

УДК 336.7

Мстоян К.В.,
асистент, КрЕІ ДВНЗ «КрНУ»
Тарасенко М.В.,
студентка, КрЕІ ДВНЗ «КрНУ»

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ БАНКУ: СУТНІСТЬ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ

Проведено морфологічний аналіз та виділено основні підходи до трактування дефініції «конкурентоспроможність банку». Наведено та охарактеризовано складові конкурентоспроможності банківської установи. Досліджено взаємозв'язок понять «конкурентоспроможність банку» та «конкурентоспроможність банківського продукту». Досліджені зовнішні та внутрішні фактори впливу на рівень конкурентоспроможності банку.

Ключові слова: конкурентоспроможність банку, конкурентоспроможність банківського продукту, якість продукту, конкурентна боротьба, конкурентні переваги, потенціал банку, ефективність банківської діяльності, фактори конкурентоспроможності банку.

ВСТУП

За останні роки комерційні банки України зіткнулись з багатьма змінами на фінансовому ринку, що характеризуються збільшенням асортименту банківських продуктів, впровадженням сучасних інформаційних технологій в управління банками, консолідацією або скороченням кількості банків тощо. Розширення напрямків діяльності банків у сфері банківських послуг, а саме послуги населенню, та впровадження нових послуг — один з шляхів вирішення завдання адаптації комерційних банків до постійно змінюваних умов фінансового ринку, розробки пріоритетних ринкових ніш і сегментів.

Посилення банківської конкуренції відбувається в умовах фінансової нестабільності, а також значного зниження рівня довіри клієнтів до банківських установ. Саме конкуренція у банківському секторі спонукає розширенню спектру банківських продуктів та послуг вищої якості та за доступними цінами. Без підвищення рівня конкурентоспроможності банку та його послуги (продукту) неможлива ефективна діяльність банку, що дозволяє отримати прибуток та утримувати стійке положення на ринку.

Дослідженню сутності дефініції «конкурентоспроможність» приділяли увагу вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема М. Портер, Д. Деніелс, Л. Радеба, Р. Фатхутдінов, Ю. Продіус, Б. Губський, І. Шевченко, О. Александрова та інші. Окремо досліджувалось поняття «конкурентоспроможність банку», що зацікавило І. Лютого, Ю. Зарубу, І. Фоміна, Л. Федулова, С. Козьменко. Широке використання економічної категорії конкурентоспроможності банку в наукових дослідженнях зовсім не є показником її повної визначеності. Донині вчені не дійшли єдиної думки щодо змісту цієї категорії. Їх погляди перекликаються в основному змісті поняття, але є дещо відмінними в його доповненнях. Саме це спонукає до продовження дослідження сутності конкурентоспроможності банку, а також факторів впливу на неї.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є аналіз авторських позицій щодо визначення поняття «конкурентоспроможність банку» як економічної категорії та їх узагальнення, а також дослідження факторів, що на неї впливають.

РЕЗУЛЬТАТИ

На початку дослідження слід звернути увагу на багатозначність трактувань сутності поняття «конкурентоспроможність» різними вченими-економістами (табл. 1).

Багатогранність авторських позицій, щодо сутності економічної категорії «конкурентоспроможність» пов'язано:

- 1) з ототожнюванням дефініцій «конкурентоспроможність організації» та «конкурентоспроможність продукції або послуги»;
- 2) з рівнем поняття «конкурентоспроможність»: мікрорівень (товари або послуги), мезорівень (організація, у тому числі банківські установи) та макрорівень (національна економіка або країна);
- 3) із заміною одного поняття іншим (конкурентний статус, конкурентний рівень);
- 4) з характеристикою будь-якої окремої складової конкурентоспроможності організації: конкурентоспроможність виробничого потенціалу, трудового потенціалу та інше.

Аналіз наведених поглядів дозволяє констатувати, що конкурентоспроможність установи є результатом поєднання індивідуальних її властивостей, що дозволяють виступати на ринку та

Таблиця 1. Наукові позиції щодо розкриття сутнісної характеристики дефініції «конкурентоспроможність» *

Визначення	Автор	Джерело
Властивість суб'єкту ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там конкуруючими суб'єктами	М. Портер	[1]
Реальна чи потенційна можливість підприємств виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими, ніж товари конкурентів	Д. Дениелс, Л. Радеба	[2]
Здатність витримувати конкуренцію в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку	Р. Фатхутдінов	[3]
Здатність виробництва як складної організаційно-економічної системи забезпечувати випуск конкурентоздатної продукції, швидко та адекватно реагувати на перманентний попит споживачів, гнучко пристосовуватись, мати комерційний успіх в умовах конкуренції, необхідний для подальшого розвитку та функціонування	Ю. Продіус	[4]
Обумовлено економічними, соціальними і політичними факторами стійке становище країн або товаровиробника на внутрішньому і зовнішньому ринках	Б. Губський	[5]
Наявність певних властивостей і спроможностей суб'єкта, що дозволяють йому брати участь в економічному змаганні.	І. Шевченко, О. Александрова	[6]

* Складено авторами

утримувати вигідну позицію серед інших учасників, а також здатності виробляти доступні, затребувані та якісні продукти.

В економічній літературі окрема увага приділяється дослідженню конкурентоспроможності банківських установ. Позиції авторів щодо визначення змісту цього поняття наведено нижче (табл. 2).

Таблиця 2. Визначення поняття «конкурентоспроможність банку» *

Визначення	Автор	Інформаційний ресурс
Рівень їх готовності ефективно надавати конкурентні фінансові послуги, забезпечувати високу фінансову стійкість і динамічно розвиватися, враховуючи загальноекономічне і соціальне-політичне становище держави та протидіючи різноманітним зовнішнім і внутрішнім ризикам	І. Лютий	[7]
Відображає успішність його функціонування в процесі набуття, утримання та розширення ринкових позицій, що передбачає здатність банківської установи забезпечувати відповідність власних послуг запитам споживачів та протистояти негативному впливу зовнішнього середовища	Ю. Заруби	[8]
Ступінь привабливості банку для реальних і потенційних клієнтів, який дає змогу отримати певні переваги у формуванні впливу на ринкову ситуацію у власних інтересах	І. Фомін	[9]
Здатність витримувати конкуренцію з іншими банківськими установами та суб'єктами господарювання, які задовольняють наявні потреби на споживчому цільовому ринку	Л. Федулова та І. Волощук	[10]
Можливість здійснення ефективної господарської діяльності та досягнення практичної довідкової реалізації своїх послуг в умовах конкурентного ринку	С. Козьменко	[11]
Потенційні і реальні можливості кредитної організації створювати і просувати на ринок конкурентоспроможні продукти та послуги, формувати позитивний імідж надійного і сучасного банку, що відповідає усім вимогам клієнта	Н. Казаренкова	[12]

* Складено авторами

Розглянувши авторські позиції щодо визначення поняття «конкурентоспроможність банку» можна виділити декілька сформованих підходів:

- 1) конкурентоспроможність як здатність (спроможність) ефективно використовувати наявні в банку ресурси та забезпечувати високий рівень конкурентного статусу банку;
- 2) конкурентоспроможність як можливість здійснювати ефективну господарську діяльність, створювати і просувати на ринок продукти та послуги; формувати імідж банку;
- 3) конкурентоспроможність як наявність конкурентного потенціалу для створення та реалізації конкурентних переваг установи;
- 4) конкурентоспроможність як стан, що забезпечує стабільне підвищення продуктивності діяльності, адаптації до змін у зовнішньому середовищі;
- 5) конкурентоспроможність як характеристика, що визначає конкурентні переваги товару або послуги на ринку по відношенню до конкурентів;
- 6) конкурентоспроможність як рівень відповідальності вимогам клієнта та ринку;
- 7) конкурентоспроможність як узагальнююча оцінка конкурентних переваг у порівнянні з конкурентами.

Проаналізувавши сутність категорії «конкурентоспроможність банку» в багатьох літературних джерелах, узагальнюючи та синтезуючи їх найбільш характерні особливості, можемо надати узагальнене визначення даної категорії. Отже, на думку авторів, «конкурентоспроможність банку» — це здатність банку набувати або володіти певними якостями, властивостями, що впливають на результативність його діяльності в умовах конкурентних змагань, а також спроможність надавати доступні і якісні послуги.

У загальному випадку під конкурентоспроможністю прийнято розуміти здатність конкурувати на ринку товарів і послуг. Тому, розглядаючи конкурентоспроможність банку, не можна залишити поза увагою конкурентоспроможність банківських продуктів (послуг), оскільки ці два поняття співвідносяться між собою як ціле і частка (рис. 1).

Першочерговим завданням, будь-якого банку, є саме забезпечення конкурентних переваг для утримання високих позицій на ринку серед прямих та потенційних конкурентів. Для забезпечення даних конкурентних переваг банку, використовують певні засоби, які поділяють на: переваги в умінні (інноваційна діяльність банку) та переваги в ресурсах [13].

Таким чином, складовими конкурентоспроможності банку правомірно виступають: конкурентоспроможність продукту, конкурентні переваги, здатність вести конкурентну боротьбу (стримувати вплив внутрішніх та зовнішніх чинників), наявний потенціал банку.

За одним із існуючих в літературі підходом конкурентоспроможність банку визначається як можливість здійснювати ефективну господарську діяльність. І, на нашу думку, ефективна діяльність є важливою складовою конкурентоспроможності банку, що визначається розміром отриманого прибутку та рівнем рентабельності (прибутковості).

Визначальною складовою конкурентоспроможності банку слід виділити саме конкурентоспроможність його продуктів та послуг. На нашу думку, ця складова за рівнем значення у досягненні максимального рівня конкурентоспроможності, поряд із конкурентними перевагами, стоїть на першому місці. Прибуток банку залежить від кількості реалізованих послуг, яка, в свою чергу, напряму залежить від їх якості. Саме тому у конкурентній боротьбі на ринку банківських послуг найбільш дієвим інструментом є їх якість (у ціновому та змістовому аспектах).

Поняття «конкурентоспроможність послуги» є окремим цікавим об'єктом економічних досліджень. Змістовність категорії «конкурентоспроможність банківської послуги або продукту» з погляду різних науковців показано в табл. 3.

Сутність економічної категорії «конкурентоспроможність банківської послуги» різними науковцями розуміється в цілому однаково, а саме як сукупність вартісних та якісних характеристик даної послуги, яка забезпечує задоволення конкретної потреби клієнта.

Також однією з важливих складових конкурентоспроможності банку є саме здатність банку вести конкурентну боротьбу під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів. Здатність протистояти впливу середовища, корегування власної діяльності відповідно до фактичних умов ринку, здатність до ефективного управління всередині установи є важливими умовами для створення стійкої та конкурентоспроможної установи.

За джерелами походження усі фактори впливу на конкурентоспроможність банку можуть бути розділені на дві групи: фактори зовнішнього середовища та фактори внутрішнього середовища (рис. 2) [17].



Рис. 1. Складові конкурентоспроможності банку (Складено авторами)

Таблиця 3. Авторські позиції щодо визначення поняття «конкурентоспроможність банківської послуги або продукту» *

Визначення	Автор	Джерело
Наявність сукупності параметрів певної послуги, які могли бути виокремлені клієнтами, вигідно відрізняють цю послугу від аналогів конкурентів у цільовому сегменті ринку банківських послуг у заданий проміжок часу	І. Лютий	[14]
Сукупність споживчих властивостей даної послуги, що характеризує їх відмінність від послуг конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам з урахуванням витрат на їх придбання	Н. Колесников та інші	[15]
Сукупність якісних і вартісних характеристик послуг банку, які забезпечують їх перевагу над послугами банків-конкурентів	Е. Краснікова М. Рожков	[16]

* Складено авторами

Звичайно, дана система факторів впливу на конкурентоспроможність є узагальненою, адже не обов'язково усі з перерахованих факторів впливають на кожний банк одночасно. Крім того, з розвитком фінансової системи можуть відбуватися зміни не лише в кількості та структурі факторів, але і може змінюватись рівень впливу кожного з них.

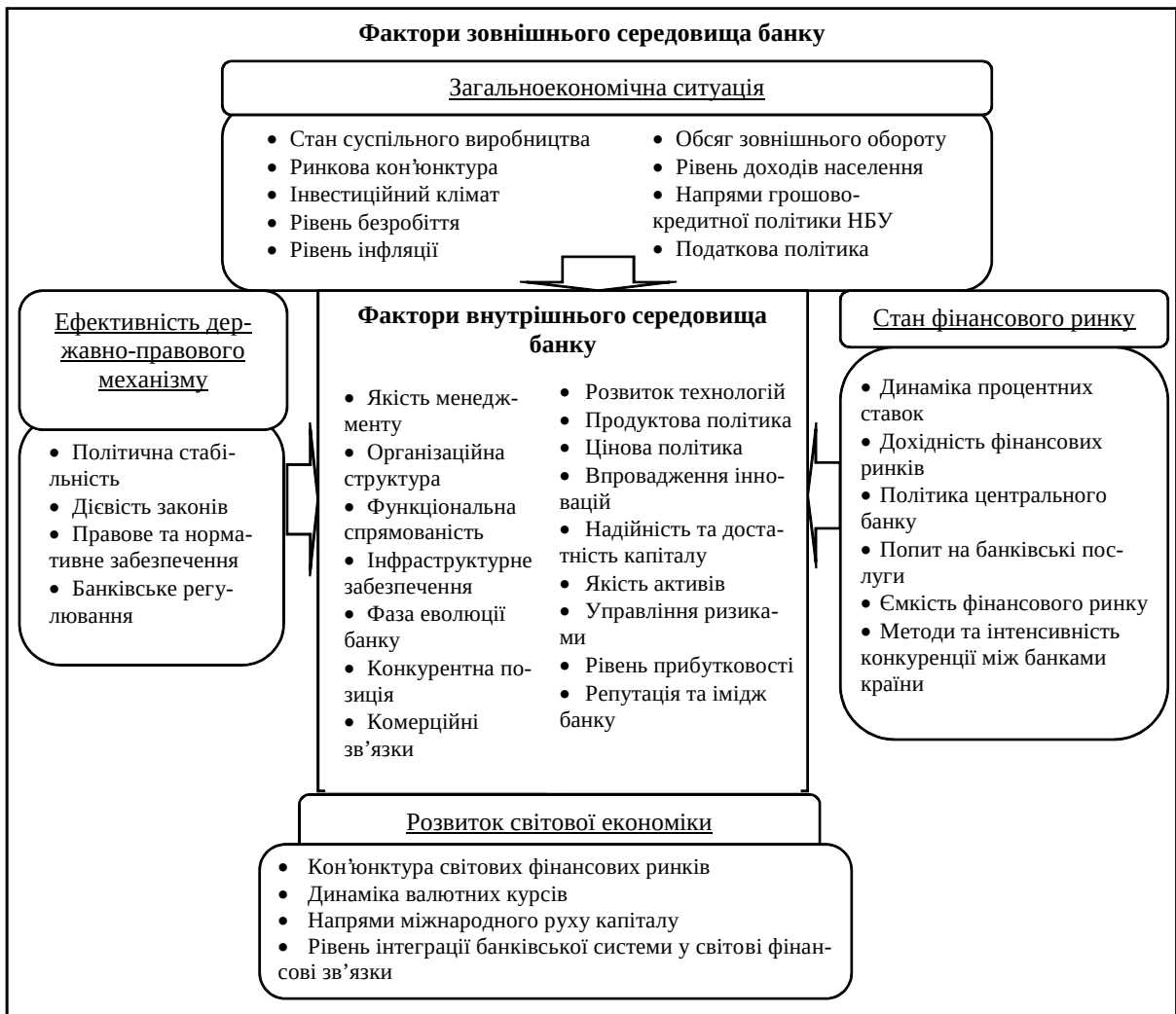


Рис. 2. Фактори конкурентоспроможності банку (Складено авторами)

Характери впливу факторів є різним. Конкурентоспроможність банку може зазнати прямого чи опосередкованого впливу. Як правило, опосередкований вплив відчувається з боку зовнішніх факторів. При цьому до нього можна лише пристосуватися, а регулюванню збоку банку він не підлягає. Проте фактори внутрішнього впливу, що діють всередині установи, є в своїй більшості керованими і за необхідності банк може скорегувати ендегенну ситуацію.

ВИСНОВКИ

Таким чином, конкурентоспроможність — одна з основних елементів успіху будь-якої організації, у тому числі банківської установи. Це багатогранна економічна категорія, яку можна розглядати, як на рівні організації, так і на рівні її послуги. Проведений аналіз наведених поглядів щодо сутності дозволяє визначити конкурентоспроможність банку як здатність набувати або володіти певними якостями, властивостями, що впливають на результативність його діяльності в умовах конкурентних змагань, а також пропонувати якісні і доступні продукти. Розглядаючи сутність поняття конкурентоспроможність банку не можна залишити поза увагою і сутність поняття конкурентоспроможність банківських послуг, оскільки вони співвідносяться між собою як ціле і частка. Конкурентні можливості окремого банку залежать, по-перше, від конкурентоспроможності пропонованих ним послуг, які здатні задовольнити потреби клієнтів як за ціною, так і за якістю.

Рівень конкурентоспроможності банку визначається впливом взаємопов'язаних факторів, які можна об'єднати у дві великі групи: внутрішні та зовнішні. Для того, щоб зберегти або підвищити конкурентоспроможність банку необхідно враховувати ці фактори та постійно спостерігати за зміною ситуації на ринку. У більшості випадків зовнішні фактори є некеровані та важко прогнозу-

вані. Повне розуміння характеру впливу факторів на діяльність банку дозволить утримувати його позицію на ринку та забезпечувати високу конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Портер Майкл Э. Конкуренция: [уч. пос.] / Майкл Э. Портер — Пер. с англ.— М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. — 480 с.
2. Дениелс Д.Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / Д.Д. Дениелс, Л.Х. Радеба — Пер. с англ.; 6-е изд. — М.: Дело, 1994. — 123 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. — М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. — 892 с.
4. Продіус Ю.І. Формування системи забезпечення конкурентоспроможності промисловості: [монографія] / Ю.І. Продіус. — О.: Астропринт, 1999. — 72 с.
5. Губський Б.В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі / Б.В. Губський. — К.: Наукова думка, 1998.
6. Шевченко И.В., Конкурентоспособность российской экономики: состояния и перспективы / И.В. Шевченко, Е.Н. Александрова // Финансы и кредит. — 2004. — №16 (154). — С. 49-55.
7. Лютий І. Фінансова стабільність банків як основа розвитку ринку фінансових послуг / І. Лютий, О. Юрчук // Вісник НБУ. — 2005. — №4. — С. 39-43.
8. Заруба Ю.О. Конкурентоспроможність комерційного банку / Ю.О. Заруба // Фінанси України. — 2001. — №2. — С. 119-124.
9. Фомін І. Рейтингова оцінка комерційного банку в системі діагностики його конкурентоспроможності / І. Фомін // Вісник НБУ. — 2002. — №4. — С. 11-13.
10. Федулова Л. Управління конкурентоспроможністю банків в умовах трансформаційної економіки: [монографія] / Л. Федулова, І. Волощук. — К.: Наук. Світ, 2002. — 301 с.
11. Стратегічний менеджмент банку: навч. посібник / Козьменко С.М., Шпиг Ф.І., Волошко І.В. — Суми: Університетська книга, 2003. — 734 с.
12. Конкурентоспособность коммерческого банка на региональном рынке кредитных услуг населения 2006 года: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.10 / Н.П. Казаренкова; Орловский государственный технический университет. — Орел, 2006. — 23 с.
13. Шпиг Ф.І. Конкурентоспроможність банку: фактори та критерії оцінки / Ф.І. Шпиг. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/837/1/16.4.pdf>
14. Лютий І.О. Банківський маркетинг: [підручник] / І.О. Лютий, О.О. Солодка — К.: Центр учбової літератури, 2009. — С. 93-95.
15. Маркетинг для начинающих свое дело / [Колесников Н.А., Гудыменко Н.И., Власенко А.Н., Селюкова Л.Я., Эйдельмант В.И.]. — Невинномысск: ЗАО «Невинномысская городская типография», 1998. — 138 с.
16. Красникова Е.И. Проблемы оценки конкурентоспособности кредитных услуг банков / Е.И. Красникова, М.Н. Рожков // Вестник АмГУ. — 2007. — Выпуск 39. — С. 109-114.
17. Заруба Ю.О. Фінансовий механізм підвищення конкурентоспроможності банку: дисертація канд. экон. наук: 08.04.01 / Ю.О. Заруба; Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. — К., 2003.

Стаття надійшла до редакції 14 січня 2014 року