

ІРТЛАЧ І.М., ст.гр. МО-10маг

Наук. керів.: Заглада Р.Ю., к.е.н., доц.

АДИ ДВНЗ "Донецький національний технічний університет"

м. Горлівка

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ: КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ТА МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ

Систематизированы подходы к формулировке понятия конкурентоспособности коммерческого банка, проанализированы основные критерии оценки качества работы банковских учреждений с точки зрения клиентов, приведены некоторые методы повышения конкурентных позиций в зависимости от целей работы банка.

Актуальність. Сучасна банківська система України розвивається в умовах жорсткої конкуренції та боротьби за клієнтів, обумовленою великою кількістю функціонуючих суб'єктів банківської діяльності, розширенням спектру послуг та розвитком комп'ютерних та Інтернет-технологій. Найактуальнішим питанням сьогодення для більшості банківських установ є утримання своїх позицій на ринку, збереження вже існуючих клієнтів та зацікавлення потенційних. Такі зовнішні умови стимулюють банки до розширення, оптимізації, розробки та впровадження нових методів або форм підвищення конкурентоспроможності.

Питанням вивчення конкурентоспроможності комерційного банку займаються такі вчені — економісти як Савушкіна Ю.В., Зражевський В.В., Ступка Н.М., Бадак Л.С., Казаренкова Н.П., Акушев М.Б. та інші. Вказаними науковцями був зроблений значний внесок у розвиток даної проблематики. Проте, ще залишаються певні аспекти, які потребують подальшого дослідження та удосконалення. До таких аспектів необхідно віднести питання уточнення та узагальнення ключових понять конкурентоспроможності та систематизація наявних способів її підвищення.

Ціль дослідження: вивчення різнопланових підходів до формулювання визначення конкурентоспроможності банківської установи, узагальнення існуючих та запропонованих методів посилення позицій комерційного банку в умовах конкурентної боротьби.

Основна частина. Конкурентоспроможність в економічній літературі та періодичних виданнях розглядається, переважно, в розрізі діяльності підприємств. Отже, необхідна інформація, визначення, статистичні дані наводяться з урахуванням специфіки тих чи інших фірм, галузей тощо. Банки, незважаючи на комерційний характер своєї діяльності, за принципом функціонування, значно відрізняються від звичайних суб'єктів господарювання. Тому, задля всебічного вивчення питання підвищення конкурентоспроможності банківських установ та

пошуку шляхів її реалізації, необхідне уточнення основних термінів. Думки фахівців стосовно цього питання дещо різняться. Так, Савушкіна Ю.В. [1] виділяє наступні підходи до визначення конкурентоспроможності організації (в тому числі й банку):

1. Конкурентоспроможність як комплекс взаємозалежних показників, характеристик благ, що виробляються.
2. Конкурентоспроможність як окремий показник, що характеризує місце, яке організація займає на ринку.
3. Конкурентоспроможність як сукупність можливостей по утриманню наявних позицій та освоєнню нових.

Згідно з наведеними положеннями, Савушкіна Ю.В. під конкурентоспроможністю комерційного банку пропонує розуміти «здатність банку комплексно задовольняти та утримувати наявних корпоративних та частних клієнтів, а також завойовувати переваги нових за рахунок освоєння нових інструментів та регіонів» [1].

В той самий час, Зражевський В.В. [2] пропонує розглядати конкурентоспроможність банків виходячи з рівня її виникнення, а саме:

1. Конкурентоспроможність на мікрорівні (об'єкт — види банківських продуктів та послуг) — це співвідношення ціни та якості (технічних та економічних параметрів) конкретних банківських послуг та продуктів, що пропонуються окремими банками.
2. Конкурентоспроможність на мезорівні (об'єкт — об'єднання банків — асоціації, холдинги, групи) — це ефективність роботи банківських груп, що оцінюється, окрім традиційних критеріїв, за показниками, характерними для даних груп та такими, що описують ступінь їх надійності та динамічності при різних варіантах розвитку економіки країн та світової фінансової системи.
3. Конкурентоспроможність на макрорівні (об'єкт — національна банківська системи в цілому) — це ефективність національної банківської системи.

Для визначення та застосування на практиці можливих шляхів підвищення конкурентних позицій банку, за думкою спеціалістів, необхідно визначити фактори та ознаки, на які перш за все звертає увагу клієнт у момент вибору підходящої установи для розміщення своїх коштів або здійснення фінансових операцій. Згідно з дослідженнями та досвідом російських вчених [3], усі чинники можна умовно розділити на дві групи: економічні (тарифи на операції, витрати часу клієнтом, емоційні витрати та результат, до якого призводять послуги банку) та неекономічні (можливості банку вирішувати проблеми клієнта, які виникають при взаємодії з владними органами, постачальниками тощо). Зокрема, також було встановлено, що корпоративні клієнти банків (юридичні особи, підприємства) та населення (фізичні особи) до найважливіших критеріїв успішної роботи банку відносять наступні (з указанням питомої ваги в

загальній оцінці банку) [3]:

Корпоративні клієнти:

1. Гарантії, надійність, стабільність, довіра банку — 0,138;
2. Відповідальність, порядність керівника банку чи філіалу — 0,102;
3. Кваліфікація персоналу — 0,085;
4. Рівень впливу на економічні та політичні процеси в регіоні — 0,077;
5. Рівень популярності банку — 0,077;
6. Авторитет і професіоналізм президента банку — 0,054;
7. Якість надання послуг — 0,051;
8. Спроможність вирішувати нестандартні задачі, орієнтованість на клієнта — 0,049;
9. Відповідність політиці банку, інтересам регіону — 0,047;
10. Наявність задекларованої довгострокової стратегії банку — 0,045.

Населення:

1. Здатність банку формувати суспільну думку — 0,188;
2. Спроможність вирішувати нестандартні задачі, задовольняти потреби клієнта, орієнтованість на клієнта — 0,187;
3. Відповідність політики банку інтересам регіону — 0,103;
4. Гарантії, надійність, стабільність, довіра до банку — 0,083;
5. Участь у соціальних програмах — 0,059;
6. Вартість банківського обслуговування — 0,052;
7. Інноваційність, використання новітніх технологій — 0,048;
8. Участь у політичних програмах, акціях — 0,043;
9. Розвиненість філіальної мережі банку — 0,042;
10. Рівень розвитку карткових продуктів — 0,041.

Виходячи з наведених показників можна зробити висновок, що для клієнтів (обох груп) важливу роль у виборі банку відіграє імідж організації, репутація керівника, можливість здійснювати різноманітні операції та застосування установою новітніх технологій у роботі.

Грунтуючись на потребах, запитах та побажаннях клієнтів, владні структури банківських організацій розробляють та запроваджують на практиці нові досягнення, послуги, тарифні сітки, за допомогою яких привертають до себе увагу, збільшують сегмент ринку, підвищують рейтинг та зміцнюють свою конкурентоспроможність.

На даному етапі розвитку існує багато можливих методів та шляхів зміцнення позицій та боротьби з конкурентами. Проте, їх вибір цілком залежить від пріоритетної діяльності банку, бажаного розміру кредитного та депозитного портфелів, кількості карткових продуктів тощо. Зокрема, для розміщення більшої кількості коштів (кредитів) банкам пропонується дотримуватися наступних орієнтирів [4]: зважено підходити до процесу кредитування; забезпечувати достатній рівень прибутковості кредитних операцій за рахунок надання кредитних послуг позичальникам із високим

кредитним рейтингом; підвищувати конкурентоспроможність за рахунок найвищої якості обслуговування та застосування новітніх кредитних продуктів тощо.

З іншого боку, існує думка [5], що конкурентоспроможність банку в цілому, а не окремих напрямків діяльності, можливо підвищити за рахунок зменшення та оптимізації операційних витрат. Ідея даного способу полягає в запровадженні технологічних рішень, що дозволяють знизити трудомісткість операцій (наприклад, використання онлайн-замовлень при роботі з клієнтами) та використанні сучасних низькозатратних каналів продажу (наприклад, систем дистанційного банківського обслуговування).

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що на сучасному етапі розвитку банківській системі України взагалі та окремим банківським організаціям для подальшого сталого функціонування необхідні певні зміни та інновації, направлені на закріплення конкурентних переваг. В своїй діяльності фінансовим установам слід, перш за все, враховувати побажання більшості клієнтів, а також застосовувати передові технології задля складання позитивного іміджу та, в той самий час, й значної економії витрат, пов'язаної з використанням великої кількості працівників, утриманням робочих місць тощо.

Бібліографічний список

1. **Савушкина Ю.В.** Управление конкурентоспособностью коммерческого банка на основе развития сети филиалов.: Автореферат диссертации кандидата экономических наук. С-Петербург, 2006 г. — 19 с.
2. **Зражевский В.В.** Теоретические и методологические основы обеспечения конкурентоспособности банковской системы Российской Федерации.: Автореферат диссертации кандидата экономических наук. С-Петербург, 2008г. — 38 с.
3. **Акушев М.Б.** Проблемы устойчивости коммерческих банков в конкурентной среде. — М.: РАГС, 2006. — 514 с.
4. **Ступка Н.М.** Конкурентоспроможність комерційних банків на ринку кредитних ресурсів.// Науковий вісник. — вип. 14.4, 2004р. — с. 303– 308.
5. Повышение конкурентоспособности банка за счет оптимизации операционных затрат // Режим доступа:
http://www.deloitte.com/view/ru_UZ/uz/8540/14448/176405/b9a7066f0f001210VgnVCM100000ba42f00aRCRD.htm.