

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКУ: ФАКТОРИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ

Вступ. Конкурентна боротьба спрямована на досягнення лідируючих позицій у конкретній галузі бізнесу або досягнення тієї чи іншої мети. При цьому конкуруючими можна назвати ті організації, що мають цілком або частково співпадаючий фундаментальний сегмент ринку.

Рівень окремого представника банківського сектора та умови конкурентної боротьби на ньому традиційно привертають до себе значну увагу фахівців. Однак зараз майже відсутній теоретичний фундамент конкурентної боротьби банків. Таким чином, саме дефіцит обґрунтованих рекомендацій щодо оцінки конкурентоспроможності банку визначає актуальність наукового дослідження, результати якого наводяться в даній статті.

Постановка проблеми. В межах дослідження даної теми автором за мету ставилося формування комплексу критеріїв оцінки конкурентоспроможності банку.

Виклад основного матеріалу. Зазвичай, під *конкурентоспроможністю* розуміється здатність організації (країни, галузі) випереджати суперника в досягненні поставлених цілей. Фактично, конкурентоспроможність – це характеристика організації ефективно функціонувати протягом значного періоду в умовах конкурентного ринку.

Конкурентоспроможність – це також здатність суб’єкта, що характеризується рівнем реального чи потенційного задоволення ним певної потреби у порівнянні з аналогічними суб’єктами, представленими на даному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними суб’єктами.

Іншими словами, конкурентоспроможність організації може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика, яка відображає рівень переваги сукупності оцінних показників діяльності, що визначають успіх на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів.

Слід зауважити, що конкурентоспроможність організації можна виявити тільки серед групи організацій, які належать до однієї галузі або випускають товари-субститути, тобто конкурентоспроможність є поняттям відносним. Одну й ту ж організацію в межах регіональної стратегічної групи можна визнати конкурентоспроможною, а на світовому ринку або його сегменті – ні. Оцінюють конкурентоспроможність організації загалом за умови єдиної стратегічної зони господарювання або кожної зі створених у структурі диверсифікованої організації стратегічної одиниці бізнесу, які діють у конкретній стратегічній зоні господарювання.

Багатосторонність конкурентоспроможності виявляється в таких її аспектах:

- за територіально-географічною ознакою виділяється міжнародна, національна, регіональна конкурентоспроможність;
- залежно від масштабності економічних суб'єктів виділяється конкурентоспроможність товару (послуги), організації, галузі та економіки в цілому;
- залежно від урахування фактора часу виділяється конкурентоспроможність на певну дату, за період, у перспективі.

Конкурентоспроможність банку – це його можливість здійснення ефективної господарської діяльності та досягнення практичної прибуткової реалізації послуг в умовах конкурентного ринку. При цьому створення та реалізація конкурентоспроможних послуг є узагальнюючим показником стійкості банку, його здатності ефективно використовувати свій фінансовий, науково-технічний і кадровий потенціали.

Показник конкурентоспроможності для будь-якого банку являє собою підсумок роботи його служб і підрозділів (тобто характеризується станом його внутрішнього середовища), а також його реакцію на зміну зовнішніх факторів впливу. При цьому особливо важливою є здатність банку оперативно й адекватно реагувати на зміни в поведінці клієнтів, в їхніх смаках і перевагах.

Фактично, конкурентоспроможність банку, як і будь-якої іншої організації, визначається здатністю досягнення ним поставлених цілей.

Основною метою банку є одержання прибутку, отже критерій ***прибутковості*** (в абсолютному (розмір прибутку) та відносному (рентабельність) виразі) може бути використано для оцінки конкурентної позиції банку на ринку. Однак у даному випадку практика певною мірою вступає у протиріччя з даним припущенням: виходячи з результатів аналізу банківської статистики, до найбільш прибуткових в Україні поряд з визнаними лідерами (Промінвестбанк, Приватбанк, Укрексімбанк та ін.) входять банки, що не є широко відомими й обслуговують лише вузький регіональний сегмент; такі ж великі банки, як АППБ “Аваль”, Приватбанк, Ощадбанк, Укрсоцбанк, які багато в чому визначають сучасний стан вітчизняної банківської системи, характеризуються на сьогоднішній день незначними рівнями прибутку.

Якщо продовжити аналіз співвідношення критеріїв прибутковості та конкурентоспроможності у відносному виразі, то висновки матимуть ще більш несподіваний характер: найбільш рентабельними на сьогодні в Україні є дрібні та середні банки, попередній аналіз поточної діяльності та перспектив яких свідчить про те, що їхнє місце і роль у вітчизняній банківській системі є й залишаться незначними.

Отже, *прибуток* і *прибутковість* (рентабельність) не можуть виступати як основними, а тим більше виключними критеріями конкурентоспроможності банку.

Пояснення даної ситуації можна отримати в ході аналізу самої сутності поняття “конкурентоспроможність”: її багатоцільовий характер і неоднозначність створюють широке поле для дискусій. Однак, якщо мислити комплексно, то парадокси, пов’язані з визначенням конкурентоспроможності банків, досить легко вирішуються. Показник прибутковості не є основним, а тим більше єдиним критерієм конкурентоспроможності, тому що він характеризує рівень ефективності, досягнутий організацією за певний період у минулому. Конкурентоспроможність же є категорією більшою мірою перспективною, зорієнтованою на майбутнє. Ця економічна категорія характеризує можливості організації стабільно отримувати прибуток в майбутньому. Таким чином, прибуток і прибутковість можуть слугувати критеріями конкурентоспроможності банку в умовах динамічного спокою, коли основні показники діяльності залишаються незмінними протягом тривалого періоду часу, або за весь період життєвого циклу фінансово-кредитного інституту. В останньому випадку, зіставивши доходи та витрати за весь період функціонування банку та порівнявши їх з аналогічними показниками існуючих (а вірніше, тих, що існували) конкурентів, можна оцінити рівень конкурентоспроможності банку, але лише в ретроспективному плані.

На нашу думку, конкурентоспроможність є категорією *потенційною*, прибуток і прибутковість можуть виступити лише як критерії оцінки саме *реалізації* цього потенціалу за певний період, що є попереднім відносно моменту оцінки.

Очевидно, що розмір активів, капіталів та інші абсолютні показники при їх використанні для оцінки конкурентоспроможності мають недоліки, аналогічні наведеним вище.

Пошук критерію оцінки, на нашу думку, слід здійснювати, виходячи з ринкової складової поняття “конкурентоспроможність”. Саме ринок, а точніше споживач (клієнт) може вирішити, який з банків є зараз і залишиться в майбутньому більш ефективним і конкурентоспроможним. При цьому слід зауважити, що специфіка банківської справи визначає низький рівень актуальності даної сентенції в інших галузях економіки. Зміст вищесказаного полягає в наступному: відносини між продавцем і покупцем банківських послуг носять довгостроковий характер, споживачі не просто здійснюють одноразове придбання, вони на довгостроковій основі співробітничать з банком, причому об’єктом такого співробітництва виступають фінансові кошти, що є причиною серйозного та скрупульозного аналізу під час вибору банку-контрагента. Усе це, на нашу думку, дозволяє прийняти *сукупну суб’єктивну думку клієнтів* як основний критерій оцінки конкурентоспроможності банку. Звичайно, можна використовувати безліч фінансових показників, прогнозувати їх майбутню динаміку та ін., однак більш простим і адекватним реальній ринковій ситуації є акцентування уваги на думці клієнтів банківської галузі. При цьому перевагу слід надавати думці тих клієнтів, що фактично виступають в ролі продавців відносно банківських організацій, розміщуючи в них свої внески.

Позичальник, зазвичай, не переймається проблемою оцінки конкурентоспроможності банку, коло його інтересів обмежується питаннями кредитної угоди. Вкладник же (а тим більше, якщо це юридична особа) значною мірою зацікавлений у надійності й ефективності діяльності банку не тільки в даний момент, але і на перспективу. Також слід зауважити, що конкурентоспроможний банк обов'язково має привернути до себе увагу потенційних клієнтів, там самим збільшивши свою частку ринку.

Саме тому частка ринку депозитів і меншою мірою кредитів, якими володіє банк у даний момент, а також темпи росту цих показників у попередній період, можуть, на нашу думку, слугувати досить точним критерієм оцінки конкурентоспроможності банку.

Значна частина банків в Україні збанкрутіла через причини, у першу чергу не пов'язані з обсягами первинних фінансових ресурсів. Ситуації, коли дрібні банки мають більш високу рентабельність, ніж їх великі конкуренти, на сьогоднішній день у вітчизняних умовах є досить реальною. Частини є також прецеденти, коли спостерігається перевага дрібних банків також і в показниках абсолютного прибутку.

Таким чином, твердження про існування єдиного точного критерію оцінки конкурентоспроможності є не зовсім доречним. Цей "універсальний" критерій повинен містити в собі різноманітні показники: як абсолютні, так і відносні; як динамічні, так і статичні; як об'єктивні, так і суб'єктивні.

Очевидно, що первинним критерієм вибору банків повинні стати абсолютні показники, такі як обсяг капіталу та частка ринку (у першу чергу депозитів юридичних осіб).

Далі варто звернути увагу на динамічні показники розвитку банку, зокрема, на те, як змінювалася частка ринку банку з урахуванням темпів росту ринку в цілому та основних конкурентів зокрема. Ця оцінка носить непрямий, опосередкований (через думку клієнтів) характер, але дозволяє одержувати дані, що характеризуються досить високим рівнем точності та актуальності.

Рівень конкурентоспроможності банку визначається наявними конкурентними перевагами та ефективністю їх реалізації.

В цілому, конкурентна перевага – це виключна, особлива цінність, якою володіє суб'єкт та використання якою надає йому перевагу у конкурентній боротьбі. Засобами забезпечення конкурентних переваг виступають дві групи факторів: *"переваги в умінні"* та *"переваги в ресурсах"*.

Перші пов'язані з ефективністю роботи маркетологів, управлінського складу тощо. До них належать:

- "ноу-хау" у дослідженнях і розробці нових послуг;
- ефективне використання інструментів маркетингу;
- досвід у керівництві проектами;
- уміння ефективно організовувати стимулювання збуту;
- здійснення ініціативної, зацікавленої роботи у всіх галузях діяльності організації.

Різноманітними можуть бути і ресурси, що впливають на одержання та збереження організацією конкурентних переваг:

- доступ до фінансових і матеріальних ресурсів;
- кадровий склад і його кваліфікація;
- ефективні можливості та технології;
- наявність розвинутої системи співробітництва та ін.

Перевага над конкурентами за перерахованими та іншими параметрами дозволяє організації пропонувати на ринку товари (послуги) більш високої якості і/або за нижчими цінами. Це, у свою чергу, зміцнює ринкові позиції, дозволяє отримувати прибуток, розмір якого перевищує середній рівень, позитивно впливає на фактори, що визначають переваги в конкуренції (табл. 1).

Володіння конкурентними перевагами дозволяє зайняти міцну позицію на ринку. На практиці конкурентні переваги банку мають різноманітні форми, основними серед яких є:

- імідж банку;
- висока якість послуг;
- рівень статутного капіталу й активів;
- наявність валютної або генеральної ліцензії;
- стійка клієнтура;
- кореспондентська мережа;
- система розрахунків і спектр послуг;
- наявність філіальної мережі та перспективи її розширення;
- ефективна реклама;
- кваліфікація та професіоналізм працівників;
- накопичений досвід роботи.

Таблиця 1

Джерела порівняльних переваг банків

Фінансові ресурси	Активи	Людські ресурси	Нематеріальні активи
Власний капітал Депозити Міжбанківські кредити	Кредити Інвестиції Філіальна мережа Інформаційні системи	Персонал Підвищення кваліфікації Професійний тренінг	Організаційна культура Імідж Досвід і кваліфікація менеджерів Якість послуг

Сьогодні конкурентні переваги в банківському секторі – це пряма функція від довіри з боку клієнтів. Чим вищою є рівень довіри, тим більшою є значимість банку, тим кращими є його фінансові показники. На жаль, у сучасній Україні довіра формується не стільки на основі формальних факторів (оцінок експертів, фінансових результатів, рейтингів), скільки на суб'єктивній оцінці відносно працівників банку.

Основне значення для досягнення конкурентної переваги банку має, в першу чергу, саме інтелектуальний капітал. Матеріальні активи на сучасному етапі розвитку банківської галузі вже не виступають достатнім джерелом конкурентоспроможності банку. Саме “якість” на відміну від “кількості” стає основним критерієм оцінки конкурентоспроможності фінансово-кредитного інституту в сучасних умовах фінансової глобалізації.

Висновки. В результаті наукового дослідження, проведеного за даною темою, здійснено критичний аналіз факторів і критеріїв конкурентоспроможності банку. Автором запропоновано обґрунтовані рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності, тобто довгострокової ефективності функціонування, вітчизняної банківської системи.

Отримано 26.05.2006

Шпиг, Ф.І. Конкурентоспроможність банку: фактори та критерії оцінки [Текст] / Ф.І. Шпиг // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. – Суми: Українська академія банківської справи Національного банку України, 2006. - Т. 16. - С. 57-63.