

# МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

*Ярошенко А.С.*

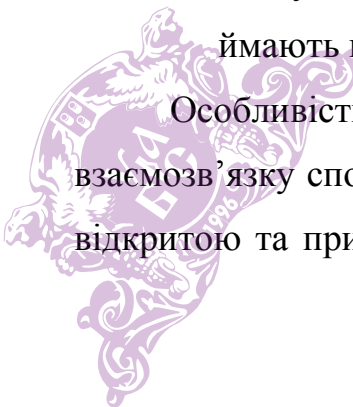
*Державний вищий навчальний заклад  
«Українська академія банківської справи  
Національного банку України», м. Суми*

Аналіз рівня конкуренції на ринку банківських послуг в Україні дозволяє стверджувати про присутність на ньому достатньо великої кількості покупців та продавців. Так, на сьогодні в країні функціонує 184 банки, проте найбільші 10 банків контролюють близько 75% усього ринку послуг. Іншими словами, фактично цей ринок можна ідентифікувати як олігополістичний. В умовах високої конкуренції невеликим банкам важко отримати контроль над більш-менш суттєвою часткою ринку, кожен з великих банків відчутно реагує на стратегію конкурентів, особливо в умовах фінансової кризи. Крім того, ліберальні вимоги НБУ до створення та функціонування банків, спрощення умов отримання прибутку призвели до створення великої кількості нових банків, посиленню конкуренції між ними. У таких умовах все більш актуальними стають дослідження форм та методів взаємодії конкурентів на ринку банківських послуг, зокрема – особливостей цінової та нецінової конкуренції.

Цінова конкуренція являє собою таке ринкове суперництво, коли однорідні продукти пропонуються на ринку за різними цінами. Вона може існувати в двох видах:

- відкрита цінова конкуренція, при якій банки широко повідомляють своїх клієнтів про зниження цін на послуги;
- прихована цінова конкуренція, при якій банки якісно покращують свої послуги в порівнянні з конкуруючими установами, проте ціну підіймають непропорційно мало [1].

Особливістю цінової конкуренції в банківській сфері є відсутність чіткого взаємозв'язку споживчої вартості послуги та її ціни. У зв'язку з цим межа між відкритою та прихованою ціновою конкуренцією є нечіткою, а рамки, в яких



банк має можливість значного маневрування відсотковими ставками, рівнем комісійних винагород та тарифів на послуги, - досить гнучкі.

В умовах жорстокої конкуренції використання цінових методів вбачається досить обмеженим, до того ж, виходячи зі специфіки банківської діяльності, існує ряд обмежень їх реалізації – державне обмеження відсоткових ставок; наявність межі проценту, нижче якого банк вже не буде отримувати прибуток; наявність великих та потужних конкурентів, які володіють значними фінансовими можливостями вести цінову боротьбу та ін. Тому більшість сучасних банків прагнуть не конкурувати в галузі цін, зберігаючи високі тарифи та ставки.

Дослідження показують, що сучасний стан конкурентних відносин у банківському секторі характеризується перевагою нецінових методів боротьби. Запити споживачів банківських послуг ускладнюються, політика банків концентрована не стільки на ціні, скільки на таких нецінових факторах як реклама, обслуговування, імідж, бренд, надійність, стабільність, прозорість результатів діяльності. Нецінова конкуренція базується на покращенні якісних характеристик банківських послуг (надійність, довговічність, безпечність, корисний ефект, сервісне обслуговування) та проведенні ціленаправленої політики диференціації продукту (включаючи рекламу та стимулювання збуту). Оскільки нецінова банківська конкуренція, перш за все, пов'язана з якістю послуг, то актуальною проблемою стала розробка критеріїв якості банківського продукту.

Підводячи підсумок, зазначимо, що сьогодні має місце тенденція до зменшення використання ціни як засобу залучення нових клієнтів та підвищення їх лояльності. Разом з цим, ефективним способом стає використання банківськими установами України нецінових методів конкурентної боротьби, що є значно ефективнішим методом зміцнення власних ринкових позицій в сучасних умовах функціонування банківського сектору.

### *Література*

1. Оберт Т. Б. Теория и практика конкуренции : учеб.-метод. пособие для студентов экономических специальностей / Т. Б. Оберт ; Саратов, Издательство Лотос. - Саратов : Лотос, 2003. – С. 11 – 12. .

Ярошенко, А.С. Методи конкурентної боротьби на ринку банківських послуг України [Текст] / А.С. Ярошенко // Формування ефективних фінансових механізмів державного управління економікою України: теорія і практика : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (9–11 листопада 2009 р.). – Донецьк : ДонДУУ, 2009. – С. 34–36.