

УДК 336.7

О. В. Крухмаль,
к. е. н., доцент кафедри банківської справи ДВНЗ «УАБС НБУ», м. Суми
О. А. Барановська,
фахівець по роботі з клієнтами ПАТ «Дельта банк», м. Суми

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКУ ТА БАНКІВСЬКОГО ПРОДУКТУ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА ОЦІНКА

О. V. Krukhal, *PhD, associate professor of the department of banking UABS NBU, Sumy*
О. A. Baranovska, *specialist to work with clients JSC «Delta Bank», Sumy*

THE COMPETITIVENESS OF BANK'S AND PRODUCTS: THE INFLUENCE FACTORS AND ASSESSMENT

В статті розглянуті особливості конкурентоспроможності банків. Зокрема проаналізовано сутність підходів до визначення конкурентоспроможності банку. Також було визначено фактори, що впливають на конкурентоспроможність банку та зазначені найбільш впливові з них. Наведені можливі засоби для оцінки рівня конкурентоспроможності банку. В статті також були визначені банки з найбільш високим рівнем конкурентоспроможності, а також можливі засоби підвищення рівня конкурентоспроможності для банків.

The article deals with features of the competitiveness of banks. The essence of particular approaches to determining the competitiveness of the bank. It was also the factors affecting the competitiveness of the bank and listed the most influential of them. There are potential tools for evaluation of the bank. The article also identified banks with the highest level of competitiveness, and possible means of improving the competitiveness of banks.

Ключові слова: конкурентоспроможність банку, конкурентоспроможність банківського продукту, ціна, якість, конкуренція.

Keywords: the competitiveness of banks, the competitiveness of bank's products, price, quality, competition.

Вступ. Конкуренція є рушійною силою будь-якої економіки та сфери бізнесу. Особливо масштабною та виснажливою є конкуренція серед банківського бізнесу. Тенденцію щодо посилення конкуренції можна побачити і серед українських банків, які ведуть боротьбу за кожного клієнта на шляху до панування на ринку банківських послуг. Така боротьба значною мірою визначається рівнем конкурентоспроможності кожного окремого банку. Саме тому проблема управління конкурентоспроможністю банку є такою важливою. В науковій літературі дане питання залишається вивченим не повною мірою, зокрема, сама природа та фактори впливу на рівень конкурентоспроможності банку. Отже, в таких умовах важливим є визначення сутності конкурентоспроможності та факторів впливу на неї.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження підходів до управління конкурентоспроможністю банків викладені в наукових працях: Ткачука В. О., Тігіпка С.Л., Качурина А.А., Касьянова Н.В., Гірченка Т. Д., Заруби Ю.О., Коломиєць І. В. Крім того, проблеми оцінки конкурентоспроможності досліджувалися у роботах Мірошниченко О.В., Медведєва М.В., Колесова П.Ф. та інших.

Проте, незважаючи на численні дослідження та отримані наукові результати, залишаються не вирішеними деякі з питань, зокрема, залишається недостатньо дослідженим підхід до визначення сутності конкурентоспроможності банку та інструментів її оцінки відповідно до факторів впливу на конкурентоспроможність банку. Внаслідок постійної зміни умов функціонування банків, існує потреба дослідження фактори впливу на конкурентоспроможність.

Метою нашого дослідження є систематизація підходів до визначення сутності понять конкурентоспроможність банку та конкурентоспроможність банківського продукту, систематизація факторів впливу на конкурентоспроможність банку, а також методів оцінки конкурентоспроможності банку.

Виклад основного матеріалу. Банківська конкуренція, що є основною рушійною силою ринку банківських продуктів, потребує ретельного дослідження сутності. На думку Ткачука В.О. банківську конкуренцію необхідно визначити як, суперництво між учасниками ринку банківських послуг, а він в свою чергу характеризується високим рівнем конкуренції [1].

Досліджуючи суть конкурентоспроможності банків необхідно відрізнити класичну конкуренцію товаровиробників від конкуренції між банківськими установами. Саме тому, доцільно виділити особливості банківської конкуренції [2]:

- об'єктом конкуренції є не товари, а банківські ресурси, які сформовано банком для здійснення операцій;

-банк на ринку може виступати, як продавець, так і покупець;

-виробництво і реалізація банківських та фінансових послуг, що надаються банками, можуть бути зосереджені в одному банку без залучення зовнішніх каналів збуту;

-діяльність банків та їх установ суворо регулюється НБУ;

- конкурентна боротьба відбувається не лише між банківськими установами, а й між банківськими та небанківськими фінансовими установами.

Сутність банківської конкуренції відображається в найбільш важливій характеристиці банківської послуги на ринку – в її конкурентоспроможності [3].

Конкурентоспроможність банку є ключовим показником у визначенні рівня його ефективності. Та, не зважаючи, на важливість даного поняття, серед наукової думки не існує єдиного судження, щодо визначення сутності даного поняття. Серед науковців відсутнє єдине чітке економічне тлумачення зазначеного терміну, що в свою чергу призводить до появи суперечностей в аналізі та управлінні конкурентоспроможністю банківських установ. Науковці розглядають конкурентоспроможність банків по різному, зокрема, на рисунку 1 відображено основні підходи до визначення сутності цього поняття.



Рис. 1. Сутність конкурентоспроможності банку [4]

З погляду Мірошніченко О.В. рівень конкурентоспроможності банку відображає успішність його функціонування в процесі набуття, утримання та розширення ринкових позицій, що передбачає здатність банківської установи забезпечувати відповідність власних послуг запитам споживачів та протистояти негативному впливу зовнішнього середовища [5].

Крім того, в економічній літературі сутність категорії «конкурентоспроможність» часто розглядається через такі категорії, як «конкурентна перевага», «конкурентний статус», «конкурентна позиція» та «конкурентний потенціал». З метою визначення інструментів оцінки та обґрунтування методів управління конкурентоспроможністю банку була встановлена ієрархія зазначених понять [6]. Взаємозв'язок даних категорій відображено на рисунку 2.

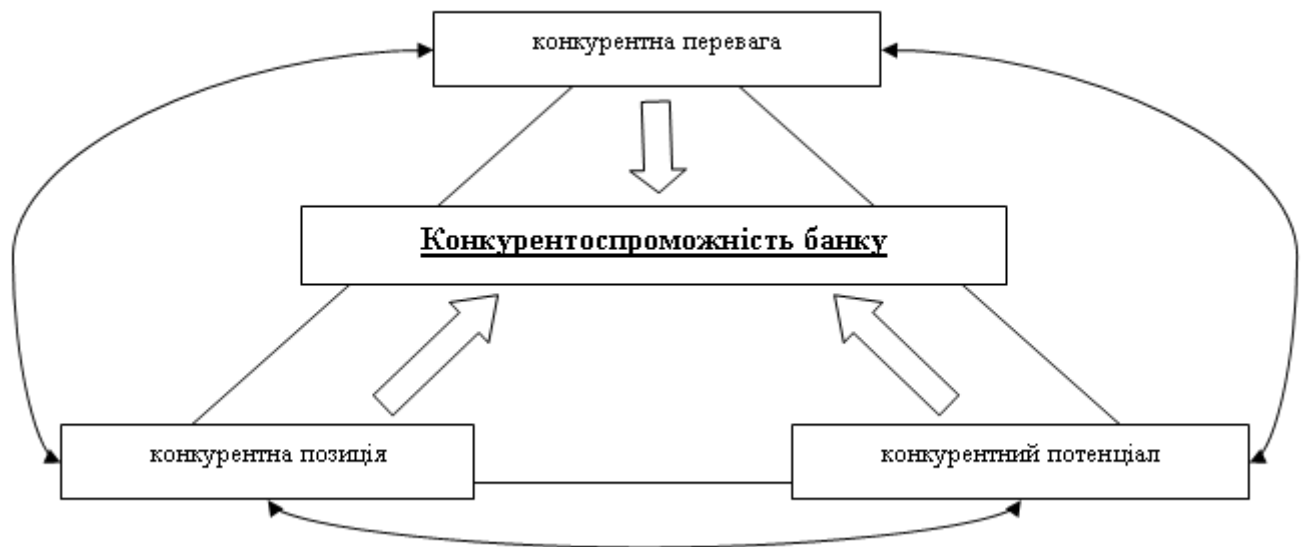


Рис. 2. Ієрархія категорій конкурентоспроможності

В процесі вивчення та оцінки конкурентоспроможності банку, необхідним є не лише розуміння сутності та природи даного поняття, але й обов'язкове вивчення факторів, що впливають або ж якоюсь мірою можуть вплинути.

Більшість науковців поділяють фактори на внутрішні та зовнішні. При цьому, можна констатувати, що існує два протилежні погляди щодо впливу факторів на конкурентоспроможність банку. Деякі дослідники вважають, що у визначенні конкурентоспроможності банку вирішальна роль належить екзогенним факторам. Інші ж стверджують, що з погляду підтримки та підвищення конкурентоспроможності саме фактори внутрішнього середовища банку найвагоміші, оскільки є об'єктом активного впливу з його боку. Протиставляти внутрішні та зовнішні фактори впливу на діяльність банків недоцільно та помилково. Головними зовнішніми факторами, які впливають на конкурентний клімат галузі та конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, М.Портер назвав силами конкуренції. Для того, щоб зберегти або підвищити конкурентоспроможність банку необхідно враховувати ці фактори та постійно спостерігати за зміною ситуації на ринку. На рисунку 3 наведені фактори конкурентоспроможності банку[5].

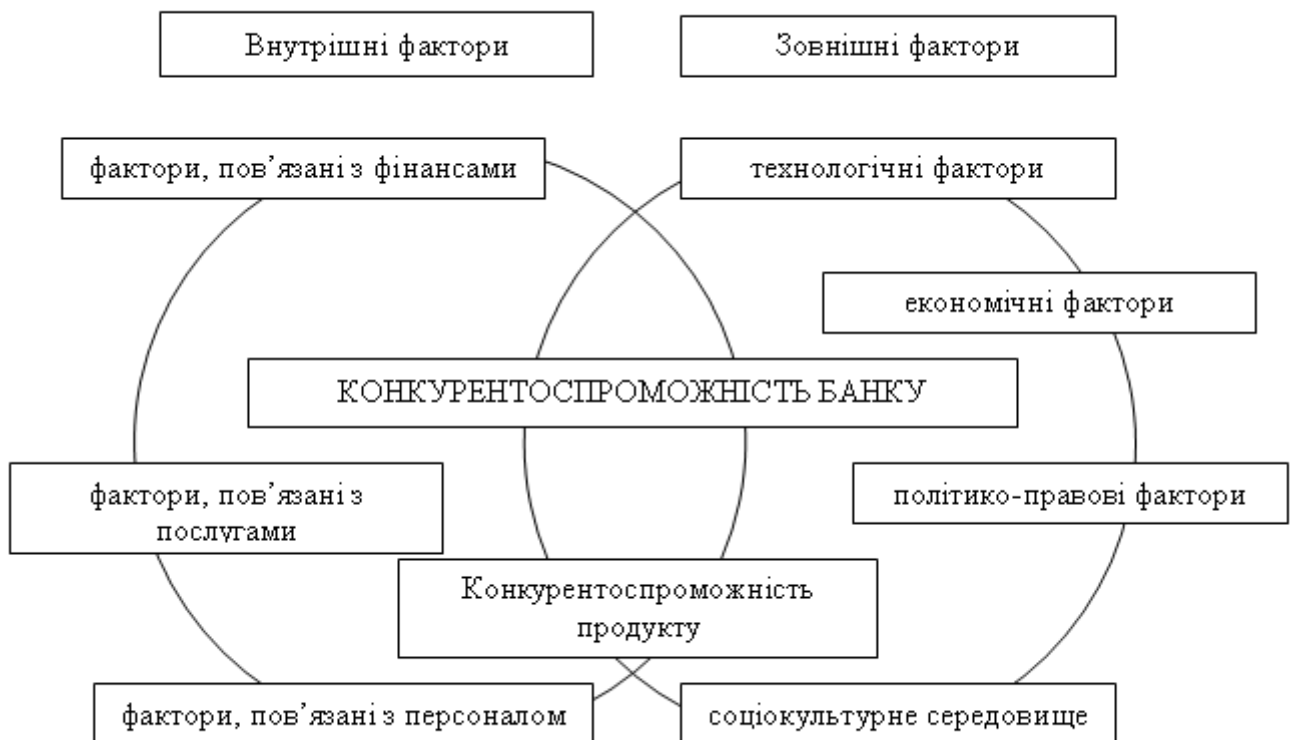


Рис. 3. Фактори впливу на конкурентоспроможність банку

З іншого боку, у роботі Гірченко Т.Д. запропоновано групувати фактори за суб'єктами ринку, діяльність яких створює умови для конкуренції, наступним шляхом [4]:

- держава та державна конкурентна стратегія;
- банки, які вступають на ринок та загострюють конкуренцію;
- споживачі банківських послуг, які впливають на банки;
- постачальники фінансового капіталу на галузевому ринку;
- дія субститутів банківських продуктів, які займають частину галузевого ринку;
- безпосередньо фінансові організації.

Основним в процесі управління конкурентоспроможністю банку є і оцінка рівня даного показника, який є основним щодо визначення інструментів управління рівнем конкурентоспроможності банку.

Найбільш поширеними у світовій практиці методами оцінки конкурентоспроможності банку є [7] RATE, CAMELS, Sheshukoff Bank, метод «інформаційного спостереження», метод банківського скорингу.

Методика RATE за своєю суттю являє собою рейтингову оцінку банків. Що дозволяє ранжувати їх та виявити найбільш конкурентоспроможний банк. Щодо методики CAMELS, то методика аналізу являє собою стандартизовані вимоги до банків та є доволі ефективним методом, та все ж має яскраво виражені недоліки в методичних аспектах, а саме низький рівень формалізації, сильну залежність від об'єктивності і компетенції аналітиків та інше. Метод «інформаційного спостереження» є також рейтингом банків – це система оцінки їх діяльності, яка заснована на агрегованих показниках і характеристиках. Такий рейтинг допомагає ранжувати банки за їх місцем серед інших кредитних інститутів. Метод банківського скорингу передбачає побудову скорингових систем базуючись на показниках. Кожен з зазначених методів має, як свої переваги так і недоліки. Саме тому для найбільш точних результатів доцільно також застосовувати декілька методик.

До ефективних методів оцінки конкурентоспроможності банку можна віднести і побудову кредитних рейтингів. Така система пропонує інвестору інформацію про ризикованість вкладень в такий банк. З іншого ж боку для банку цей рейтинг впливає на доступність до капіталу, а також визначає його вартість [8].

Українські вчені пропонують ряд різних методик основні з яких є методики інтегральної оцінки конкурентоспроможності банку, зокрема методика Коломієць І.В. базується на аналізі активів, капіталу та фінансовому результаті банків. Характерними рисами є простота, доступність інформації для розрахунку та оперативність розрахунків.

В процесі оцінки рівня конкурентоспроможності банку є особливо важливим визначення факторів впливу та ступеня їх впливу на конкурентоспроможність банку.

Зокрема у роботі Коломієць І.В. запропоновано оцінку рівня конкурентоспроможності виходячи з впливу наступних факторів [9]:

- рівень надійності банку;
- розмір активів банку;
- розмір капіталу;
- фінансовий результат діяльності банку.

Відповідно кожен з показників має свою вагомість у загальному показникові.

В таблиці 1 відображено порівняльну характеристику банків за рівнем конкурентоспроможності, що визначено за даною методикою. Також можна побачити, що банки з найбільшим рівнем конкурентоспроможності мають і показники вищі за ті, що у інших банків.

Проте, слід зазначити і притаманні даній методиці недоліки. Через свою простоту дана метода не враховує повною мірою всіх факторів впливу на результуючий показник, саме тому у випадку використання цієї методики банком доцільним є додаткове використання і іншої методики з метою отримання найбільш об'єктивного результату досліджень.

Таблиця 1.
Характеристика банків 1-ї групи за рівнем їх конкурентоспроможності

Банки	Характеристики				
	Оцінка конкурентоспроможності банку	Частка в активах банківської системи, %	Частка в прибутку банківської системи	Частка в витратах банківської системи	Кредити та заборгованість клієнтів
ПРИВАТБАНК	1,49325	26,1	60,6	23,8	142 548 092
ОЩАДБАНК	1,71437	12,6	22,0	12,1	51 546 229
УКРЕКСІМБАНК	1,68120	11,5	6,4	9,3	42 273 618
ДЕЛЬТА БАНК	0,98923	6,7	9,8	7,9	40 109 664
РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	1,67337	5,3	23,6	6,9	27 046 847
УКРСОЦБАНК	1,30649	5,2	0,4	5,3	27 374 530
ПРОМІНВЕСТБАНК	1,16056	4,8	-83,3	7,1	28 400 116
СБЕРБАНК РОСІЇ	1,65622	4,3	18,5	3,5	25 912 040

ПЕРШИЙ УКР.МІЖНАРОДНИЙ БАНК	1,65002	4,0	14,4	4,0	19 898 099
"НАДРА"	0,96435	3,8	0,1	2,7	25 031 906
АЛЬФА-БАНК	1,29444	3,6	0,4	4,6	20 228 134
БАНК ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	1,28953	3,1	0,2	3,1	20 248 062
ВТБ БАНК	1,28017	3,1	-6,3	4,3	18 688 420
УКРСИББАНК	0,96068	2,9	0,8	3,5	14 601 718
УКРГАЗБАНК	1,67614	2,9	32,4	1,8	10 257 721

Слід зазначити, що одним з найбільш вагомих факторів впливу на конкурентоспроможність банку є рівень конкурентоспроможності банківського продукту. Саме цей фактор визначатиме місце банку на ринку.

Під конкурентоспроможністю банківського продукту треба розуміти його здатність конкурувати з подібними продуктами на ринку. Конкурентоспроможність банківського продукту не можна розглядати як характеристику окремих напрямків діяльності банку, отже дане поняття є комплексним поняттям. Цей комплекс несе в собі набір відмінних характеристик, які і можуть надати продукту здатність конкурувати з іншими на ринку. Основними факторами впливу на конкурентоспроможність банківського продукту також можна вважати ціну та якість продуктів, які банк пропонує своїм клієнтам [10].

Схему складових елементів конкурентоспроможності банківського продукту зображено на рисунку 4.

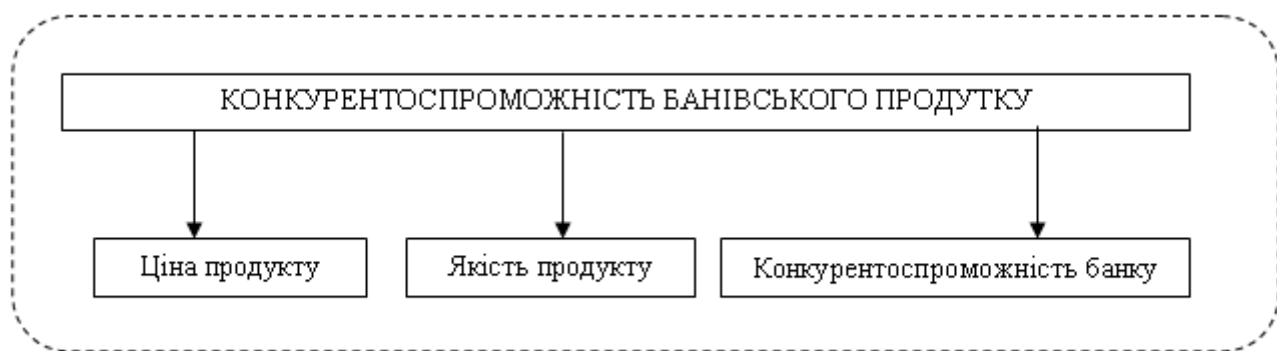


Рис. 4. Складові елементи конкурентоспроможності банківських продуктів

Для підтримки рівня конкурентоспроможності банківських продуктів на певному рівні необхідно розуміти, якою є його конкурентоспроможність у порівнянні з іншими продуктами на ринку. Для реалізації даної мети важливим є надання кількісної характеристики рівню конкурентоспроможності.

На сьогоднішній день не існує єдиної методики розрахунку рівня конкурентоспроможності банківських продуктів. Аналіз наукових праць з приводу оцінки конкурентоспроможності дозволяє зробити висновок про недостатню дослідженість проблеми оцінки конкурентоспроможності банку. Існує безліч методик, щодо оцінки конкурентоспроможності продуктів підприємств, проте доволі проблематичним є вибір адекватної моделі оцінки конкурентоспроможності банківських продуктів. Основною причиною є те, що ринок банківських продуктів значною мірою відрізняється від інших, як і сама банківська установа від звичайних підприємств.

Сукупність існуючих методик можна поділити на наступні групи [11]: кількісні, графічні, комбіновані.

Кожна група має як недоліки так і переваги. Проте як одну з основних проблем оцінки з використанням будь-якої методики є необхідність оцінки якісних параметрів, які, зокрема, можна оцінити лише за допомогою експертної оцінки, що вносить свій суб'єктивний вплив в результати.

Для розрахунку інтегрального показника доцільно визначити групові та індивідуальні показники конкурентоспроможності банківських продуктів. Зважаючи на те, що в практиці існує велика кількість інтегральних показників, розрахунок яких є подібним, то в даному дослідженні було використано метод розрахунку інтегральних показників, запропонований О.О. Солодка [12]. Подібні до даної методики пропонуються такими науковцями, як А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд, Є.П. Голубков та іншими.

Перевагою цього підходу є те, що під час розрахунку враховується важливість одиничних показників конкурентоспроможності, що надає показнику можливість найбільш точно описати реальний рівень конкурентоспроможності.

Недоліком інтегрального методу є те, що він не дає можливості оцінити конкурентоспроможність банку за різними групами показників і надає лише узагальнену оцінку рівня конкурентоспроможності. Оцінка конкурентоспроможності здійснюється в декілька етапів (табл. 2).

Таблиця 2.

Характеристика етапів оцінки конкурентоспроможності банківських продуктів

Етап	Характеристика
Перший етап	обирають базу для порівняння, тобто обирається базовий зразок
Другий етап	обирають найбільш вагомими для клієнта одиничні характеристики продукту, тобто

	обирають індивідуальні або ж одиничні показники відповідно до характеристик продукту
Третій етап	для кожного показника конкурентоспроможності розраховують одиничний індекс конкурентоспроможності
Четвертий етап	в середині кожної групи індивідуальних показників роблять ранжування відповідно до ступеня вагомості для клієнта і відповідно до цього привласнюють вагу
П'ятий етап	розраховують групові параметри індексів за якісними та економічними показниками
Шостий етап	розраховують інтегральний показник конкурентоспроможності банківського продукту

Наступним кроком є ранжування одиничних показників залежно від їх значущості для клієнта, відповідно до цього кожному показнику привласнюють вагу. Для усіх присвоєних вагових коефіцієнтів справедлива рівність зазначена у формулі 1 [12].

$$\sum_{i=1}^n a_{1i} = \sum_{j=1}^m a_{2j} = 1 \quad (1)$$

де, n – кількість одиничних якісних показників конкурентоспроможності;
 m – кількість одиничних економічних показників;

a_{1i}
– вагомість одиничного показника для якісних показників;

a_{2j}
– вагомість одиничних показників для економічних характеристик

Далі розраховують параметричний індекс для усіх груп показників за формулою 2 [12].

$$Q_1 = \sum_{i=1}^n q_{1i} \cdot a_{1i}; \quad Q_2 = \sum_{j=1}^m q_{2j} \cdot a_{2j} \quad (2)$$

де, Q_1
– груповий параметричний індекс для якісних показників конкурентоспроможності банківського продукту;

Q_2
– груповий параметричний індекс для економічних показників конкурентоспроможності банківського продукту;

q_{1i}
– одиничний індекс для якісних показників;

q_{2j}
– одиничний індекс для економічних показників.

Основним недоліком різних видів оцінки є те, що вони дозволяють оцінити лише окремо якісні, або кількісні показники, що є зовсім недоцільним у випадку оцінки конкурентоспроможності банківських продуктів. За оцінкою конкурентоспроможності банківських продуктів можна зробити висновок про те, як саме продукт сприймається ринком і чи доцільним є його просування в майбутньому. Отже, така оцінка повинна бути якомога точнішою.

В даному випадку на наш погляд доцільним є використання в процес оцінки ієрархій критеріїв, які і будуть визначати показник конкурентоспроможності банківських продуктів.

Причому основною з переваг ієрархій є те, що побудувати її можна, як для кожного окремого специфічного продукту, так і для цілого продуктового ряду поєднавши їх за схожими критеріями.

Нами було запропоновано здійснювати оцінку кредитних продуктів за допомогою наступної ієрархії, що зображена на рисунку 5.

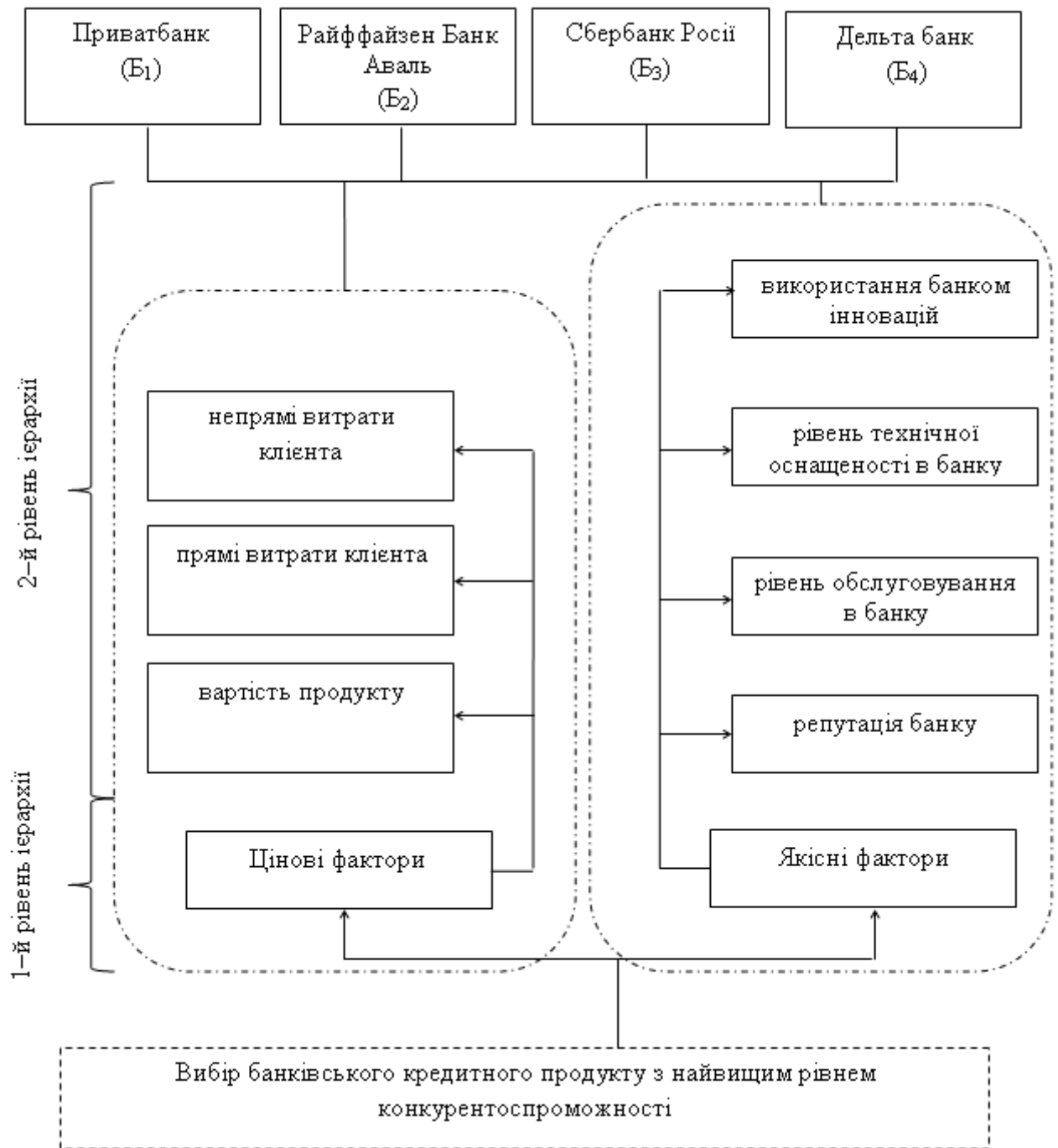


Рис. 5. Ієрархія критеріїв вибору кредитного банківського продукту з найвищим рівнем конкурентоспроможності

Ієрархію можна побудувати використовуючи деревоподібну форму або ж мережеву форму. Її будують починаючи з узагальнюючої групи факторів впливу, а потім подальшу деталізацію факторів. Відповідно побудова починається з цілей дослідження, яке здійснюється через проміжні критерії.

Після побудови ієрархії навколо цілі дослідження відбувається встановлення пріоритетів показників і кожна з альтернатив оцінюється за критеріями. Для кожної вершини здійснюють оцінку вагових коефіцієнтів визначаючи міру їх значущості.

За допомогою ієрархій факторів впливу, можна здійснити чітке формування факторів від найбільш узагальнених до найбільш розширених та таких, які охоплюють дуже малі сегменти впливу. Таким чином, за допомогою ієрархії критеріїв можна побудувати найбільш точну систему факторів, що впливають на показник конкурентоспроможності банківських продуктів.

В даній роботі ми пропонуємо використовувати оцінку конкурентоспроможності банківських продуктів за допомогою побудови ієрархій критеріїв, причому здійснювати їх оцінку можна декількома методами, але на наш погляд найбільш доцільним є використання методики запропонованої та обґрунтованої математиком Томасом Сааті [13].

Сутність його підходу полягає в аналізі ієрархій, що будуються щодо певного об'єкта через попарне порівняння відповідно до можливого вибору.

В узагальненому вигляді методику Т. Сааті можна представити у декілька етапів [13]:

1-й етап – побудова ієрархії, яка обов’язково повинна містити ціль побудови, та критерії вибору альтернатив, або ж перелік факторів впливу на вибір;

2-й етап – побудова матриці попарних порівнянь критеріїв вибору, та з’ясування значимості одного критерію у порівнянні з іншим, а згодом надання такому порівнянню певного числового значення, яке обирають відповідно до шкали розробленої Т. Сааті;

3-й етап – нормування отриманої матриці з метою визначення вагомості кожного критерію;

4-й етап – попарне порівняння кожної з альтернатив відповідно до певного критерію, обсяг матриць попарних порівнянь буде співпадати з кількістю критеріїв вибору;

5-й етап – ранжування альтернатив, для чого нормовану матрицю попарних порівнянь множать на матрицю значимості критеріїв і отримують коефіцієнти для кожної з альтернатив.

До ієрархії ми віднесли фактори впливу за двома групами, це цінові фактори, та фактори якості. Кожну групу факторів деталізовано та зазначено найбільш впливові фактори. За результатами розрахунку обирають найбільш конкурентоспроможний продукт.

Альтернативами вибору є банки ПАТ «Приватбанк», ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «Сбербанк Росії», ПАТ «Дельтабанк».

Для здійснення оцінки рівня конкурентоспроможності важливим завданням є вибір альтернатив. Для вибору банків як альтернативних нами було проведено попередній аналіз, який дозволяє за допомогою лише експертного аналізу визначити банк, який пропонує найбільш конкурентоспроможний продукт. Саме ці банки відповідно до результатів попереднього аналізу, проведеного з використанням матриці «Ціна-якість», є банками, що пропонують найбільш конкурентоспроможні продукти.

Для здійснення даного аналізу нами було використано 9-ти бальну шкалу, запропоновану Т. Сааті.

Далі нами було побудовано матрицю для попарної оцінки продуктів за критеріями 1-го порядку, а саме за ціною та за якістю.

Результати проведеного аналізу зазначені в таблиці 3.

Таблиця 3.

Оцінка характеристик за напрямками критеріїв 1-го порядку

	Якісні характеристики	Цінові характеристики	Вектор пріоритетів	Нормований вектор
Якісні характеристики	1	0,14	0,38	0,13
Цінові характеристики	7	1	2,65	0,88
$L_{max} = 2,00$ ИС = 0,00 ОС = 0,00				

Для оцінки сумісності матриць розраховують відношення узгодженості елементів матриці, яке позначають, як ОС. Отримана фактична величина в ідеальному вигляді не повинна перевищувати 10 %, в деяких випадках дозволяється не більше 20 %.

Аналогічні розрахунки необхідно проводити для кожної з матриць попарних порівнянь. Зважаючи на те, що жодна матриця не мала значення ОС, яке б перевищувало 10 %, тоді у матрицях збережено логічних суджень.

Оцінивши характеристики за групою факторів ціни, ми отримали результати, що представлені в таблиці 4.

Таблиця 4.

Оцінка характеристик за напрямками цінових факторів 2-го порядку

	Вартість кредитного продукту	Прямі витрати клієнта	Непрямі витрати клієнта	Вектор пріоритетів	Нормований вектор
Вартість кредитного продукту	1	5	9	3,56	0,75
Прямі витрати клієнта	0,2	1	3	0,84	0,18
Непрямі витрати клієнта	0,11	0,33	1	0,33	0,07
$L_{max} = 3,029064$ ИС = 0,014532 ОС = 0,025055					

Аналіз критеріїв у розрізі якісних параметрів 2-го рівня ієрархії представлений в таблиці 5.

Таблиця 5.

Оцінка характеристик за якісними параметрами 2-го порядку

	Репутація банку	Рівень обслуговування в банку	Технічна оснащеність банку	Використання банком інновацій у своїй діяльності	Вектор пріоритетів	Нормований вектор

Репутація банку	1	3	5	9	3,41	0,56
Рівень обслуговування в банку	0,33	1	3	5	1,50	0,25
Технічна оснащеність банку	0,33	0,33	1	4	0,82	0,14
Використання банком інновацій у своїй діяльності	0,2	0,2	0,25	1	0,32	0,05
$L_{max} = 4,423365$ $IS = 0,141122$ $OS = 0,156802$						

Отримані в ході оцінки результати зображені в таблиці 6. З таблиці 6 видно, що в результаті оцінки конкурентоспроможності банківських продуктів найвищу оцінку отримав продукт банку ПАТ «Райффайзен Банк Аваль», також високу оцінку має і ПАТ «Приватбанк». Інші банки, що приймали участь в аналізі мають меншу оцінку.

Таблиця 6.
Рівень конкурентоспроможності банківських кредитних продуктів

Банк	Оцінка рівня конкурентоспроможності продукту
ПАТ «Приватбанк»	0,205
ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»	0,488
ПАТ «Сбербанк Росії»	0,183
ПАТ «Дельтабанк»	0,125

Таким чином, даний метод може використовуватись з метою оцінки рівня конкурентоспроможності банківських продуктів, що дозволить врахувати максимальну кількість факторів, які і формують показник конкурентоспроможності банківських продуктів.

Завершальним етапом управління конкурентоспроможністю банку є вирішення напрямків змін, які необхідно здійснити з метою підвищення рівня конкурентоспроможності банку.

Загальноприйнятим є підвищення конкурентоспроможності шляхом змін за напрямками:

- впровадження функціонуючої системи управління ризиками;
- постійне розширення сітки структурних підрозділів і додаткових офісів;
- підвищення конкурентоспроможності банку на ринку послуг;
- розвиток роздрібного бізнесу;

-постійний розвиток іпотечного кредитування, враховуючи соціальну значимість і перспективність даного спрямування;

-використання сучасних банківських технологій, що зможуть забезпечити безпеку та надійність інформаційних систем;

-розробка і ідеалізація нової ідеології роботи з клієнтами, що базується на використанні стандартних технологій з індивідуальним підходом до кожного клієнта;

- пошук ефективних шляхів роботи з клієнтами та підвищення якості обслуговування.

Висновки. Таким чином, конкурентоспроможність банку є показником, що характеризує ефективність роботи банку. Саме тому доцільним є моніторинг даного показника та впровадження у випадку його зменшення певних заходів з приводу підвищення ефективності роботи банку. В першу чергу в процесі оцінки необхідним є визначення сутності даного поняття. Також необхідним є визначення факторів впливу, які зазвичай групують за певними напрямками. Фактори можуть впливати на рівень конкурентоспроможності, як на макrorівні так і на мікрорівні, що є доволі важливим фактом в процесі визначення найбільш впливових факторів. Далі необхідним є обрати метод оцінки та інструмент. Відповідно до цього в процесі оцінки визначають вплив факторів на величину показника. В результаті відповідно до факторів впливу здійснюють управління рівнем конкурентоспроможності банку.

Література.

- 1.Ткачук В. О. Маркетинг в банку / В. О. Ткачук. – Тернополь: «Синтез-Полиграф», 2006. – 225 с.
- 2.Тігіпко С.Л. Конкурентоспроможна банківська система: можливості досягнення та забезпечення в Україні / С.Л. Тігіпко // Банківська справа (укр.). - 2005. - № 2. - С.63-71
- 3.Качурина А.А., Касьянова Н.В. Оценка уровня конкурентоспособности коммерческого банка на основе системно-динамического подхода / А.А. Качурина,Н.В. Касьянова // «Культура народов Причерноморья» / Материалы международной научной конференции«Столыпинские чтения. Экономика, политика, культура в контексте столыпинских реформ». — Симферополь, — 2013.
- 4.Гірченко Т. Д. Стратегія конкурентоспроможності банків в умовах активізації розвитку ринку банківських послуг / Т.Д. Гірченко // Регіональна економіка (укр.). - 2003. - № 4. - С.122-127.
- 5.Мірошніченко, О. В. Методи оцінки конкурентоспроможності банку / О. В. Мірошніченко // Економіка Крима. –2009. – № 28. – С. 42–47.
- 6.Медведев М.В. Сутність конкурентоспроможності банку / М.В. Медведев // Управління розвитком. - 2013. - №12. - С. 38 - 39
- 7.Колесов П. Ф. Модель оценки конкурентоспособности коммерческого банка / П. Ф. Колесов // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, апрель 2012 г.). - СПб.: Реноме, 2012. - С. 77-81.
- 8.Заруба, Ю.О. Конкурентоспроможність комерційного банку / Ю.О. Заруба // Фінанси України (укр.). - 2001. - - № 2. - С.119-125.

9. Коломиєц І. В. Моделі оцінки конкурентноспособності банку / І. В. Коломиєц // Управління розвитком. - 2012. - № 19(140). - С. 52-54.

10. Экономическая ценность как фактор влияния на конкурентоспособность цен на банковские продукты [Электронный ресурс] / 8cent. – Режим доступа :<http://8cent-emails.com/jekonomicheskaja-cennost-kak-faktor-vlijanija-na-konkurentosposobnost-cen-na-bankovskie-produkty/>.

11. Лютий І.О. Банківський маркетинг [Текст] : підручн. для студ. вищ. навч. закл. / І. О. Лютий, О.О. Солодка – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 776 с.

12. Павленко, Л. Ціноутворення на процентні банківські продукти як основа економічного розвитку та ефективного функціонування банків / Л. Павленко, Криклій О. // Теоретико-методичні засади прискорення процесів соціально-економічного розвитку регіону : колективна монографія / За заг. ред. П. І. Сокурєнка. – Кременчук : ПП Щербатих, 2013. –С. 329-330, 338.

13. Павленко, Л. Д. Оцінка собівартості продукту в системі банківського ціноутворення / Л. Д. Павленко, О. А. Криклій, Н. Г. Маслак // Вісник соціально-економічних досліджень Одеського національного університету, 2012. – № 3 (46) – С. 177-180.

References.

1. Tkachuk, V.O. (2006), *Marketing v banke* [Marketing in bank] Syntez-Polygraf, Ternopol', Ukraine.
2. Tigipko, S.L. (2005), "Competitive Banking System: the possibility . of achieving and securing in Ukraine", *Bankivs'ka sprava* (ukr.), vol. 2, pp. 63-71.
3. Kachuryana A.A. and Kas'janova N.V (2013), "Assessing the level of competitiveness of a commercial bank based on system-dynamic approach", *Kul'tura narodov Prichernomor'ja* [Culture of the peoples Black Sea], Mezhdunarodnaja nauchnaja konferencija Stolypinskie chtenija. Jekonomika, politika, kul'tura v kontekste stolypinskih reform [International scientific conference "Stolypin reading. Economics, politics and culture in the context of the Stolypin reforms"], Simferopol', Ukraine.
4. Girchenko, T. D. (2003), "Strategy competitiveness of banks in terms of activation of the banking market", *Regional'na ekonomika* (ukr.), vol. 4, pp. 122-127.
5. Miroshnychenko, O. V. (2009) "Methods for assessing the competitiveness of the bank", *Ekonomika Krymu*, vol. 28, pp. 42-47.
6. Medvedev M.V. (2013) "The essence of competitiveness of the bank", *Upravlinnja rozvytkom*, vol. 12, pp. 38-39.
7. Kolesov P. F. (2012), "Model evaluation of the competitiveness of the commercial bank", *Problemy i perspektivy jekonomiki i upravlenija* [Problems and prospects of Economics and Management], Mezhdunarodnaja nauchnaja konferencij [International scientific conference], Sankt-Peterburg, Rossija, aprel' 2012 g, pp. 77-81.
8. Zaruba, Ju.O. (2001), "The competitiveness of commercial banks", *Finansy Ukrai'ny*(ukr.), vol. 2, pp.119-125.
9. Kolomiec I. V. (2012), "Competitiveness assessment model bank", *Upravlinnja rozvytkom*, vol. 19(140), pp. 52-54.
10. Economic value as a factor of influence on competitive prices for banking products [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://8cent-emails.com/jekonomicheskaja-cennost-kak-faktor-vlijanija-na-konkurentosposobnost-cen-na-bankovskie-produkty/>.
11. Ljutij I.O. (2009), *Bankivs'kyj marketing* [Bank marketing] Centr uchbovoi' literatury, Kyiv.
12. Pavlenko, L.D. and Krykljij O.A. (2013) *Teoretyko-metodychni zasady pryskorennja procesiv social'no-ekonomichnogo rozvytku region* [Teoretyko-metodychni zasady pryskorennja procesiv social'no-ekonomichnogo rozvytku region], PP Shherbatyh, Kremenчук, Ukraine.
13. Pavlenko, L.D. (2012), "Estimation of product costs in the banking system pricing", *Visnyk social'no-ekonomichnyh doslidzhen' Odes'kogo nacional'nogo universytetu*, vol. 3(46), pp. 177-180.

Стаття надійшла до редакції 16.05.2014 р.