

Висновки. Нарощування інвестицій без структурних змін в економіці, без підпорядкування інвестиційної політики вирішенню стратегічних завдань економічної політики держави не буде доцільним з точки зору підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Наведені заходи щодо удосконалення державної інвестиційної політики спрямовані на якісну зміну структури національної економіки та реалізацію інноваційно-інвестиційної моделі економічного розвитку.

Список літератури

1. Офіційний веб-сайт Асоціації українських банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.aub.com.ua.
2. Офіційний веб-сайт Державної агенції України з інвестицій і інновацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.in.gov.ua>.
3. Офіційний веб-сайт Міністерства економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://me.kmu.gov.ua>.
4. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.
5. Офіційний веб-сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

Summary

Nowadays fond levers are an important group of financial instruments of bank investment which are intended to stabilize bank's profit by providing money inflows. Their efficient use together with the improvement of legislative foundation will promote realization of an innovative investment model of the country's economic development.

Отримано 31.08.2010

УДК 336.018

О.А. Добровенко, ВАТ "Ощадбанк", м. Київ

КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЙ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті досліджується сутність та місце конкурентної переваги у розвитку концепцій стратегічного управління. Увагу зосереджено на порівняльному аналізі розуміння та пошуку джерел формування стійкої конкурентної переваги фірми різними концепціями: концепцією ринкового позиціонування, ресурсною концепцією, концепцією динамічних здібностей і міжорганізаційним підходом.

Ключові слова: конкурентна перевага, концепція динамічних здібностей, ресурсна концепція, ринкове позиціонування, стратегічне управління.

Постановка проблеми. За свою історію (з 1960-х років – за періодизацією В.С. Катькало) теорія стратегічного управління фірмами стала одним із розділів управлінських та соціальних наук, які мають найбільший динамічний розвиток. Предмет цієї теорії, що полягає в з’ясуванні природи і механізмів створення конкурентних переваг фірм, що забезпечують їм отримання економічних вигід, недоступних суперникам, має ключове значення для розуміння рушійних сил сучасного економічного зростання та усього громадського розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами дослідження конкурентної переваги в теорії стратегічного управління на різних етапах її розвитку займалося чимало вчених. На етапі розвитку стратегічного управління, коли домінувала школа позиціонування, основними авторами були – М. Портер, Р. Рамелт, Д. Шендел, К. Хатен, Ч. Хофер, Г. Мінцберг, Р. Фрімен та інші. На етапі розвитку ресурсної концепції – Б. Вернерфельт, К. Прахалад, Г. Хамел, М. Петераф, Дж. Барні, Р. Грант та інші. Концепцію динамічних здібностей активно досліджують Д. Тіс, С. Уінтер, Б. Когут, М. Субраманіам та інші. Розробниками концепції міжорганізаційних відносин вважаються Дж.Х. Дайер та Х. Сінгх.

Мета статті – дослідити поняття конкурентної переваги в історичному аспекті концепцій стратегічного управління. Зробити порівняльний аналіз змісту поняття “конкурентна перевага” за різними концепціями та джерелами їх формування.

Виклад основного матеріалу. Історія терміна “конкурентна перевага” в економічних джерелах йде від праць А. Сміта, який вивчав проблему порівняльних переваг стосовно міжнародного розподілу праці та у неявній формі конкуренції підприємств. Ранню версію теорії порівняльних переваг висунув також Д. Рікардо, що підкреслював відмінності між країнами в кліматі, родючості ґрунтів та багатстві природних ресурсів. Пізніше макроекономічні дослідження порівняльних переваг були систематизовані в теорії Хекшера-Оліна, яка акцентувала відмінності між країнами у запасах нерухомих чинників виробництва та в цінах на чинники виробництва. Ця теорія, проте, не приділяла уваги відмінностям у технологічних здібностях фірм різних країн. Акцент робився на відмінність того вибору, який фірма могла б зробити між загальнодоступними технологіями як функції відмінності між країнами в організації ринків [10]. В економічних трактатах ХІХ-ХХ ст. можна знайти чимало теорій – джерел порівняльних переваг країн, незалежно від їх акценту – на успадковані ресурси або ціни, інститути або закони. Водночас вони приділяли незначну увагу індивідуальній поведінці фірм або відмінностям в їх компетенціях.

На сьогодні є два основні розуміння конкурентних переваг, які базуються або на ідеях ринкового позиціонування, або на ресурсній концепції. Розглянемо історичні етапи розвитку та розуміння поняття конкурентної переваги згідно з цими концепціями.

З середини 1970-х років намітилася тенденція до зміщення пріоритетів з акцентування оптимального стикування внутрішнього потенціалу фірми з її специфічним конкурентним середовищем, які були властиві більш ранньому етапу розвитку теорії стратегічного управління (1960-ті роки), на аналіз джерел стійких конкурентних переваг, що характеризувало появу концепції ринкового позиціонування [2]. У цій концепції розглядалися тільки зовнішні джерела конкурентних переваг, які вбачалися в структурі галузі та іншого оточення фірми.

Згідно з підходом ринкового позиціонування або галузевої структури надприбуток залежить головним чином від позиціонування фірми в галузі із сприятливими структурними характеристиками (такими як відносна переговорна сила, бар'єри входу і так далі). Наслідуючи це визначення, як одиниця аналізу обирається галузь [8].

Трактування конкурентних переваг, засноване на концепції позиціонування, бачить їх джерело в здатності фірми створювати для своїх покупців таку цінність, яка перевищує не просто витрати на її створення, але й цінність, яку надає їм продукція конкурентів. На думку М. Портера, до таких конкурентних переваг призводить вміле застосування “типових стратегій”: низьких витрат, диференціювання або фокусування [5]. Основним мірилом конкурентної переваги у бізнесі є отримання фірмою вищих економічних прибутків, ніж у суперників на тому ж товарному ринку. Економічний прибуток – це різниця між прибутками, які отримані завдяки інвестуванню ресурсів у конкретний вид діяльності, та прибутки, які могли б бути отримані при інвестуванні тих же ресурсів у найпривабливіший альтернативний вид діяльності. Позитивна якість трактувань конкурентних переваг у дусі концепції ринкового позиціонування полягає в інструментальній ясності їх застосування, проте акцент цього підходу на цінових і споживчих характеристиках продукції фірм об'єктивно обмежується короткостроковими чинниками дослідження конкурентоспроможності фірм.

Згідно з підходом галузевої структури, відносність конкурентних переваг має ряд проявів. По-перше, переваги завжди відносні стосовно конкретної арени конкуренції (галузевої або географічної): деяка перевага в одній ситуації може не бути такою в іншій, оскільки можуть змінюватися склад конкурентів, способи ведення бізнесу і конкуренції або потреби клієнтів. По-друге, відносна і конкуренція, для якої ство-

рюються переваги, оскільки є відмінності між реальною (наявні суперники) і потенційною (новачки у галузі) конкуренцією. У випадку національного ринку існує відмінність між конкуренцією лише вітчизняних фірм або за участю іноземних компаній. По-третє, переваги можуть бути відносні щодо фірми з точки зору іншої фірми, наприклад, її ділового партнера. У спільному підприємстві, франчайзингових або інших довгострокових контрактних стосунках немає прямої конкуренції між двома учасниками, проте кожна із сторін завжди має альтернативні сценарії: взагалі не вступати у відносини або вступати в них, але з іншим партнером.

Слід зазначити співзвучність трактувань конкурентних переваг, що виникають внаслідок правильного ринкового позиціонування, яке дають А. Стрікленд та А. Томпсон у своєму популярному підручнику зі стратегічного управління: стійка конкурентна перевага виражається в перевазі над конкурентами за кількістю клієнтів і можливістю протидіяти впливу конкурентних сил [7], та визначення, яке наводить Ж. Ламбден в не менш відомому підручнику зі стратегічного маркетингу: конкурентна перевага як характеристика або атрибут продукту або брэнда, що дають фірмі перевагу над її прямими конкурентами [4]. Розійшовшись з М. Портером в нюансах, ці трактування конкурентних переваг показують тісний зв'язок школи позиціонування з теорією маркетингу.

Хоча ідеологія конкурентних стратегій М. Портера заснована на теорії галузевої організації, яка явно домінувала у 80-х роках ХХ ст. серед дослідників стратегій фірм, паралельно спостерігалось загострення проблем застосування цієї концепції і бурхливий розвиток альтернативних інструментів ефективного менеджменту. В умовах характерного для того часу зростання рухливості конкурентного ландшафту в багатьох галузях і глобалізації ринків стали звужуватися можливості концепції М. Портера, що розумів стратегію як позиціонування бізнесу у стабільній і добре визначеній галузевій структурі [5]. Двома головними викликами, поставленими новими економічними реаліями перед цією концепцією, були стійкість конкурентних переваг та джерела відмінностей між фірмами у рамках однієї галузі.

Стало очевидно, що конкурентна сила продуктів на ринку не синонімічна стійкій конкурентній перевазі. На перший план вийшло поняття відмінних організаційних компетенцій фірми, вперше сформульоване в 1950-ті роки Ф. Селзником [2], який намагався пояснити джерела стійкої конкурентоспроможності фірм.

Ресурсна і співзвучні з нею концепції конкурентних переваг спираються на економічний аналіз підприємництва і фірм, запропонова-

ний Й. Шумпетером, Р. Коузом, Є. Пенроуз, О. Уільямсоном, Р. Нельсоном та С. Уінтером. Згідно з ресурсним підходом різні результати діяльності фірм пояснюються більшою мірою неоднорідністю самих фірм, ніж галузевою структурою [9]. Фірми, здатні акумулювати ресурси і здібності, які є рідкісними, цінними, незамінними і які важко скопіювати, матимуть великі конкурентні переваги [12]. Під цінністю ресурсів фірми мається на увазі ситуація, коли комбінація здатностей фірми відповідає зовнішньому середовищу таким чином, що фірма може використовувати можливості конкурентного середовища та/або ліквідувати його загрози. Рідкість бачилася як фізична рідкість ресурсів на ринках чинників виробництва. Неможливість копіювання трактувалася в руслі ідеї про недосконалу конкуренцію на цих ринках з урахуванням інформаційної асиметрії, внаслідок чого такі ресурси не можуть бути придбані або відтворені іншими фірмами без таких витрат, які роблять подібні операції економічно не вигідними. Незамінність моделі організації означала нездатність конкуруючих фірм створити модель-замінник. Таким чином, ресурсний підхід як основна одиниця аналізу розглядає фірму і, відповідно, джерелами конкурентних переваг є тільки внутрішні ресурси і здібності фірми.

Ресурсна концепція бачить суть конкурентних переваг в отриманні фірмою економічних вигід “вище звичайних”, але акцентує на їх організаційно-економічних аспектах. Позитивна якість такого підходу полягає в реальній можливості ідентифікації коріння довгострокових конкурентних переваг і в аналізі не стільки конкурентних стратегій, скільки стратегій вищого порядку, зокрема корпоративних. Хоча основи нової філософії конкурентних переваг були сформульовані вже в 1980-х роках, вперше чітко в управлінських термінах вона була викладена в 1990 році К.К. Прахаладом та Г. Хамелом [6]. За цими вченими, диверсифіковану корпорацію можна уявити у вигляді великого дерева, коренева система якої є аналогом набору її ключових (організаційних) компетенцій. Наслідуючи цю метафору, можна сказати, що не можна зрозуміти істинну причину сили конкурентів, якщо вивчати тільки їх кінцеві продукти, аналогічно тому, як не зрозуміти причину сили дерева, якщо вивчати тільки його листя.

У ресурсній концепції проблема відносності переваг фірми отримує нове звучання. Самі по собі унікальні ресурси і відмінні організаційні здібності фірми не є її конкурентними перевагами, а стають їх джерелом, коли застосовуються для цілей бізнесу в конкретній галузі або на конкретному ринку [3]. Іншими словами, потрібна управлінська відповідність між ресурсами і здібностями фірми, баченням їх майбутнього образу і бізнес-моделі функціонування у конкретній галузі в конкретний період.

Особливо важливий вклад ресурсної концепції в розуміння проблеми стійкості конкурентних переваг. Сама теза про те, що конкурентна перевага не обов’язково довговічна, тривіальна: в природі конкуренції закладена можливість суперників її відтворити або іншим чином усунути. Всяка перевага може втратити своє значення, якщо суперники наполегливо прагнуть його здолати або якщо зміниться контекст конкуренції, під який воно створювалося. Коли конкурентна перевага базується на чиннику ринкового позиціонування, фірма може його втратити в результаті заняття іншою фірмою аналогічної позиції або тому, що цінність самої цієї позиції втратила значення. Хоча і в разі конкурентної переваги, заснованої на ресурсах фірм, суперник у принципі може їх діагностувати і відтворювати або інакше зробити таку перевагу безглуздою, стійкість прибутків підкріплена тут “механізмами ізоляції” організаційної природи фірми, які важко скопіювати.

Розуміння того, якою має бути фірма для забезпечення стійкої конкурентної переваги, було викладено в дослідженні М. Петераф особливостей конкурентних переваг [11]. У дослідженні виділено чотири критерії, яким повинні відповідати ресурси фірми для генерування таких стійких переваг. По-перше, неоднорідність ресурсів: прибутки неможливі у відсутності відмінностей в економічній ефективності між ресурсами. По-друге, це передбачуване обмеження конкуренції: генерувати прибутки можуть лише ті ресурси, які куплені за ціною, нижчою за їх дисконтовану вартість. По-третє, це фактичне обмеження конкуренції, тобто конкурентам повинно бути вкрай важко або неможливо імітувати, або замінити ресурси, що генерують прибутки. По-четверте, це недосконала мобільність ресурсів, які мають бути специфічні щодо конкретної фірми.

Саме ускладненість переміщення ресурсів робить їх неоднорідність довгостроковою, а конкурентні переваги – стійкими. У рамках галузі або стратегічної групи видатні економічні результати фірми мають бути захищені чинниками, що заважають суперникам копіювати її переваги. Ці бар’єри, що обмежують фактичне вирівнювання прибутків від володіння конкурентними перевагами, що отримуються окремими фірмами, утворюють свого роду захисний бар’єр навколо стійких конкурентних переваг. До подібних захисних механізмів належать унікальні нематеріальні активи, неявне знання (технологічне або управлінське ноу-хау), галузеві технічні стандарти, високі витрати з переходу до нових постачальників та інші [12].

Методологічне новаторство ресурсного підходу полягає у вивченні стратегій фірм на основі синтезу економічної, організаційної та управлінської наук.

Нині у рамках ресурсного підходу впевнено виокремлюється концепція динамічних здібностей (з 2000-х років). Переважаюча сьогодні тенденція до переходу від стратегічного вибору до стратегічних змін як суті успішних стратегій вимагає зміщення акцентів на динамічні аспекти природи і механізмів конкурентних переваг [2]. Знання та інновації стають найважливішими чинниками довгострокових переваг у новій економіці. Найбільш повно цим чинникам відповідає концепція динамічних здібностей фірми, згідно з якою фірма вважається інститутом, що конструює компетенції і здібності шляхом внутрішніх процесів навчання в формі еволюційного експериментування. Концепція динамічних здібностей розглядає джерелами стійких конкурентних переваг організаційні здатності фірми у завчасному розпізнанні та освоєнні нових можливостей бізнесу. Джерела конкурентних переваг бачаться у спільному розвитку внутрішніх та зовнішніх здібностей фірми.

Відмінності ресурсного підходу і концепції динамічних здібностей полягають в інтерпретації головних джерел стійких конкурентних переваг фірми. Основним аспектом різночитань є різне бачення пріоритетів – на користь будь-яких ресурсів або, як правило, лише організаційних здатностей – при визначенні істинних джерел конкурентних переваг. У цьому відбиваються сутнісні теоретичні протиріччя: основним напрямком концепції динамічних здібностей є розгляд тільки тих ресурсів і здібностей, які не можуть бути предметом ринкових угод купівлі-продажу (вони блокуються рівнем пов'язаних з ними трансакційних витрат), а традиційна ресурсна концепція має справу з будь-якими ресурсами.

Незважаючи на відому взаємопов'язаність двох відгалужень ресурсної концепції, концепція динамічних здібностей, що віддає пріоритет організаційно-управлінським чинникам створення економічних вигід, має потенціал глибшого осмислення дійсних джерел і механізмів стійких конкурентних переваг фірм. Потенціал довгостроковості конкурентної переваги на основі динамічних здібностей складається із застосування цих переваг раніше, більш розумніше та більш вдало, аніж це вдасться конкурентам, які також будуть намагатися створювати конфігурації ресурсів, які дають таку ж перевагу. Традиційна ресурсна концепція робить акцент на виявленні та детальне вивчення умов, при яких ресурси генерують прибутки в стані ринкової рівноваги, а динамічна – на вивченні процесів акумуляції ресурсів в їх унікальні комбінації (інноваційні процеси, організаційне навчання, створення компетенцій, розвиток загальних ментальних моделей у команд менеджерів і т.д.).

Але загальною слабкою ланкою цих концепцій поки ще є, поперше, відсутність алгоритмів точної ідентифікації тих ключових зді-

бностей і ресурсів, які важко скопіювати, за допомогою яких фірма забезпечує конкурентну перевагу над суперниками; по-друге, не дають деталізованих рекомендацій щодо конкретних дій, які повинна зробити фірма для створення подібних ресурсів і здібностей.

Також слід виділити підхід міжорганізаційних відносин до аналізу конкурентних переваг, пояснення успіхів діяльності фірм і стратегій їх розвитку, відправною точкою для розвитку якого стали дослідження Дж.Х. Дайєра та Х. Сінгха [1]. Як основна одиниця аналізу тут розглядаються стосунки в мережах фірм, у взаємодії яких і з'являються джерела міжорганізаційних конкурентних переваг. Упродовж останніх двох десятиліть спостерігається стрімке зростання кількості альянсів між компаніями, численні види діяльності активно виокремлюються за межі компанії (аутсорсинг), часто в інші країни і на різні континенти. У прагненні до скорочення витрат на різні види діяльності у рамках ланцюга створення цінностей компанії переміщують цілі підрозділи в країни з дешевими ресурсами і робочою силою. У таких умовах міжорганізаційний підхід стає дуже актуальним.

При проведенні порівняльного аналізу слід зазначити, що ресурсна концепція і підхід галузевої структури (ринкового позиціонування), конкуруючи з міжорганізаційним підходом з точки зору пояснення джерел конкурентних переваг, часто призводять до протилежних практичних рекомендацій.

Згідно з підходом галузевої структури фірмам слід збільшити кількість постачальників для підвищення переговорної сили і прибутків [5]. Прямо протилежні рекомендації виникають з міжорганізаційного підходу, відповідно до якого фірма може збільшити свої прибутки, одночасно збільшуючи свою залежність від меншої кількості постачальників, активно сприяючи обміну знаннями і інвестуючи в специфічні активи взаємовідносин. Тим самим, сприяючи зростанню міжорганізаційних, колективних конкурентних переваг, компанія бере участь у створенні значно більшого обсягу прибутків. І невідомо, що стає найбільш вигідним – невелика частка у значних обсягах прибутків або, навпаки, велика – у маленькому [8].

Згідно з ресурсним підходом фірма повинна ретельно оберігати такі свої цінні ресурси, як дослідження і розробки, ноу-хау, знання, накопичені усередині фірми, для збереження і зміцнення конкурентних переваг. У той же час для кращої координації діяльності в мережі, організації спільного планування і досягнення вищих міжорганізаційних ефектів потрібне поширення знань і навичок у мережі. У зв'язку з цим прибічники ресурсного і міжорганізаційного підходів дають практикам суперечливі рекомендації щодо їх найцінніших нематеріальних активів. Міжорганізаційний підхід не лише відрізняється від раніше розробле-

них за основними об’єктами аналізу і базовими передумовами, але й призводить до протилежних рекомендацій для практиків.

Висновки. Таким чином, протиріччя між різними підходами та концепціями обумовлює відсутність універсальної теорії, яка змогла б чітко пояснити сутність та джерела формування стійкої конкурентної переваги фірми, зважаючи на сучасні умови ведення бізнесу, обслуговувати нові форми організації бізнесу, що набувають широкого поширення на практиці. Керівники підприємств, які формують стратегію, мають бути ознайомлені зі всіма існуючими концепціями, але не проявляти переваги до однієї з них. Сконцентруватися на специфічній концепції для впровадження її можна тільки після визначення загальної стратегії, яка відповідає конкретній ситуації діяльності фірми та оточуючого конкурентного середовища.

Список літератури

1. Дайер, Дж. Отношенческий подход: кооперативная стратегия и источники межорганизационных конкурентных преимуществ [Текст] / Дж. Дайер, Х. Сингх // Российский экономический журнал. – 2009. – № 2. – С. 61–64.
2. Катькало, В. Эволюция теории стратегического управления [Текст] : монография / В. Катькало. – СПб. : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006. – 548 с.
3. Коллиз, Д. Дж. Конкуренция на основе ресурсов: стратегия в 1990-е гг. [Текст] / Д. Дж. Коллиз, С. А. Монтгомери // Вестник С.-Петербургского ун-та. – 2003. – № 4. – С. 186–206. – Серия “Менеджмент”.
4. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2004. – 327 с.
5. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
6. Прахалад, К. К. Ключевая компетенция корпорации [Текст] / К. К. Прахалад, Г. Хамел // Вестник С.-Петербургского ун-та. – 2003. – № 3. – С. 18–44. – Серия “Менеджмент”.
7. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [Текст] / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2006. – 928 с.
8. Третьяк, О. А. Своеобразие отношенческого подхода к стратегическому управлению [Текст] / О. А. Третьяк // Российский экономический журнал. – 2009. – № 2. – С. 61–64.
9. Barney, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage [Text] / J. B. Barney // Journal of Management. – 1991. – № 17. – P. 99–120.
10. Nelson, R. R. The evolution of comparative or competitive advantage: A preliminary report on a study [Text] / R. R. Nelson // Industrial and Corporate Change. – 1996. – № 5. – P. 597–617.
11. Peteraf, M. A. The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view [Text] / M. A. Peteraf // Strategic Management Journal. – 1993. – № 14. – P. 179–191.
12. Rumelt, R. P. Towards a strategic theory of the firm [Text] / R. P. Rumelt, In: R. B. Lamb (ed.) // Competitive Strategic Management. – NJ : Prentice-Hall: Englewood Cliffs, 1984. – P. 556–570.

Summary

In the article the necessity and role of the competitive advantage in the strategic management theory development is investigated. The attention is concentrated on a comparative analysis of the consideration and searching of the sustained competitive advantage sources by the various concepts: industry structure concept, resource-based view, dynamic capabilities view and relational view.

Отримано 09.09.2010

УДК 338.23

В.М. Домрачев, канд. фіз.-мат. наук, доц.,
Національний банк України, м. Київ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ У ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

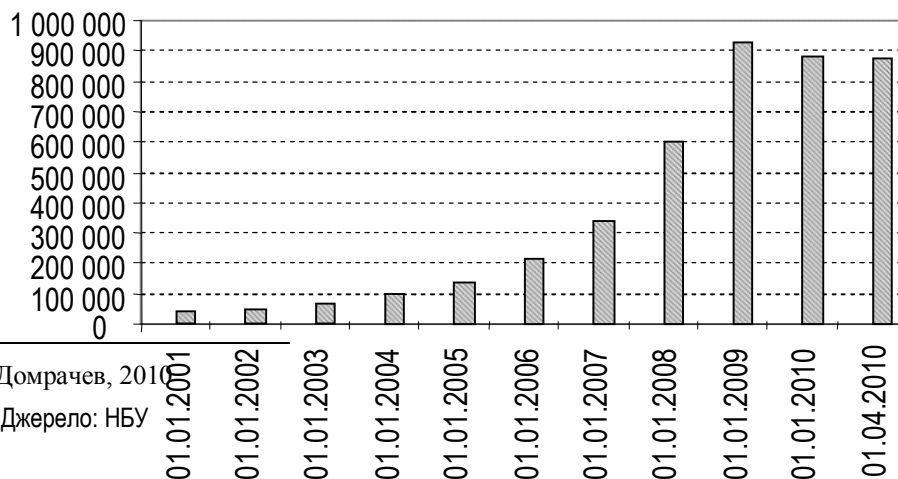
У роботі розглянуто сучасний стан банківської системи України та подано рекомендації НБУ стосовно забезпечення її фінансової стабільності.

Ключові слова: банківська система, фінансова стабільність, економічне зростання.

Постановка проблеми. Фінансова криза не зменшила дисбаланси в українській банківській системі, як і взагалі у світовій економіці. Перший квартал 2010 року банківська система України завершила зі збитками. Збитки пов'язані з одночасним зростанням депозитів фізичних та юридичних осіб і зменшенням обсягу кредитування економіки, проценти за яким є основним джерелом доходів банків.

Мета статті – розглянути сучасний стан банківської системи України та надати рекомендації, які дозволять банкам сприяти відновленню економічного зростання у країні.

Виклад основного матеріалу. У результаті фінансової кризи українські банки втратили значні активи (рис. 1). Наслідком цього стало зменшення кредитування економіки (рис. 2).



© В.М. Домрачев, 2010

Джерело: НБУ