

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнес-технологій «УАБС»

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Збірник матеріалів
II Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Суми, 23 листопада 2017 року)



Суми
Сумський державний університет
2017

його наслідки.

Список використаних джерел

1. Вуйма А.Б. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eartist.narod.ru/text16/065.htm#з_19

2. Что такое SEO оптимизация [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.i-media.ru/seo/searchengineoptimization/>

3. Банки в соціальних мережах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/gkr/159.htm.

УДК 519.866:336.7(477)

Бухтіарова Аліна Геннадіївна,

к.е.н., старший викладач,

Діденко Ірина Вікторівна,

к.е.н., асистент

Сумський державний університет, м. Суми

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ

Кожний банк змушений постійно підтримувати свою конкурентну позицію на ринку та враховувати у своїх діяльності цілу низку внутрішніх та зовнішніх факторів. Безперервний моніторинг показників фінансової стабільності, платоспроможності, ліквідності та ін. є необхідною умовою забезпечення стабільної діяльності як окремого банку так і банківського сектору в цілому. Для аналізу спільних та відмінних рис банків щодо вибору моделі своєї діяльності на ринку банківських послуг, найбільш доцільним є використання кластерного аналізу.

Зрозумілим є той факт, що в умовах нестабільної політичної, і як наслідок, економічної ситуації на ринку банківських послуг України дослідження та аналіз фінансового стану українських банків є пріоритетною задачею як науковців так і практиків. Найчастіше методика оцінки фінансового стану банку спирається на аналіз певного визначеного переліку фінансових коефіцієнтів. Проте, на якість результатів, отриманих в ході такого дослідження значною мірою впливають якість вхідної інформації, яка в основному зосереджена у фінансовій звітності банку [4].

Ми вважаємо, що траєкторія еволюції банку може бути визначена упорядкованою сукупністю патернів, кожний з яких характеризує діяльність банку на конкретний момент часу. Варто зазначити, що чим більшим буде діапазон показників, що характеризують діяльність банку, тим точніше буде проведений кластерний аналіз, так як для ефективного механізму побудови патернів необхідною умовою є значний масив вхідних даних [6].

При побудові моделі було обрано 32 банки України, які діяли протягом 2007-2016 рр., а саме: ПАТ «Альфа-Банк», ПАТ АКБ «Аркада», ПАТ «Банк Восток», ПАТ «Банк «Кредит Дніпро», ПАТ «БТА БАНК», ПАТ «ВТБ БАНК», ПАТ «Банк «Грант», ПАТ «Діамантбанк», АБ «Експрес-Банк», ПАТ «КБ «Земельний капітал», ПАТ «Ідея Банк», ПАТ «ІНГ Банк Україна», АКБ «Індустріалбанк», ПАТ «Комерційний Індустріальний Банк», ПАТ «Креді Агріколь Банк», ПАТ «Мегабанк», АТ «ОТП Банк», АТ «Ошадбанк», ПАТ АБ «Південний», ПАТ КБ «Правекс-Банк», ПАТ КБ «Приватбанк», ПАТ «Промінвестбанк», ПАТ «ПУМБ», АТ «Райффайзен Банк Аваль», ПАТ «Сітібанк», ПАТ «Банк «Український Капітал», ПАТ «Укргазбанк», ПАТ «Укрексімбанк», ПАТ

«УкрСиббанк», ПАТ «Укрсоцбанк» (UniCredit Bank), ПАТ «Універсал Банк», ПАТ «Фінбанк».

У даній моделі пропонується використати 15 показників, які забезпечують формування вхідних змінних моделі [3, 5].

Серед обраних показників є 2 абсолютні – розмір активів та показник фінансового результату банку за звітний рік (чистий прибуток/збиток) та 13 відносних показників, які можуть характеризувати ефективність діяльності банку, а саме: ліквідність банку, рентабельність активів, рентабельність капіталу, адекватність капіталу, відношення статутного капіталу до власного капіталу, відношення кредитів до депозитів, відношення кредитів до активів, відношення депозитів фізичних осіб до зобов'язань, відношення депозитів до зобов'язань, відношення депозитів фізичних осіб до депозитів, відношення депозитів фізичних осіб до активів, відношення депозитів до активів, процентна маржа.

Метод обробки даних реалізований у пакеті Viscovey SOMine (VS). Система працює як своєрідна «центробіжна установка», яка групує близькі за характеристиками збалансовані об'єкти у середині карти, а найбільш відмінні відносить до віддалених меж. Використання запропонованого методу групування великих масивів дозволяє отримувати додаткову інформацію про реальний стан і тенденції розвитку кожного окремого об'єкта через порівняння з усією сукупністю і здійснити узагальнення аналогічних рис [1].

У результаті обробки даних було 2 карти Кохонена (рис. 1).

Варто зазначити, що при побудові карт, було здійснено 2 вибірки у період 2007-2016 рр. та 2008-2016 рр., що пояснюється впливом фінансової кризи 2008-2009 рр. Так, у 2007 році українська банківська система була

досить стабільної, знаення цього року суттєво впливають на результати моделі при цьому не впливаючи на її адекватність.

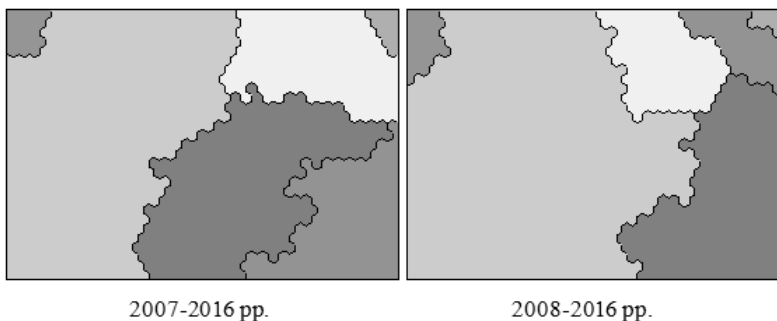


Рисунок 1 – Загальна карта Кохонена

Таким чином, на основі отриманих результатів, можемо скласти рейтинг кластерів. Для оцінки ефективності діяльності кожного окремого банку, який був віднесений до певного кластеру пропонуємо умовно розділити кластери за групами (табл. 1).

Таблиця 1 – Рейтинг кластерів

Місце у рейтингу	Кластери 2007-2016 pp.	Кластери 2008-2016 pp.	Оцінка діяльності банку	Група банків
1	S ₅	S ₅	5	Потужні банки
2	S ₁	S ₁	4	Стабільні банки
3	S ₂	S ₂	3	Проблемні банки
4	S ₄	S ₃		
5	S ₃	S ₄	2	Банки у кризовому стані
6	S ₆	S ₆	1	Банки на стадії банкрутства

Для перевірки адекватності моделі введемо до досліджуваної сукупності два умовні банки – з «гарними»

та «поганими» значеннями показників. Реакція моделі дає змогу зробити висновок про правильність реакції моделі на діаметрально різні значення показників. У результаті отримуємо нову карту Кохонена. Виходячи з отриманих результатів, додані змодельовані банки показують адекватну реакцію моделі на різні значення вхідних даних. Доданий до дослідження банк з заниженими показниками в результаті потрапляє до найгіршого патерну, а банк з завищеними показниками потрапляє до найкращого патерну, що вказує на високу якість запропонованої моделі аналізу динаміки патернів банків.

Таким чином, аналіз позиції банку на ринку, проведення оцінки поточних показників діяльності та розробка заходів направлених на підтримку банку може мати принципово відмінну кількісну та якісну оцінку з позиції дослідження місця банку у динамічній системі фінансових показників діяльності банків-конкурентів.

Список використаних джерел

1. Obeid H., Brychko M. Stakeholder's financial relations and bank business management efficiency: evidence from Ukraine / *Financial Markets, Institutions and Risks*, Volume 1, Issue 2, 2017. – P. 12-29
2. Serhiy Kozmenko, Inna Shkolnyk, Alina Bukhtiarova Dynamics patterns of banks evaluations on the basis of Kohonen self-organizing maps / *Banks and Bank Systems*, Volume 11, Issue 4, 2016. https://businessperspectives.org/images/pdf/free/8081/BBS_en_2016_04cont_Kozmenko.pdf
3. Банківська система України [Електронний ресурс] / Національне рейтингове агентство «Рюрік». – Режим доступу : <http://rurik.com.ua/our-research/branch-reviews/1187>. – Назва з екрана.
4. Бухтіарова А. Г. Оцінка взаємозв'язку між обсягом депозитних ресурсів та основними індикаторами

соціально-економічного розвитку України / А. Г. Бухтіарова, І. В. Діденко // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки : зб. наук. пр. Вип. 28. Ч. 1. – Чернівці : Видавничий дім «Гельветика», 2015. – С. 156-159.

5. Дані фінансової звітності банків України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097. – Назва з екрана.

6. Заруцька О. П. Дослідження особливостей розвитку банківської системи України з використанням карти Кохонена / О. П. Заруцька // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 5. – С. 255–262.

УДК: 336

Діденко Ірина Вікторівна,

к.е.н., асистент

Басос А.В.,

студент,

Сумський державний університет, м. Суми

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ БАНКУ

В умовах сьогодення маркетингова стратегія банку розглядає систему загальних настанов, критеріїв та орієнтирів сфери взаємовідносин між підприємствами та організаціями з їхніми клієнтами та метою досягнення маркетингових цілей.

Більш детальна розробка маркетингової стратегії відбувається у процесі планування комплексу маркетингу, так званою маркетинг – міх, який розробляється за такими