ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ

***О.І. Білик**, Львівський банківський інститут*

Останнім часом все частіше піднімається питання розширення обсягів і спектра банківських продуктів, а також послуг для реального сектора економіки та населення. Разом із тим, практично всі ці дослідження присвячені аналізу заощаджень приватних господарств або ринку банківських послуг загалом. На жаль, приклади досліджень ринку банківських послуг для фізичних осіб трапляються нечасто.

За період становлення банківської системи України були розроблені та впроваджені банківські продукти та послуги для юридичних і фізичних осіб, які притаманні ринковій економіці. Переважна частина цих продуктів, як з точки зору обсягів, так і з точки зору асортименту, належать до операцій кредитування. На кінець 2003 р. питома вага процентних доходів банків від кредитування становила близько 60 % від загальної суми доходів банківської діяльності.

Разом із цим спектр та обсяги послуг, що надаються банками фізичним особам, залишаються досить обмеженими – тоді як сучасні умови господарювання вимагають нових форм та методів банківської підтримки.

Вивчення фінансової літератури дає підставу зробити висновок, що фінансова система в цілому, і банківський сектор зокрема, є ключовим елементом сучасної ринкової економіки. Поява нових, більш гнучких з точки зору задоволення потреб клієнтури, депозитних продуктів розширює спектр банківських послуг та обсяги операцій на ринку фізичних осіб. Активізація споживчого кредитування дозволить банкам збільшити свої кредитні портфелі, а підприємцям збільшити обсяги продажів. Цей процес також призведе до активізації економіки в цілому.

Досліджуючи проблеми та перспективи розвитку ринку банківських послуг для фізичних осіб, насамперед слід уточнити терміни “банківська послуга” та “ринок банківських послуг”.

Банк, як будь-яке економічне підприємство, виробляє свій продукт, причому продукт носить вартісний характер [7, с. 169]. Фактично банківські продукти – це специфічний товар, який виробляється установами банків. Якщо розглядати банківські продукти під цим кутом зору, то товаром ми називаємо усе, що може задовольнити потребу і пропонується на ринку для привернення уваги, придбання, використання або споживання. До товарів належать не лише матеріальні речі. В цілому, до товарів можна віднести фізичні об’єкти, послуги, конкретні місця, організації, ідеї або їх поєднання [2, с. 243-244]. Крім того, в економічній літературі є визначення банківського продукту, коли прийнято говорити саме про продукцію банку *(bank product),* розуміючи під цим будь-яку банківську послугу чи операцію, здійснену банком.

Продуктом банку є грошова маса, послуги у вигляді надання кредитів, гарантій, консультацій тощо [5, с. 361]. Тобто продуктом банку служать платіжні кошти, які входять разом з кредитом у грошовий обіг, і певного роду послуги [5, с. 46]. Отже, банківською продукцією ми можемо назвати послуги, що надаються цими кредитними установами.

Специфіка ринку банківських послуг визначається особливостями банківської послуги. У США прийнято під банківською продукцією розуміти послугу або операцію, підприємницьку акцію, що спрямована на поліпшення умов бізнесу [1, с. 12]. Під банківськими послугами в концепції маркетингу розуміється велика різноманітність видів діяльності. Ф. Котлер визначає послугу як будь-який захід, діяльність або вигоду, яку одна зі сторін може запропонувати іншій стороні і які в основному не відчутні і не дають права оволодіння будь-чим. Виробництво послуг може бути пов'язане з товаром, а може бути і не пов'язане з його матеріально-речовим виглядом [8, с. 328]. Банківська послуга – це свого роду професійний інтелектуальний продукт, що створений на основі маркетингових досліджень потреб ринку з метою реалізації його на ринку та отримання прибутку. В економічній літературі існує визначення банківської послуги як "масової операції" [6, 9]. Французький економіст Жан Матук вважає банківською послугою задоволення фінансових потреб клієнта, виходячи з фінансових можливостей банку. Сильви де Куссорг розуміє під банківською послугою діяльність банку, що супроводжує основні банківські операції (наприклад, консультаційні, трастові тощо). Більшість західних вчених розуміють під поняттям "послуга" всі банківські операції.

На нашу думку, у своїй різноманітності банківська послуга лише мінімально може дорівнювати одній фінансовій операції, а найчастіше – включати десятки фінансових і допоміжних операцій у поєднанні із супутніми послугами.

На основі вивчення і аналізу зарубіжної та вітчизняної літератури можна зробити висновок, що єдиного підходу до визначення такого економічного терміна, як "банківські послуги", немає. Враховуючи специфіку функціонування банків на ринку, можна сказати, що банківські послуги – це визначена діяльність по просуванню банківського продукту від виробника (банку) до споживачів (клієнтів), яка пов'язана зі створенням оптимальних умов по залученню тимчасово вільних ресурсів і ефективному їх розміщенню з метою задоволення потреб клієнтів при проведенні банківських операцій та одержання банківського прибутку.

Банківські установи здійснюють різноманітні послуги, розробляють нові банківські продукти і здійснюють їх просування та розповсюдження на ринку, а також підтримують вже існуючі банківські продукти. Усю цю діяльність об'єднує те, що ми сьогодні називаємо ринком банківських послуг. Його існування є невіддільним результатом діяльності банків. Ринок – це сукупність потенційних та наявних покупців товару. Ці покупці мають спільні потреби та запити, які можна задовольнити шляхом обміну [2, с. 34]. Спочатку термін "ринок" означав місце, де продавці та покупці здійснювали

обмін своїми товарами. Спеціалісти з маркетингу розглядають продавців як представників виробництва, а покупців – як представників ринку [2, с. 34]. Економісти використовують термін "ринок", маючи на увазі сукупність продавців та покупців, які здійснюють операції з купівлі-продажу товарів певного типу. У фінансовій літературі під поняттям "ринок" розуміють сферу товарного обміну, де виникають і реалізуються відносини купівлі-продажу та здійснюється конкретна господарська діяльність щодо просування товарів і послуг від їх виробників до споживачів. Основними складовими ринкового механізму виступають попит, пропозиція і ціна.

Отже, ринком банківських послуг можна назвати сферу, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані зі створенням оптимальних умов по залученню тимчасово вільних ресурсів і ефективному їх розміщенню з метою задоволення потреб клієнтів при проведенні банківських операцій та одержання банківського прибутку.

Однією з тенденцій, яку можна виявити у політиці кожного банку, є чіткий поділ ринку банківських послуг на послуги для юридичних осіб та послуги для приватних клієнтів. І якщо донедавна велика увага приділялася першій групі клієнтів, то дедалі більше банків звертають свій погляд на ринок приватних господарств, де зосереджена значна частка грошової маси країни.

Сучасні банки, які активно працюють на ринку банківських послуг, характеризуються прискореним розвитком, постійним розширенням асортименту і якості послуг. При швидких темпах нарощення послуг у банків виникає ситуація нестачі фінансових ресурсів, що примушує їх звертатися до надання короткострокових і часто ризикових послуг. Для розвитку довгострокового кредитування вітчизняним банкам не вистачає вільних ресурсів та ефективних самоокупних програм. Тому довгострокове кредитування здійснюють в основному великі банки, які мають доступ до бюджетної статті "Фінансування капітальних вкладень" або до кредитних ліній Європейського банку реконструкції та розвитку під гарантію держави. З цього приводу постає питання підвищення ефективності роботи банків із фізичними особами, на руках у яких зосереджено значні ресурси, які знаходяться поза банківською і фінансовою системами у національній та іноземній валютах, у вигляді коштовностей та антикваріату. Їхня частка у загальному обсязі заощаджень в останні роки сягає 70-80 % [4, с. 34].

Наші громадяни з недовірою ставляться до сучасних банківських установ і значну частку своїх доходів витрачають на придбання товарів чи послуг (рис. 1).

Залучення заощаджень домогосподарств банківським сектором для фінансування інвестицій у виробничому секторі є проблематичним. З одного боку, громадяни вважають банківський сектор досить ризикованим, тому залучення коштів можливе лише під достатньо високі відсотки. Разом з тим, інвестування виробництва при недосконалому законодавстві та високому ризику неповернення кредиту потребує підвищення ставок за кредити. Таким

чином, кредит стає недоступним для переважної більшості підприємств, які неспроможні забезпечити достатній рівень прибутковості інвестицій.

Рис. 1. Структура витрат та заощаджень населення станом на 01.07.2003 р., % [3, с. 13]

Розвиток банківського обслуговування населення в Україні знаходиться під впливом протилежних економічних інтересів населення і банків. У розвинутих банківських системах створені механізми максимального узгодження цих інтересів. Для захисту інтересів вкладників створені ефективні механізми гарантування депозитів населення, а для захисту інтересів банків сформувалися могутні структури, що спеціалізуються на обслуговуванні населення, створюють особливу ощадну систему, яка забезпечує їм вигідність роздрібних депозитних операцій. Україна вже розпочала формування механізму, що захищатиме інтереси вкладників, створивши Фонд гарантування вкладів фізичних осіб.

Аналізуючи стан ринку банківських послуг в аспекті залучення коштів від фізичних осіб, можна сказати, що динаміка грошових вкладів населення за останні кілька років свідчить про зростання довіри громадян до банків і зацікавленість банкірів у збільшенні частки залучених коштів населення у своїх активах (рис. 2).

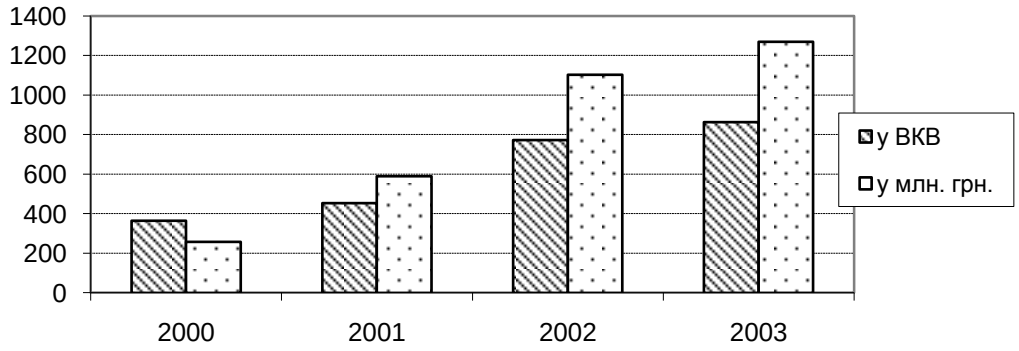

Рис. 2. Залучені кошти населення та суб'єктів господарювання у Львівській області у 2000-2003 рр.

Приріст залучених коштів населення та суб'єктів господарювання за 2000-2003 рр. сягнув 70,8 %. Причому більша питома вага належить вкладам саме у національній валюті, що свідчить про зростання довіри громадян до національної грошової одиниці. А отже, можна прогнозувати, що і надалі відбуватиметься позитивний приріст вкладів населення у банках регіону. Адже ринок банківських послуг для фізичних осіб є чутливим індикатором економіки в цілому, і коливання обсягів заощаджень населення на банківських рахунках відображають зміни, що відбуваються в економіці країни: зміну демографічної ситуації, політику доходів і цін, особливості розвитку і задоволення потреб, соціальну структуру населення тощо.

Проте, на наш погляд, обсяги операцій на ринку банківських послуг для фізичних осіб є ще надто незначними і не здатні виступити суттєвим чинником у стабільному економічному зростанні.

Світова практика показує, що заощадження приватного сектора стають важливим джерелом фінансування не лише інвестицій у виробничому секторі, але й дефіциту Державного бюджету у періоди депресій національного виробництва і вагомим чинником економічного зростання.

Розміщення державних боргових зобов'язань у приватному секторі дає можливість уряду неемісійним шляхом отримувати відносно дешеві кошти, необхідні для виконання своїх функцій. Практика українського боргового менеджменту показує, що основною частиною державного боргу (близько 70 %) володіє Національний банк України. Залучення заощаджень приватного сектора на довгостроковій основі фактично не відбувається.

Змінити цю ситуацію можна лише шляхом вироблення нових ефективних методів роботи із залучення та найефективнішого розміщення заощаджень домашніх господарств. Тільки таким чином буде можливо вирішити проблеми економіки без втручання дорогого іноземного капіталу, як це здійснюють країни із значними темпами економічного зростання.

Такий стан справ потребує комплексного вирішення проблеми і нового підходу як на макрорівні, де повинен здійснитися перегляд податкової політики у сфері оподаткування доходів громадян та відповідні законодавчі зміни, так і на внутрішньобанківському рівні, де зміни повинні проходити у

напрямку спрощення та зростання доступності операцій для фізичних осіб, а також розроблення схем ефективної співпраці з кожним клієнтом – фізичною особою та використання коштів з максимально можливою ефективністю при мінімальному рівні ризиковості цих операцій.

Список літератури

1. Аньшин В.М. Маркетинг нововведений: Учеб. пособие. – М.: 1994. – 92 с.
2. Армстронг Гарі, Котлер Філіп. Маркетинг: Загальний курс. 5-те видання: Пер. з англ.: Навч. посібник. – М.: Видавничий дім "Вільямс", 2001. – 608 с.
3. Бюлетень НБУ, серпень 2003 р.
4. Герасимчук Ю.О. Внутрішні джерела фінансування української економіки // Фінанси України. – 2001. – № 4. – С. 30-35.
5. Гордіца Т.М. Застосування банківського маркетингу у вирішенні проблем структурної перебудови економіки // Науковий вісник Чернівецького університету. Зб. наук. праць. Випуск 54: Економіка. – Чернівці: ЧДУ, 1999. – С. 45-50.
6. Иванов А.И. Платежные услуги американских банков // Деньги и кредит. – 1997. – № 9. – С. 58-64.
7. Комарницький І.Ф., Гордіца Т.М. Теоретичний підхід до поняття "маркетинг нових банківських продуктів" та їх значення в умовах зростаючої конкуренції на фінансово-кредитному ринку України / Йозеф Шумпетер та проблеми реформування економіки України. – К: Таксон. – 2000. – С. 166-176.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.
9. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 127 с.

Білик, О.І. Перспективи розвитку ринку банківських послуг для фізичних осіб в Україні / О.І. Білик // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць.- Суми: УАБС НБУ, 2004.- Т. 11.- С. 248-254.