

Юлія Олександрівна САМБОРСЬКА-МУЗИЧКО

аспірантка кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
E-mail: Julia-samborska@rambler.ru

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ АНАЛІЗУ ПРИ ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ
БАНКУ**

Самборська-Музичко, Ю. О. Конкурентоспроможність як об'єкт аналізу при формуванні стратегії банку [Текст] / Юлія Олександрівна Самборська-Музичко// Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. – Том 17. – № 1. – С. 181-188. – ISSN 1993-0259.

Анотація

У публікації узагальнено поняття конкурентоспроможності як економічної категорії та визначено особливості його розуміння. Досліджено природу останньої як похідного поняття, яке сформувалося при існуванні такого ринкового елемента, як конкуренція. Зазначено перелік переваг конкурентоспроможності для банківського сектору економіки та, як наслідок, основних функцій конкуренції для установ банків. Визначено, що є предметом, об'єктом та суб'єктом банківської конкуренції. Запропоновано перелік чинників, на які варто звертати увагу при аналізі конкурентоспроможності банківської установи для розробки ефективної стратегії банку. Також визначено важливість самого стратегічного аналізу для формування, корегування та зміни стратегії діяльності банку. Розроблено та схематично наведено систему проведення аналізу при побудові банківської стратегії. Визначено вплив кожного кроку аналітика на дії управлінців відносно формування чи зміни стратегії банку. Запропоновано і обґрунтовано необхідність визначення та вивчення категорії «довіри» клієнта до банку. Охарактеризовано категорію «довіри» клієнта до банку як важливого сучасного фактору, від якого залежить рівень та об'єм фінансових потоків банку, що призводить до покращення конкурентоспроможної позиції установи на ринку.

Ключові слова: конкуренція; конкурентоспроможність; аналіз конкурентоспроможності; стратегія; стратегічний аналіз; «довіра» клієнта.

Yulia Oleksandrivna SAMBORSKA-MUZYCHKO

PhD Student,
Department of Credit and Budget Institutions Accounting and Economic Analysis,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
E-mail: Julia-samborska@rambler.ru

COMPETITIVENESS AS AN OBJECT OF ANALYSIS IN BANK'S STRATEGY FORMING

Abstract

This paper summarizes the concept of competitiveness as an economic category and peculiarities of its understanding. The nature of competitiveness as the derivative concept, which was formed along with the existence of such a market element as the competition. The advantages of competitiveness for the banking sector and, as a result, the main functions of competition for the bank institutions are indicated. The subject, object and subject of banking competition are determined. A list of factors that are worth paying attention while conducting the analysis of the competitiveness of the banking institution for the development of an effective bank strategy has been indicated. Also the importance of strategic analysis for the formation, correction, and changing of the strategy of the bank has been worked out. The system of conducting of analysis while making the banking strategy has been developed and presented schematically. The influence of each step of an analyst on the actions of managers as for the formation or changes in bank strategy is determined. The necessity of identifying and studying the category of "trust" of the client to the bank is proposed. It has been characterized the category of "trust" of the client to the bank as an important contemporary factor which determines the level and scope of financial flows of the bank. This fact can lead to the improvement of the competitive position of the institution in the market.

Вступ

Формування ринкової економіки сприяє розвитку конкуренції на ринку. Це ж стосується й банківського сектору, зокрема його учасників. Така ситуація викликає конкурентну боротьбу на ринку банківських послуг. Остання зазвичай спрямована на досягнення позицій лідера у галузі бізнесу, але саме серед тих організацій, що охоплюють сегмент ринку, який збігається загалом або частково.

Рівень, на якому знаходиться певний представник сектору, та умови, за яких здійснюється конкурентна боротьба на ньому, привертають увагу фахівців до таких процесів. Але наразі важливість аналізу конкурентоспроможності установи банку при формуванні його стратегії мало досліджено взагалі. Крім того, привабливість банківської установи для клієнта має прямий вплив на рівень фінансових потоків, що відповідно впливає на рівень конкурентоздатності банку на ринку. Таким чином, саме це та нестача обґрунтованих рекомендацій стосовно необхідності аналізу рівня установи у конкурентній боротьбі та залежність від довіри клієнтів визначає актуальність наукового дослідження.

Дослідження конкурентоспроможності банків викладені в наукових працях Гірченка Т. Д., Заруби Ю. О., Касьянова Н. В., Качурина А. А., Тігіпка С. Л., Ткачука В. О., Крім того, аналізу конкурентоспроможності присвячені роботи Медведєва М. В., Савчука С. І., І Фоміна І. та інших. Теоретичним аналізом у цій сфері займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як: Азоєв Г. Л., Балабанова Л. В., Волощук І, Волошко І. В., Деніелс Д. Д., Єрмолов М. О., Заруба Ю. О., Іванов Ю. Б., Качаліна Л. М., Коробов Ю. І., Лютий І., Парасій-Вергуненко І. М., Портер М., Самойлов Г. О., Шпиг Ф. І., Фатхутдінов Р. А., Федулова Л., Юрчук О. та багато інших. Аналіз робіт вітчизняних та зарубіжних науковців показує, що вчені розходяться у визначенні економічної категорії, проте дотримуються однієї позиції стосовно її сутності. Однак недостатня увага звертається саме на конкурентоспроможність як специфічну характеристику банківської установи для формування ефективної банківської стратегії.

Актуальність аналізу конкурентоспроможності установи при формуванні стратегії банку полягає у виявленні та розробці основних етапів його проведення та їх вплив на побудову стратегії у взаємозалежній формі. А також визначення основної ролі відносин «довіри» клієнтом банку у цьому процесі.

Мета статті

Головною метою статті є визначення та формування взаємозв'язку аналізу конкурентоспроможності з побудовою стратегії банку та вплив на їх взаємодію фактора «довіри» клієнта до банку як результату ефективного та успішного співвідношення показників аналізу та формування стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження

Важливим завданням для банків є питання конкурентоспроможності на ринку послуг. Сучасні риси ведення банківського бізнесу характеризуються негативними наслідками кризових явищ, ознакою яких є підвищення банківських ризиків, падіння довіри до банків, масового відпливу грошових коштів із банківського сектору, збільшення частки проблемних заборгованостей. Основою ефективної та стабільної банківської системи є спроможність банків успішно тримати конкурентні позиції за умов постійної зміни зовнішнього середовища. Тобто гнучкість у реагуванні на зміни ринкових показників, пошук та створення нових продуктів, що забезпечать потреби споживача – це є спроможність банку впливати на показники власної конкурентоспроможності. А отже, конкурентоспроможність банків є узагальненим показником фінансової стабільності та стійкості банківської установи, а також її здатності забезпечити собі лідерські чи кращі позиції в умовах високої конкуренції.

Аналіз та дослідження робіт вітчизняних та зарубіжних науковців показує, що автори розходяться у визначенні економічної категорії, проте дотримуються однієї позиції стосовно її сутності. Однак недостатня увага звертається саме на аналіз конкурентоспроможності як специфічної характеристики банківської установи для формування ефективної банківської стратегії.

Під поняттям конкурентоспроможності зазвичай прийнято розуміти здатність організації (економічної одиниці) отримувати кращі результати в досягненні поставлених цілей. Тобто, це є поняттям ефективності (якісної характеристики) функціонування об'єкта в певному часовому проміжку в умовах суперництва (конкуренції) на ринку.

Конкурентоспроможність – це боротьба між суб'єктами господарювання на ринку, що призводить до їх здатності володіти кращим рівнем реального чи потенційного задоволення попиту споживача порівняно з аналогічними суб'єктами, що репрезентовані на певному ринку.

Конкурентоспроможність дозволяє визначати здатність витримувати конкуренцію організацією порівняно з іншими суб'єктами-аналогами. Тобто є характеристикою порівняння установ, яка визначає сукупний рівень переваг оцінюваних показників діяльності, що ілюструють кращі чи більш успішні результати діяльності у певний період часу відносно до сукупних показників.

Важливо зауважити, що така економічна категорія, як конкурентоспроможність, є показником, який визначається за умови аналізу групи організацій, що належать до однієї галузі, та є відносним показником (оскільки для його визначення необхідно проводити порівняння всіх об'єктів з певним серед обраної групи установ). Так, наприклад, одна установа може бути конкурентоспроможною серед установ певного сегменту, а на регіональному рівні - ні. Тобто аналіз за показником конкурентоспроможності здійснюють за умови існування у обраної аналітичної групи єдиної стратегічної зони функціонування. Або ж аналізують конкретні одиниці діяльності диверсифікованої установи відповідно до їх сфер спрямованості. Банки зазвичай аналізують за сферами їх функціонування (спрямованості) чи за продуктом (послугами), які вони реалізують.

Зрештою така категорія, як конкурентоспроможність, призводить до необхідності створення установою відмінних конкурентних переваг властивості установи та її продуктів, що зумовлюють залучення найбільш привабливих споживчих сегментів. Таким чином конкурентоспроможність є похідним поняттям, яке сформувалося при існуванні такого ринкового елементу, як конкуренція.

Отже, справедливим буде визначення характеристики переваг конкуренції для банківського сектору:

1. Конкуренція є механізмом регулювання пропорцій виробництва товарів (послуг);
2. Це рушійна сила розширення асортименту;
3. Сприяє підвищенню якості, впровадженню інновацій, збільшенню продуктивності;
4. Економії ресурсів з метою одержання більшого прибутку, тобто сприяє раціональнішому розподілу ресурсів [1, с. 18].

Основні функції конкуренції при цьому такі:

- *регулювальна* - взаємодія попиту та пропозиції через механізм цін (ринок регулює економічну діяльність усіх його суб'єктів);
- *алокаційна* - розміщення та розподіл ресурсів і вироблених благ між потребами, суб'єктами здійснюється за критерієм їх максимальної віддачі та ефективного використання всіх виробничих можливостей;
- *адаптаційна (стимулювання)* - конкуренція стимулює та примушує агентів ринку до інновацій, пошуку і впровадження нововведень з метою задоволення попиту споживачів та забезпечення власного функціонування;
- *контролю* - конкуренція сприяє самостійному контролю банками впливу на співвідношення ціна-якість товарів (послуг) [2].

Будь-яка конкуренція як форма суперництва суб'єктів господарювання має власні засоби реалізації, об'єкти та предмети здійснення. Для банківських установ такими є наступні:

- Предмети - банківські продукти;
- Об'єкти - споживач, а саме - потреби груп споживачів, які входять до цільового ринку;
- Суб'єкти - ті учасники ринку, які здатні задовольнити потреби цільових ринків та прагнуть це зробити, реалізуюючи господарську діяльність на ринку.

Для банків предметом конкуренції є їх послуги, а саме продукти-послуги, що вони реалізують, через які суперники намагаються завоювати прихильність та кошти споживача. У широкому ж значенні це є задоволення конкретної потреби [3, с. 14]. Розпочинаючи випуск послуги, банк повинен детально проаналізувати, як виникає потреба і як споживач приймає рішення про купівлю, тобто, як зазначає Ф. Котлер [4, с. 56], спочатку виникають бажання-конкуренти, тобто споживач починає міркувати, на що саме витратити певну суму коштів. Якщо ж вже прийняте рішення про купівлю певного типу товару, то з'являється кілька варіантів покупки, так звані товарно-родові конкуренти. А після вибору однієї альтернативи виникає цілий перелік товарно-родових конкурентів, тобто різновидів послуг. Далі споживач починає аналізувати різні марки-конкуренти та установи-конкуренти, що надають дані послуги. Тому банку, визначаючи конкурентів, доцільно встановити виробників послуг-аналогів, послуг-субститутів, наявність послуг, істотно відмінних від певного, але здатних задовольнити цю потребу, а також з'ясувати, чи не існує загрози існуванню самої потреби.

Об'єктом конкуренції звісно ж є споживач. Виокремлення предмета і об'єкта конкуренції свідчить, що в конкурентній боротьбі є дві сфери впливу: товар-послуга (предмет) - з одного боку, споживач (об'єкт) - з іншого, а значить, і різні методи та засоби конкурентної боротьби. Суб'єктами конкуренції є в такому випадку самі банківські установи*. Існують різні види конкуренції.

*Але важливо визначити, чи є банкам конкурентами небанківські кредитні установи, що надають аналогічні послуги.

Інтенсифікація зв'язків та посилення взаємозалежності саме суб'єктів світової економіки зумовлюють зосередження уваги вчених на проблемах аналізу конкурентоспроможності установ як передумови розробки оптимальних конкурентних стратегій та мінімізації ризиків у ринковій діяльності суб'єктів [2]. Тобто у банківських установ виникає необхідність розробляти чіткі плани щодо реалізації власного потенціалу, для формування власних ринкових переваг.

Банківська конкуренція за структурою може виникати між банківськими продуктами та між банківськими установами, що пропонують продукти для задоволення потреб споживачів [5, с. 104-107]. Але, за суттю, конкурентна позиція банку (його конкурентоспроможність) залежить від багатьох факторів, у тому числі - і головного – конкурентоспроможного продукту, що пропонується певною банківською установою. Тобто, конкуренцію необхідно розглядати як процес суперництва, що відбувається між суб'єктами ринку, які одночасно зацікавлені в досягненні однієї й тієї ж мети, в процесі якого вони намагаються забезпечити собі переваги на ринку [6].

Тому аналізуючи конкурентоспроможність певного окремого банку, важливо звертати увагу на основні чинники:

- спроможність установи вчасно і адекватно реагувати на коливання в економічній ситуації регіону (країни, світу);
- імідж чи репутація банку;
- можливість надання комплексу банківських послуг;
- відкритість, комунікація банку з клієнтами;
- інноваційні види послуг;
- розвиток мережі філій;
- висока якість пропонованих послуг;
- сучасна інфраструктура обміну інформацією;
- кваліфіковані кадри;
- розмір статутного капіталу;
- розмір активів;
- наявність валютної чи генеральної ліцензії;
- стійка клієнтура;
- кореспондентська мережа;
- система розрахунків та спектр послуг;
- грамотний менеджмент;
- накопичений досвід роботи тощо [5, с. 4].

Отже, конкурентоспроможність банку – спроможність витримувати конкуренцію з іншими банківськими установами та суб'єктами господарювання, які задовольняють потреби споживчого цільового ринку.

Для адекватного управління конкурентоспроможністю, у розумінні “сукупності заходів щодо систематичного вдосконалення продуктів (послуг), постійного пошуку нових каналів його збуту, нових споживчих сегментів, поліпшення сервісу, активізації реклами ” [5, с. 4], необхідною умовою є проведення сукупного аналізу банківської установи та її діяльності.

Тому особливого значення стратегічний аналіз як процес оцінки конкурентоспроможності установи починає набувати в умовах конкуренції на банківських ринках та введення певних нових обмежень з боку регулюючих установ (для України це Національний банк України – як центральний банк України) в кризовий період, що може призводити до банкрутства банків [7, с. 18].

Але виникає проблема складності аналізу конкурентоспроможності установи, яка полягає в тому, що воно є відкритою реактивною системою, яка здійснює активний обмін інформацією із зовнішнім середовищем: генерує і поставляє власну інформацію як у внутрішнє, так і зовнішнє середовище, а також сприймає та реагує на зовнішню інформацію [8, с. 189].

Стосовно ж етапів проведення стратегічного аналізу конкурентної позиції банку на ринку, то важливо пам'ятати, що такий аналіз зосереджується на комплексному дослідженні факторів, які банк може використати для свого розвитку в довготривалій перспективі. Тому не слід відкидати і вплив інших факторів на формування стратегії банку.

А отже, спробуємо виділити основні етапи стратегічного аналізу конкурентоспроможності в системі управління банком (рис. 1.).

Відповідно до схематичного зображення етапів аналізу діяльності банку на рисунку 1, можна зрозуміти, що система аналізу є не послідовною, а паралельною, де майже кожен з етапів має безпосередній вплив на інший наступний чи попередній. Тобто система аналізу конкурентоспроможності є нескінченно існуючим механізмом досягнення цілей, формує стратегію банку, основною метою якої стає високий рівень конкурентоспроможності установи. Таким чином аналіз конкурентоспроможності постає у нерозривному зв'язку з формуванням стратегії самого банку.



Рис. 1. Етапи стратегічного аналізу в системі управління банком*

* Розроблено автором

Тому, відповідно до розроблених основних етапів стратегічного аналізу конкурентоспроможності банку, схематично можна сформувати систему формування стратегії банку через призму аналізу та зміни показників конкурентоспроможності установи в динаміці (рис. 2.).

Зважаючи на те, що поняття конкурентоспроможності є характеристикою динамічності та якості функціонування установи в певному часовому проміжку та показником перспектив його подальшого функціонування для споживача, то серед критеріїв аналізу не доцільно, на нашу думку, зосереджувати увагу саме на прибутку та прибутковості установи (він є лише одним із критеріїв оцінки реалізації потенціалу). Тобто такі елементи, як активи чи капітал, як абсолютні показники, у сучасних умовах, є не головними, але базовими складовими для аналізу рівня конкурентоспроможності банку.

Головним в аналізі конкурентоспроможності є можливість визначити вплив критерію довіри до банку споживачами, тобто рівень його «надійності», з точки зору клієнта. Саме споживчий сектор (клієнти) як ресурс функціонування компанії може прийняти рішення, який з банків на певний момент та в найближчому майбутньому є «надійним» для збереження та примноження активів споживача. Іншими словами, споживач стане клієнтом саме того банку, до якого має вищий рівень довіри.

Зміст цього припущення полягає у тому, що відносини банку зі споживачем передбачають довгостроковий характер, тобто споживач не просто здійснить одноразове придбання послуги банку, він і надалі певний період часу (в довгостроковій перспективі) продовжить співпрацювати з банком, де об'єктом співпраці виступають фінансові активи, які виступають основною причиною доскіпливого вибору банку-контрагента. Сукупність аналітичних показників конкурентоспроможності банків можна вивчати та обраховувати будь-яку кількість разів, роблячи прогнози та корегування у стратегіях, але цифри не формують довіри клієнта до банку, вони лише можуть сформувати спеціалістам картину ефективності функціонування установи. А формування довіри клієнтів залежить від сукупності всіх факторів: як фінансово-аналітичних, так і психологічних (ефективності менеджменту).

Важливо пам'ятати, що клієнт-позичальник не завжди буде звертати увагу на рівень надійності банку, а вкладник оцінить майбутні перспективи співробітництва. Але в обох випадках конкурентоспроможний банк має привертати до себе увагу обох клієнтів для розширення частки ринку споживачів. Саме тому, частка кредитно-депозитного ринку, що належить банку, а також темпи зростання цього показника можуть формувати критерій довіри клієнтів до установи банку, а отже, бути основним для аналізу конкурентоспроможності установи.

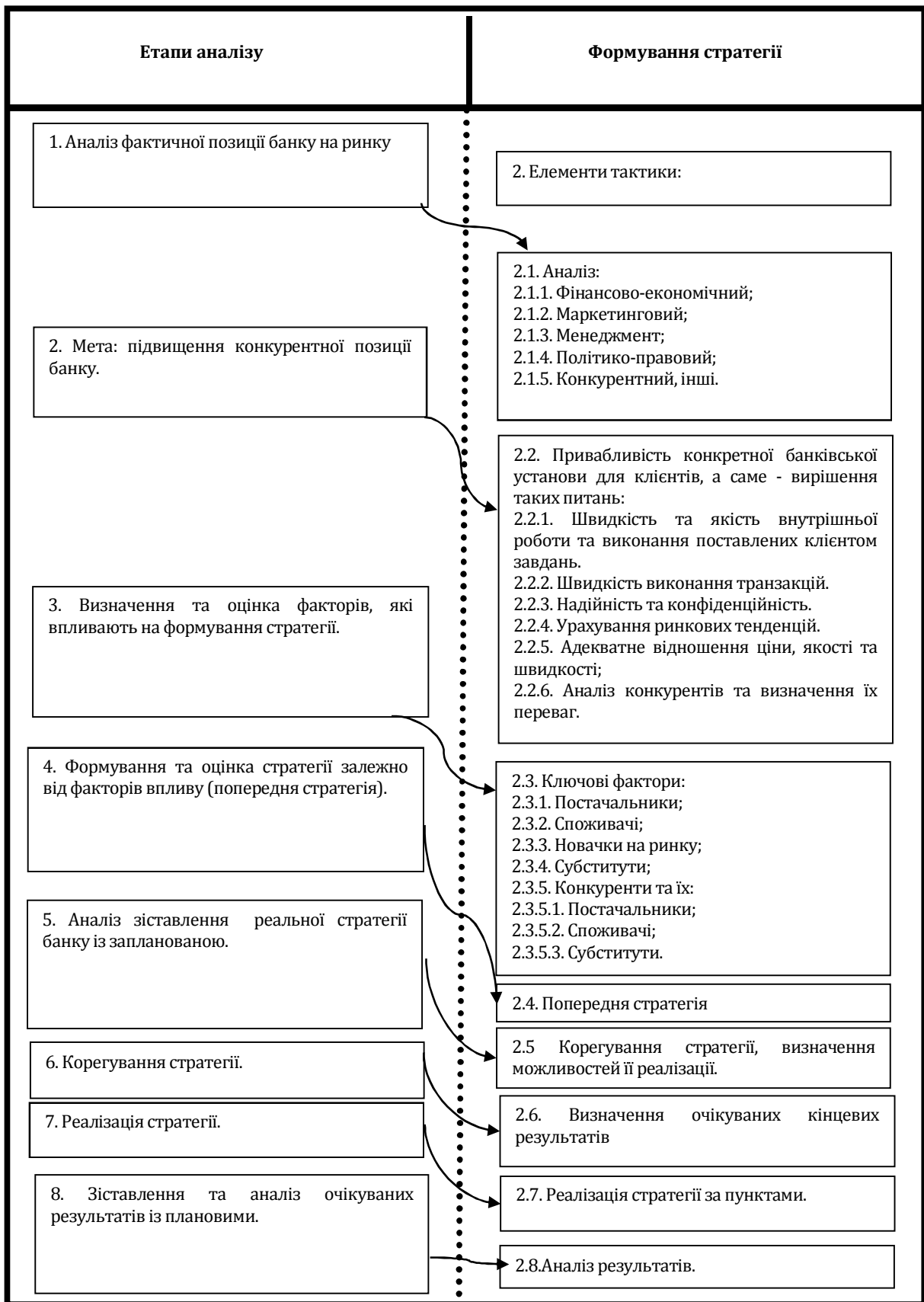


Рис. 2. Взаємозв'язок етапів стратегічного аналізу конкурентної позиції банку та формування стратегії його розвитку *

* Розроблено автором

Тобто, у сучасних умовах, на нашу думку, формулою конкурентоспроможності є співвідношення показників аналізу, побудови стратегії та «довіри» клієнта до банківської установи (рис. 3.).

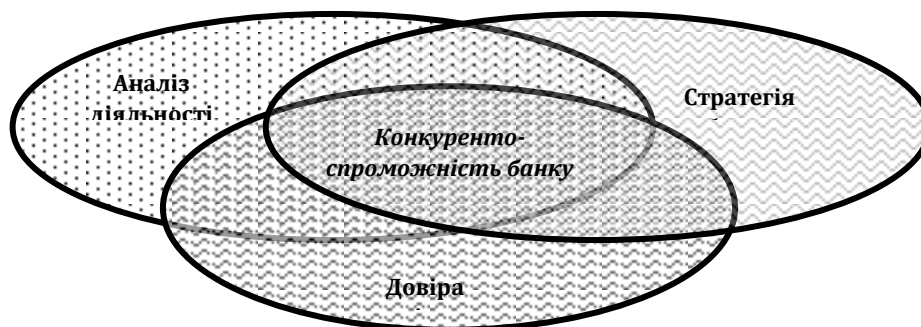


Рис. 3. Фактори формування показника конкурентоспроможності банку*

* Розроблено автором

Тому говорити про існування єдиного точного критерію аналізу конкурентоспроможності є недоцільно. Адже такий показник має містити в собі цілий перелік характеристик. Такий підхід, на нашу думку, дозволяє говорити про необхідність існування та аналізу конкурентної переваги банку як особливого фактора впливу на клієнта. Конкурентна перевага – унікальна, ключова перевага, яка дозволяє вплинути на вибір потенційного клієнта та одержати перемогу в конкурентній боротьбі на ринку.

Сам план досягнення конкурентоспроможності є стратегією банку, що характеризується активною чи пасивною позицією установи. У першому випадку банк намагається посилити свої конкурентні позиції. А у випадку пасивного характеру – утриматись на вже наявних (зафіксувати позиції) [6].

Для здійснення аналізу конкурентоспроможності менеджмент займається збором інформації (як стосовно власної установи, так і конкурентів). аналіз наявної інформації і тієї, що знаходиться у процесі надходження та оновлення і впливає на формування та корегування стратегії банку. Важливо пам'ятати, що стратегічний аналіз, в тому числі і конкурентної позиції банку, зосереджується на комплексному дослідженні факторів, які банк може використати для свого розвитку в довготривалій перспективі. Тому не слід відкидати і вплив широкого переліку факторів на формування стратегії банку.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Розвиток банківського сектору сприяє виникненню конкурентної боротьби між банкам на ринку послуг. Така боротьба зазвичай спрямована на досягнення позицій лідера у галузі серед тих установ, що мають сегмент ринку, який збігається загалом або частково.

Необхідність оцінки ринкових позицій учасників важлива для кожного окремо, але це важливо і для системи. На жаль, важливість аналізу конкурентоспроможності установи банку при формування стратегії банку мало досліджено. До того ж, привабливість банківської установи для клієнта має прямий вплив на рівень фінансових потоків. А це впливає на рівень конкурентоздатності банку на ринку.

Отже, розкритий взаємозв'язок аналізу позицій банку на ринку з формуванням стратегії його розвитку має важливе значення для розуміння та ефективного управління учасниками ринку власною діяльністю. Схематичне зображення етапів аналізу та зв'язку і побудови стратегії дозволяє більш ґрунтовно вивчити способи досягнення кращих показників конкурентоспроможності банком, що має позитивний вплив на розвиток економіки та її темпи.

А необхідність особливої уваги до фактору «довіри» клієнта є важливою умовою аналізу конкурентоспроможності у сучасних умовах. Адже клієнт є головним джерелом грошових потоків банківського сектору. Тому вивчення питання «довіри» клієнта в поєднанні з системою «аналіз-стратегія» допоможе банкам значно покращити свої конкурентні позиції.

Список літератури

1. Інструкція про порядок регулювання та аналіз діяльності комерційних банків: Затв. постановою правління НБУ від 28 серпня 2001р. № 368. - Режим доступу: www.rada.gov.ua.
2. Офіційний сайт НБУ. - Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
3. Електронне джерелою –Режим доступу: <http://www.sm-p.msk.ru/cntnt/glavnaya.html>.
4. Піддубна, Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління [Текст] : монографія / Л. І. Піддубна. - Х. : ВД "ІНЖЕК", 2007. - 368 с.

-
5. *История международных кризисов – 2008 г. – Режим доступа: <http://www.assessor.ru/forum/index.php?t=788>.*
 6. *[Электронне джерело]. –Режим доступу: <http://www.Economy.nayka.com.ua/?o p = 1& z = 1659>*
 7. *Системные закономерности и системная оптимизация [Текст] / Прангшвили И. В., Бурков В. Н., Горчидзе И. А. и др. - М., Синтез, 2004. - 208 с.*
 8. *Методи оцінювання конкурентоспроможності банку [Текст] / М. М Трецов. – Економічний простір. – 2009. – №23/1.*

References

1. *Instructions on how regulation and analysis of commercial banks: approved. NBU Resolution of 28 August 2001. № 368. (2001). Retrieved October 07, 2014, from www.rada.gov.ua.*
2. *Official Site NBU. (2014). Retrieved October 07, 2014, from <http://www.bank.gov.ua>.*
3. *(n.d.). Retrieved October 07, 2014, from <http://www.sm-p.msk.ru/cntnt/glavnaya.html>.*
4. *Piddubna, L. I. (2007). The competitiveness of economic systems: theory, mechanism for management and control. Kharkiv : INZHEK.*
5. *The history of international crises – 2008. (2009). Retrieved October 07, 2014, from <http://www.assessor.ru/forum/index.php?t=788>.*
6. *(n.d.). Retrieved October 07, 2014, from <http://www.economy.nayka.com.ua/?o p = 1 & z = 1659>.*
7. *Prangishvili, I. V., Burkov, V. N., Gorchidze, I. A. (2004). System laws and system optimization. Moscow : SINTEG.*
8. *Treschov, M. M. (2009). Methods of assessment of the competitiveness of the bank. Economic Space, 23/ 1.*

Стаття надійшла до редакції 01.09.2014 р.