

ПРО ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ

Постановка проблеми. Інтеграційні процеси, що торкнулися всіх сфер життя країни, суттєво впливають на банківський сектор, швидкий розвиток якого за останні роки характеризується докорінними кількісними, структурними та якісними змінами. Ці зміни об'єктивно призводять до загострення різноманітних проблем, серед яких найактуальнішими є нарощування капітальної бази, забезпечення конкурентоспроможності, підвищення ефективності банківської діяльності. Вирішення цих проблем значною мірою залежить від якості банківського менеджменту в цілому та його стратегічного рівня зокрема [1].

Процес стратегічного менеджменту в банку передбачає розробку і реалізацію загального курсу банку (місія, філософія, стратегічні цілі), а також окремих стратегій (фінансової, маркетингової, стратегії управління персоналом).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні питання стратегічного управління банком знаходяться в центрі постійної уваги науковців та банкірів-практиків. Їм присвячені дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених, серед яких Дж.Ф. Сінкі, А. Дайан, П. Роуз, А.О. Кириченко, І. Бланк, О.В. Васюренко, С.М. Козьменко, А.М. Мороз, М.І. Савлук, Ф.І. Шпиг, О.Д. Заруба, В.В. Коваленко, Р.Л. Миллер, В.І. Міщенко, Л.О. Примостка, Р.І. Тиркало. Як правило, в більшості цих досліджень процес стратегічного управління банком розглядається в контексті стратегічного управління його фінансами. Такий підхід є цілком виправданим з огляду на специфіку банківської діяльності, яка пов'язана з рухом фінансових ресурсів, що супроводжує надання фінансових послуг клієнтам банку.

Тісний взаємозв'язок та взаємозалежність всіх аспектів банківської діяльності з фінансовим фактором проявляється в тому, що прийняті управлінські рішення прямо чи опосередковано впливають на фінансові результати роботи банку, у зв'язку з чим ефективність управління банківською установою значною мірою залежить від ефективності управління фінансами, тобто від ефективності фінансового менеджменту.

В той же час, в умовах посилення конкурентної боротьби, коли досягнення конкурентних переваг та значне підвищення ефективності неможливі без врахування потреб споживачів банківських послуг, зростає роль маркетингової складової банківської діяльності. Маркетинг дедалі більше пронизує всі сфери діяльності банківської установи як на рівні взаємодії з макросередовищем, так і на рівні управління окремими бізнес-процесами, лежить в основі роботи всіх бізнес-підрозділів банку, відіграє все більш вирішальну роль в управлінні, перетворюючись у провідну його функцію [4].

Широкі дослідження у сфері стратегічного й тактичного маркетингу, у т.ч. банківського, проводяться в зарубіжними і вітчизняними вченими, серед яких

Ф. Котлер, Л. Дансон, Ж.Ж. Ламбен, Є.В. Єгоров, Г.П. Макарова, О.В. Романов, Н.Б. Куршакова, Е.О. Уткін, В.Т. Севрук, Я.О. Спіцин, І.О. Спіцин, А.В. Нікітін. В їх наукових працях розглядаються важливі теоретичні та методично-практичні аспекти маркетингу. Проте, як правило, в більшості робіт не враховується зв'язок маркетингової та фінансової складових банківської діяльності, зокрема, процес стратегічного маркетингового планування розглядається відокремлено від процесу стратегічного фінансового планування.

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, між маркетинговою та фінансовими складовими стратегічного плану існує тісний зв'язок (рис. 1), що потребує більш детального розгляду процедури стратегічного планування діяльності банку з позицій тісного взаємозв'язку між фінансовою та маркетинговими стратегіями [3].

В контексті такого підходу актуальним є проведення досліджень щодо удосконалення й уточнення методичних підходів до побудови маркетингової і фінансової стратегій, що сприятиме прийняттю ефективних управлінських рішень.

Розуміючи, що в рамках окремо взятої роботи неможливо розглянути всі аспекти стратегічного маркетингового й фінансового планування, зупинимось докладніше на одному з найскладніших етапів розробки стратегій, пов'язаному із здійсненням стратегічного вибору й прийняттям стратегічних рішень, пов'язаних з визначенням найбільш ефективних напрямів вкладання фінансових ресурсів з урахуванням потреб клієнтів.

Такий вибір ґрунтується на результатах стратегічного аналізу, в ході якого здійснюється оцінка та аналіз внутрішнього і зовнішнього середовищ банку, його сильних і слабких сторін, можливостей і загроз. Його доцільно проводити за допомогою моделі аналізу ефективності банківської діяльності (рис. 2).



Рис. 2. Модель аналізу ефективності банківської діяльності

Побудована модель дозволяє проводити аналіз ефективності роботи банку на трьох рівнях, кожний з яких відповідає певному етапу аналізу. При цьому слід зауважити, що кожному з етапів аналізу відповідатиме своя система показників для оцінки ефективності, причому кожний банк самостійно обирає коло цих показників, виходячи зі специфіки своєї діяльності та обраних пріоритетів.

На першому етапі аналізу проводиться узагальнена оцінка ефективності банківської діяльності на підставі узагальнюючих показників ефективності, серед яких показники прибутковості активів і капіталу, чиста маржа банківського прибутку, мультиплікатор капіталу, що дозволяє оцінити результативність роботи банку в цілому, відстежити основні тенденції та намітити найбільш загальні напрямки підвищення ефективності.

На другому етапі аналізується ефективність окремих напрямків банківської діяльності (окремих підрозділів банку) на підставі таких показників, як чиста процентна маржа, чистий спред, дохідність процентних активів, вартість процентних зобов'язань, чиста процентна позиція тощо.

Третій етап аналізу передбачає оцінку ефективності окремих банківських продуктів на підставі оцінки співвідношення економічних результатів і затрат на їх досягнення.

Для побудови моделі аналізу ефективності банківської діяльності використовуються дані балансового звіту та звіту про фінансові результати роботи банку, що дає можливість зв'язати окремі статті балансу з конкретними фінансовими результатами, дозволяє здійснювати оцінку ефективності діяльності банку та фінансових результатів в динаміці; проводити аналіз структури балансу, банківських доходів і витрат та структурних змін, визначати вплив факторів на результати роботи банку, ефективність окремих напрямків банківської діяльності та банківських продуктів.

Кінцевою метою побудови моделі має стати оцінка сильних і слабких сторін банку, встановлення тенденцій змін фінансової позиції банку в майбутньому та визначення напрямків найбільш ефективного вкладання ресурсів.

За допомогою моделі можна чітко визначити, на які фінансові показники слід спрямувати керуючі впливи, як можна поліпшити структуру балансу, або збільшити банківський прибуток за допомогою фінансових методів. Залучивши до вирішення проблеми ефективності маркетингові методи [2], можна дати відповідь на те, в які сфери ринку, яким цільовим групам та у вигляді яких банківських продуктів слід спрямовувати фінансові ресурси. Підготовлені на основі впровадження запропонованої моделі рекомендації мають стати основою для прийняття управлінських рішень, спрямованих на поліпшення результатів банківської діяльності.

У цьому зв'язку можна зробити висновок про значення побудованої моделі аналізу ефективності банківської діяльності для прийняття стратегічних рішень з урахуванням процесів, що відбуваються на фінансовому ринку, з позицій задоволення потреб клієнтів, що має важливе значення для формування ефективної стратегії розвитку банку, її фінансової та маркетингової складових.

Список літератури

1. Козьменко С.М., Шпиг Ф.І., Волошко І.В. Стратегічний менеджмент банку: Навч. посібник. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2003. – 734 с.
2. Семенюк Л.П. Визначення цілей продуктової стратегії банку як вирішального фактора планування комплексу маркетингу // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: Збірник наукових праць. Т. 7. – Суми: ВВП “Мрія-1” ЛТД, УАБС, 2003. – С. 245-250.
3. Семенюк Л.П. Вплив маркетингової стратегії на ефективність банківського бізнесу: Дис... канд. екон. наук: 08.04.01. – Суми, 2005. – 228 с.
4. Семенюк Л.П. Проблеми ефективності банківського бізнесу та шляхи їх розв'язання // Вісник Української академії банківської справи. – 2003. – № 2(15). – С. 71-74.

Отримано 27.10.2006

Семенюк, Л.П. Про деякі підходи до аналізу ефективності банківської діяльності в процесі стратегічного планування / Л.П. Семенюк // Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. - Суми: УАБС НБУ, 2007. – Т. 19. – С. 115-120.