

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКІВСЬКОГО ПРОДУКТУ: ДО МЕТОДОЛОГІЇ АНАЛІЗУ

С.Л. Тігіпко, Національний банк України

Нині в Україні помітно загострилася конкуренція на ринку банківських продуктів. Безперечно перевагу над своїми конкурентами мають банки, які пропонують клієнтам велику кількість послуг. До основних продуктів банку належать: видача грошових кредитів; прийом депозитів; здійснення грошових розрахунків і платежів; випуск кредитних та платіжних карток; консультування, надання економічної та фінансової інформації.

На нагальній необхідності розширення спектра банківських послуг наголошувалося на XII Ялтинській міжбанківській конференції країн СНД і Балтії, яка відбулася у квітні 2004 р. в Криму [2, с. 17-18]. В економічно розвинутих країнах надається нині понад 300 видів різних банківських послуг, які щороку вдосконалюються і модифікуються. А українські банки не поспішають розширювати спектр банківських інструментів за рахунок впровадження лізингу, іпотеки, довгострокового та консорціумного кредитування, факторингу. І відповідальність за це несуть не тільки вони.

На сьогодні найбільш поширеним банківським продуктом в Україні є кредитування клієнтів (близько 70 % активів банків припадає на кредитний портфель). З огляду на це головною зброєю у конкурентній боротьбі є процентні ставки [1, с. 129]. Але ж, як уже неодноразово зазначалося, говорити про конкурентоспроможність банку на тлі високих кредитних ставок просто неможливо, та ще й зважаючи на майбутню серйозну конкурентну боротьбу на власному полі із сильнішими іноземними банками.

За відносно невисокої інфляції та стабільного ось уже кілька років курсу гривні кредитні ставки сягають 18, а для фізичних осіб – і 25 %. Ми можемо втішати себе тим, що такі високі ставки зумовлені величезним попитом на кредити – і з боку населення, і з боку корпорацій. Але, скоріше всього, відповідь знаходиться в іншій площині. Основними негативними факторами є, по-перше, наявність тіньової економіки з елементами криміналітету, де рівень відсоткової ставки за кредитами практично не має значення, і, по-друге, значні кредитні ризики зумовлені різними причинами [2, с. 15-17].

Останнім часом категорія конкурентоспроможності почала застосовуватися щодо банківських установ, і можна навести такі її визначення:

- 1 конкурентоспроможність банку “визначається можливістю ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного банківського ринку” [5, с. 58];
- 2 конкурентоспроможність банку “відображає ступінь привабливості банку для реальних і потенційних клієнтів, який дає змогу отримати певні переваги у формуванні впливу на ринкову ситуацію у власних інтересах. ...її слід розглядати з позицій досягнутого і потенційного конкурентного статусу” [4, с. 13].

Необхідно зазначити, що майже всі дослідники характеризують конкурентоспроможність комерційного банку як його конкурентну позицію і пропонують наступні критерії її оцінки:

- 1 *прибуток і прибутковість (рентабельність)*, хоча, за банківською статистикою, до числа найбільш прибуткових в Україні поряд з визнаними лідерами (Промінвестбанк, Приватбанк, Укрексімбанк тощо) належать банки,

- які не є широко відомими і обслуговують лише вузький регіональний сегмент;
2. *сукупна суб'єктивна думка клієнтів, відображенням якої є частка ринку депозитів (меншою мірою кредитів), якими володіє банк в поточний момент, а також темпи зростання цих показників у попередній період.* Позичальника, як правило, не цікавить конкурентоспроможність банку: коло його інтересів обмежується питаннями кредитної угоди; вкладник же (особливо, якщо це юридична особа) значною мірою зацікавлений в надійній та ефективній діяльності банку не тільки в поточний момент, але і на перспективу.

В літературі можна зустріти і таку думку, що конкурентоспроможність банку можна оцінювати, згідно з теорією конкурентних переваг М. Портера, в рамках певної групи банківських установ. При цьому основним принципом створення системи індикаторів конкурентоспроможності банку має бути поєднання поточних результатів конкурентної активності банківської установи з її можливостями щодо довгострокового створення вартості. Індикатори, які задовольняють цю вимогу, об'єднуються у три групи: ринкові, операційні та фінансові [1, с. 25].

Рівень конкурентоспроможності банку в той чи інший час визначається впливом взаємопов'язаних факторів, які можна об'єднати у дві великі групи: зовнішні та внутрішні. В літературі існують дві протилежні точки зору на цю проблему. Одні дослідники вважають, що “в масовому банкрутстві банків вирішальна роль належить екзогенним факторам”. Інші доводять, що з точки зору підтримки та підвищення конкурентоспроможності саме фактори внутрішнього середовища банку є найвагомішими, оскільки є об'єктом активного впливу з його боку [1]. На нашу думку, протиставляти екзогенні та ендогенні фактори впливу на діяльність банків є недоцільним і помилковим. Дійсно, за стабільних та однакових макроекономічних умов результативність роботи банків суттєво відрізняється, що є результатом дії внутрішніх чинників. Але ж якщо макроекономічна ситуація в країні є нестабільною, або ж, будучи стабільною, відчуває на собі вплив світових фінансово-економічних катаклізмів, то навряд чи суб'єкти господарювання, за винятком окремих, безвідносно до сфери їх діяльності, зможуть покращити своє становище за рахунок активізації факторів внутрішнього середовища.

Окремі дослідники вважають, що доцільнішим є більш диференційоване розуміння конкурентоспроможності комерційного банку [4, с. 13]. Її слід розглядати з позицій досягнутого і потенційного конкурентного статусу.

Таким чином, одним із найважливіших внутрішніх чинників впливу на ринкові перспективи банку слід вважати розробку ним стратегії створення конкурентних переваг на окремих ринкових сегментах – на базі оптимального поєднання його цілей, ресурсів і вимог ринку. Врешті-решт, конкурентоспроможні банківські послуги формуються в результаті створення банком конкурентних переваг, які в свою чергу впливають на характер майбутніх стратегічних напрямів, вибір інструментів і способів їх реалізації [1, с. 26]. Звідси – підвищення значення сучасної теорії та практики банківського менеджменту і маркетингу [3].

Список літератури

1. Кіреєв О., Заруба Ю. Підвищення конкурентоспроможності банку: стратегічний підхід // Вісник Національного банку України. – 2003. – № 11. – С. 24-27.
2. Патрікац Л., Крохмалюк Д. Ялтинська міжбанківська конференція: запитань більше, ніж відповідей // Вісник Національного банку України. – 2004. – № 6. – С. 12-20.
3. Федулова Л.І. Менеджмент банку та конкурентоспроможність // Формування ринкових

відносин в Україні. – 2003. – № 5. – С. 48-50.

4. Фомін І. Рейтингова оцінка комерційного банку в системі діагностики його конкурентоспроможності // Вісник Національного банку України. – 2002. – № 4. – С. 11-13.

Шпиг Ф., Волошко І. Аналіз конкурентоспроможності банків України // Економіст. – 2002. – № 12. – С. 56-60.