадку можуть виникнути принаймні два варіанти розвитку подій:

1) споживач готовий поступитися ціною в бік зменшення часового лагу купівлі послуги;

2) споживач не готовий жертвувати ціною в бік зменшення часового лагу купівлі послуги;

- вартість післяпродажного обслуговування є невід’ємним елементом, який необхідно враховувати при оцінці рівня конкурентоспроможності банківських послуг для юридичних осіб. На нашу думку, споживач-юридична особа при прийнятті рішення щодо купівлі банківської послуги звертає увагу на витратну частину обслуговування даної послуги (вартість перерахунку коштів з одного поточного рахунку на інший як у межах одного банку, так і між різними банками, наявність додаткових зборів, комісій тощо);

- на відміну від фізичних осіб для споживачів – юридичних осіб одним із головних критеріїв вибору з поміж банківських послуг – конкурентів - виступає застосування інноваційних технологій банком (наприклад, Інтернет-банкінг, нічний інкасатор тощо). Це можна пояснити тим, що найчастіше банки, впроваджуючи інновації, намагаються досягти цілі підвищення якості обслуговування за рахунок зниження часового лагу надання банківської послуги та збільшення операційного дня роботи банку.

Виходячи з цього, виникає необхідність розроблення методичного підходу до оцінювання рівня конкурентоспроможності банківських послуг, які надаються юридичним особам, з урахуванням розглянутих особливостей та здійснити його апробацію на прикладі вітчизняного банку ПАТ «Альфа-Банк», який за класифікацією Національного банку України (за розміром активів) входить до першої групи.

На нашу думку, під оцінюванням рівня конкурентоспроможності банківських послуг, що надаються юридичним особам, необхідно розуміти механізм визначення явних та потенційних конкурентів на ринку банківських послуг за кожним видом послуг, які банк пропонує або може запропонувати споживачу – юридичній особі. Враховуючи специфіку українського ринку банківських послуг, які надаються юридичним особам, надалі пропонуємо зосередити увагу саме на кредитних послугах, зважаючи на їх домінуючу роль у структурі послуг.

Основною метою механізму оцінювання конкурентоспроможності КБШОО є об'єктивне зіставлення конкурентних рівнів витрат, які споживач понесе при купівлі банківських послуг в різних банках. Даний процес повинен здійснюватися залежно від потреб банку на етапі планування асортиментної та цінової стратегії банку.

Процес оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг повинен складатися з декількох етапів, реалізація кожного з яких має власну специфіку. Розглянемо їх більш детально.

Перший етап передбачає визначення конкурентного середовища, що доцільно здійснювати з урахуванням асортиментного ряду банківських послуг. Так, наприклад, результати проведеного дослідження (виявлення конкурентів за загальним показником частки банку на ринку банківських послуг) для ПАТ «Альфа-Банк» за період 2007-2011 рр. дають можливість стверджувати, що останніми роками банк стратегічно зорієнтований на залучення коштів від юридичних та кредитування фізичних осіб. Виходячи з цього, основними конкурентами для ПАТ «Альфа-Банк» на українському ринку банківських послуг можна вважати ПАТ «ОТП Банк», ПАО «КБ «Надра»», ПАТ «Державний експортно-імпорتنний банк України» та АТ «УкрСиббанк». Поряд із цим після проведення більш детальних розрахунків у розрізі різних видів банківських послуг, які надавалися фізичним та юридичним особам, було виявлено дещо інші результати (табл. 1).

Для визначення основних параметрів виявлення конкурентних переваг окремої банківської послуги, порівняно з конкурентними, на нашу думку, ключовим фактором, який впливає на кінцевий результат прийняття рішення щодо придбання конкретної банківської послуги для юридичної особи, є його ціна. Юридична особа намагається мінімізувати власні витрати у випадку, коли банківська послуга виступає ресурсом, і максимізувати – у випадку отримання доходу. Виходячи з цього, рівень конкурентоспроможності можна визначити через суму ціни ресурсної бази банківської послуги та додаткових супутніх витрат, які виникають під час оформлення та обслуговування банківської послуги:

$$K = f(R; d), \quad (1)$$

де K – конкурентоспроможність кредитної послуги, що надаються банком юридичній особі;

R – відсоткова ставка за кредитною банківською послугою;

d – супутні витрати, які виникають під час процесу купівлі кредитної банківської послуги (наприклад, одноразові та щомісячні комісійні витрати тощо).

Таблиця 1 – Визначення основних та потенційних конкурентів для ПАТ «Альфа-Банк» на вітчизняному ринку кредитних та депозитних банківських послуг, що надаються юридичним та фізичним особам

Вид банківської послуги	Прямі конкуренти	Потенційні конкуренти*
Кредити, надані юридичним особам	АТ «УкрСиббанк», ПАТ «Укрсоцбанк», АТ «Райффайзен Банк Аваль»	ПАО «КБ «Надра»», АТ «Банк «Фінанси та Кредит»», ПАТ «Банк Форум»
Кредити, надані фізичним особам	АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «УкрСиббанк», ПАО «КБ «Надра»», ПАТ «Державний експортно-імпортний банк України»	ПАТ «Кредитпромбанк», АТ «БРОКБІЗНЕСБАНК», ПАТ «Укрсоцбанк»
Депозити, залучені від юридичних осіб	АТ «УкрСиббанк», ПАО «КБ «Надра»»	ПАТ «ОТП Банк», АТ «Райффайзен Банк Аваль», АТ «Банк «Фінанси та Кредит»», ВТБ БАНК
Депозити, залучені від фізичних осіб	ПАО «КБ «Надра»», АТ «Банк «Фінанси та Кредит»»	ПАТ «ОТП Банк», ПАТ «Укрсоцбанк»

* – Ті банки, які в найближчий час можуть стати прямими конкурентами

Враховуючи те, що на ціну банківських послуг впливають внутрішні (якісні та кількісні характеристики активів та пасивів банку) та зовнішні фактори (ситуація на ринку банківських послуг) і той факт, що конкурентами є не всі банки, а лише однорідні за ресурсною базою, вважаємо, що цінова складова для конкурентних банків буде практично однаковою, і буде відрізнятися в короткостроковому періоді. Тому в контексті визначення конкурентоспроможності банківської послуги зосередимо увагу на визначенні супутніх витрат, що виникають під час оформлення та обслуговування банківської послуги, та механізмі їх оцінювання.

Супутні витрати можна поділити на дві групи: обов'язкові та додаткові. До обов'язкових супутніх витрат відносять комісійні, які виникають у процесі купівлі банківської послуги, а до додаткових – ті, що виникають у разі можливості зниження ціни на банківську послугу (наприклад, банк пропонує умову: ціну на кредитний ресурс можна знизити на 2 % річних у разі, якщо юридична особа відкриє поточні рахунки в даному банку). Тому юридична особа приймає власне рішення щодо формування ціни на кредитну банківську послугу.

У даному випадку однією з основних проблем, які на сьогодні практично не досліджуються, є визначення супутніх витрат, які виникають при купівлі кредитних банківських послуг.

На нашу думку, всі нецінові супутні витрати необхідно переводити у грошове вираження та зіставляти в єдиній системі координат, що дасть змогу визначити цінову різницю за двома конкуруючими банківськими послугами.

При оцінюванні конкурентоспроможності кредитних банківських послуг, наданих юридичним особам, необхідно відносити до супутніх витрат ті, що подані на рис. 1.

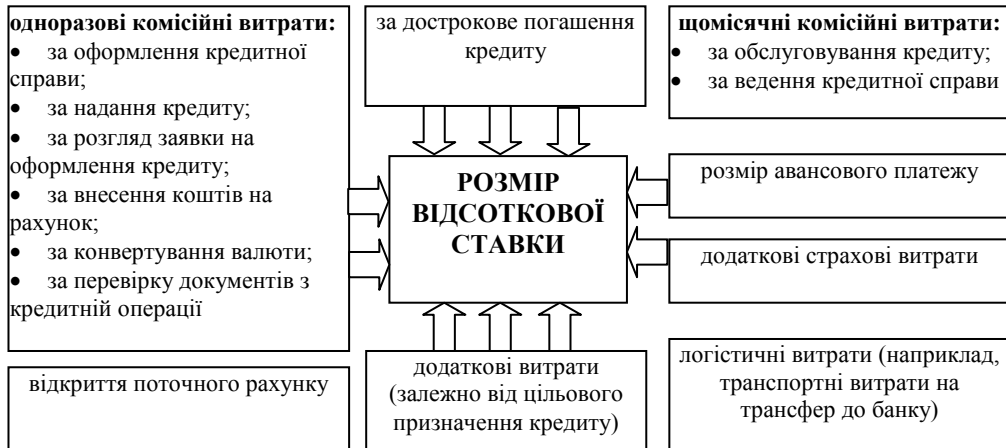


Рис. 1. Фактори, що впливають на конкурентоспроможність кредитних банківських послуг, наданих юридичним особам

Урахування сукупності всіх цих витрат, зазначених під час купівлі банківської послуги, дає можливість здійснювати управління конкурентоспроможністю банківської послуги за рахунок коригування кожного з видокремлених елементів. На сьогодні найчастіше вітчизняні банки обирають для себе одну з двох стратегій залучення клієнтів:

- встановлення мінімальної відсоткової ставки за кредитом з приховуванням усіх супровідних витрат;

- встановлення такої відсоткової ставки за кредитом, яка вже включає в себе всі вище перелічені витрати з використанням різних інструментів роз'яснення такої цінової політики (наприклад, через рекламні засоби).

Проаналізувавши вітчизняний ринок кредитних банківських послуг, було виявлено, що найчастіше банки використовують першу стратегію, що можна пояснити постійним посиленням банківської конкуренції, яка у свою чергу, стимулює пошук конкурентних переваг (навіть за умови фіктивних), а також впливом світових традицій у ціноутворенні, який загострюється внаслідок придбання вітчизняних банків міжнародними фінансовими групами, для яких практика додаткових комісійних витрат не є новою.

Отже, на нашу думку, для визначення рівня конкурентоспроможності банківських послуг необхідно здійснити порівняння за всіма визначеними критеріями, використовуючи систему координат, де віссю абсцис є аналізована банківська послуга, а ординат – різниця витрат, які споживач несе за визначеним критерієм (рис. 2), причому p_n розраховується як різниця між витратами послуги банку-конкурента та аналізованого за кожним з n критеріїв.

Враховуючи отримані значення витрат за кожною із складових супутніх витрат, розмір загальних додаткових витрат визначається наступним так:

$$d = \sum_{i=1}^n (P_{ki} - P_{ai}), \quad (2)$$

де P_{ki} та P_{ai} – грошове вираження додаткових i -х витрат за конкурентною та аналізованою банківською послугою відповідно.

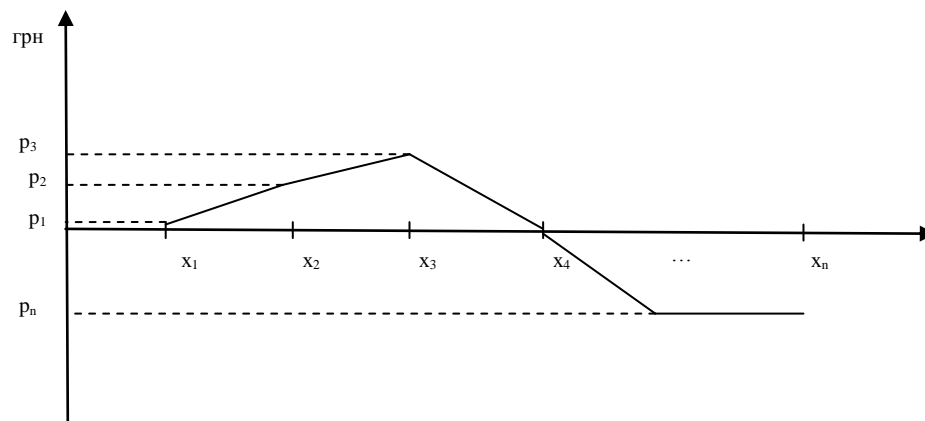


Рис. 2. Графічне визначення конкурентних переваг між аналізованою та конкурентною банківською послугою

При цьому остаточне рішення щодо вибору між аналізованою банківською послугою (K_a) та конкурентною банківською послугою (K_k) приймається з урахуванням таких умов:

$K_k > K_a$ – аналізована банківська послуга має конкурентні переваги порівняно з конкурентною банківською послугою;

$K_k < K_a$ – конкурентна банківська послуга має конкурентні переваги порівняно з аналізованою банківською послугою;

$K_k = K_a$ – аналізована та конкурентна банківська послуга мають рівні конкурентні переваги на ринку.

Висновок та перспективи подальших розробок. Підводячи підсумок, зазначимо, що сформований науково-методичний підхід щодо оцінювання конкурентоспроможності КБПЮО дає можливість здійснювати не лише узагальнювальну кількісну оцінку, але й визначити «вузькі місця», в яких аналізована банківська послуга може «програвати» порівняно з конкурентною. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на апробацію теоретичних розробок та формування системи заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності для конкретного банку на вітчизняному ринку банківських послуг.

1. *Основы маркетинга* / [Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В.] ; пер с англ. ; 2-е европ. изд. – К. ; М. ; СПб. : Издат. дом «Вильямс», 1998. – 1056 с.
2. *Эванс Дж. Р. Маркетинг* / Дж. Р. Эванс, Б. Берман; Пер. с англ. – М. : Экономика, 1993. – 335 с.
3. *Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг* ; пер. с англ. ; под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с.
4. *Дихтль Е. Практический маркетинг: учеб. пособие* / Е. Дихтль, Х. Хершген ; пер. с нем. А. М. Макарова ; под ред. И. С. Минко. – М. : Высш. шк. ИНФРА – М., 1996. – 256 с.

5. Лютий І. О. Банківський маркетинг : підручн. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.
6. Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком : монографія ; за ред. д.е.н., професора С. М. Ілляшенка. – Суми : Друкарський дім «Папірус», 2011. – 664 с.

Отримано 25.07.2012 р.

С. В. Леонов, М. Г. Олещук

Оценка конкурентоспособности кредитных услуг банков для юридических лиц

В статье определен механизм оценки конкурентоспособности кредитных услуг банков для юридических лиц на основе сопоставления конкурентных уровней расходов, которые потребитель понесет при покупке банковских услуг в различных банках. Исследованы факторы, влияющие на конкурентоспособность кредитных банковских услуг, предоставленных юридическим лицам. Предложено графическое определение конкурентных преимуществ между анализируемой и конкурентной банковской услугой.

Ключевые слова: конкурентоспособность, банковские услуги, оценка, сопутствующие расходы, прямые конкуренты, потенциальные конкуренты.

S. V. Lyeonov, M. G. Oleshchuk

Evaluation of the competitiveness of banks lending services for legal entities

The article outlines the mechanism for evaluating the competitiveness of banks lending services for legal entities on the basis of comparison of the competitive level of costs that consumers incur when buying banking services in different banks. The factors affecting the competitiveness of credit banking services to legal entities. A graphical definition of competitive advantages between the analysed and competitive banking services.

Keywords: competitiveness, banking services, assessment, associated costs, direct competitors, potential competitors.