

В структурі доходів проявляється тенденція до скорочення частки процентних доходів: так, за результатами I кварталу 2011 р. їх частка складала 85,9%, в той час як за аналогічний період 2010 та 2009 рр. вона дорівнювала 87,6% та 89,2% відповідно.

Висновки. Отже, на основі здійсненого аналізу можна зробити висновки, що незважаючи на позитивну динаміку, рівень розвитку вітчизняного банківського сектору залишається, за європейськими мірками, відносно низьким.

Ринок банківських послуг України має як позитивні, так і негативні тенденції розвитку.

Позитивні:

-зниження темпів погіршення якості кредитних портфелів внаслідок стабілізації фінансового положення існуючих позичальників і помірної активізації кредитування при більш грамотній оцінці ризиків, ніж в до кризовий період;

- видача короткострокових кредитів корпоративним клієнтам на фінансування торгівлі і оборотних операцій;

-активізація продажів проблемних активів колекторним компаніям;

-зниження збитковості банків більш ніж в три рази: якщо в 2009 році сукупний збиток НБУ склав 38,5 млрд грн, то за підсумками листопада 2011 року він скоротився до 9,4 млрд грн;

-зростання вартості застав через ріст економіки приведе до вивільнення резервів, формування яких є основною причиною збитків банків;

-поліпшення платіжної дисципліни клієнтів завдяки стабілізації їх фінансового стану, і необхідності здобуття нових кредитів в майбутньому;

-стабільність курсу гривні впродовж 2011 року;

-курс на консолідацію банківського сектору: постанова НБУ №273 і законопроект № 0884 передбачає обов'язкове збільшення регулятивного капіталу банків.

Негативні:

-дорога і малоефективна державна підтримка проблемних банків;

-витіснення кредитування реальної економіки (на реальний сектор припадає всього 20- 25% кредитів);

-рефінансування НБУ комерційних банків на суму близько 80 млрд грн, велика частина якої не повернена банками;

-погана банківська репутація: українська банківська система займає 137-е місце по надійності серед 139 учасників рейтингу конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму;

-збільшення частки російського капіталу: чотвірці російських банків (ВТБ, ПБ, Альфа, Дочірній банк Ощадбанку Росії) належить більше 10% активів БС України, більше 8% власного банківського капіталу, більше 14% корпоративного кредитного портфеля, 7% кредитного портфеля фізичних осіб.

### Література

1. Основні показники діяльності банків України станом на 01.01.2009 року // Вісник НБУ. – 2011. – № 3. – С. 49–71.

2. Основні показники діяльності банків України станом на 01.01.2010 року // Вісник НБУ. – 2011. – № 3. – С. 49–71.

3. Основні показники діяльності банків України станом на 01.01.2011 року // Вісник НБУ. – 2011. – № 3. – С. 49–71.

Надійшла 05.10.2011

УДК 336.717

М. Г. ОЛЕЩУК

Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», м. Суми

## ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

*У статті розглянуто специфічні особливості проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб. Представлено існуючі методи оцінки конкурентоспроможності послуг залежно від різних класифікаційних ознак. Запропоновано заходи щодо оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб.*

*The article describe specific features to assess the competitiveness of banking services for individuals. The existing methods for evaluating the competitiveness of services in case of different classification attributes was presented. The other offered some measures to assess the competitiveness of banking services for individuals.*

*Ключові слова: конкурентоспроможність, банківські послуги, методи оцінки, класифікація методів.*

**Постановка проблеми.** Динамічність ринку банківських послуг та загострення конкуренції на

ньому змусили банки вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг. Більшість банків обирає стратегічні орієнтири роботи на ринку залежно від суб'єктів використання: юридичні чи фізичні особи. Після наслідків світової фінансової кризи, з метою завоювання нових сегментів фінансового ринку, банки починають переорієнтовувати власну стратегію на роботу з фізичними особами, оскільки визначені напрямки роботи до кризи стали неефективними (в розрізі кредитної та депозитної політики). Створення нових послуг та підвищення конкурентоспроможності вже існуючих, суттєво залежить від кон'юнктури ринку банківських послуг. Тому актуальним питанням на сьогодні для банків стає проведення аналізу рівня конкурентоспроможності банківських послуг, які надаються саме фізичним особам.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг розглядається в наукових працях багатьох закордонних авторів, таких як: А. Сміт, М. Портер, Д. Рікардо, Ф. Котлер, К. Сімпсон, Р. Фатхудинов та ін., а також українськими вченими: С. М. Козьменком, О. В. Дзюблюком, А. С. Гальчинським, О. І. Лаврушиним, Ю. М. Лисенковим, Д. Г. Лук'яненком та ін. Але поряд з цим, подальшого дослідження вимагає ряд питань щодо визначення специфіки оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб на українському ринку, розвиток існуючих моделей та визначення можливостей їх застосування. Актуальність і теоретико-практична значущість визначеного кола питань обумовили вибір теми статті, її мети та завдань.

**Постановка завдання.** Дослідження існуючих методик оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб та визначення можливостей їх застосування для банківських послуг українських банків.

**Виклад основного матеріалу.** Методи оцінки конкурентоспроможності відрізняються залежно від підходів до розуміння об'єкту дослідження. Деякі автори [1, 2] вважають, що процес оцінки конкурентоспроможності послуг є вбудованим елементом загальної оцінки конкурентоспроможності організації, яка його створює та реалізує. Даний підхід має свої переваги, оскільки методика передбачає аналіз загальних факторів, які впливають на діяльність підприємства. Слід зазначити, що він базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим вища конкурентоспроможність його продукції.

Для визначення конкурентоспроможності продукції використовуються різні маркетингові та статистичні методи, в основі більшості яких лежить пошук співвідношення ціна–якість. На нашу думку, даний підхід має певні недоліки: в разі, якщо підприємство має дуже широкую номенклатуру продукції, процес оцінки конкурентоспроможності певного продукту може мати похибку, оскільки загальні фактори найчастіше розраховуються в середньому для всіх видів продукції.

Інша група авторів [3, 4] стверджують, що оцінка конкурентоспроможності продукту повинна проводитись самостійно, і показник конкурентоспроможності підприємства розраховується без врахування продукту. На нашу думку, даний підхід до процесу оцінки не враховує певні особливості, які сформовані нижче:

- Процес оцінки конкурентоспроможності підприємства дає змогу відповісти на питання «Чи співпадає підприємство зі своїми пропозиціями умовам ринку?». В той же час, при дослідженні конкурентоспроможності продукту увага має бути сконцентрована на питанні «Чи є сенс підприємству реалізувати даний товар?».

- Продукт є результатом діяльності підприємства, за допомогою якого він намагається отримати вигоди. В цьому випадку характеристики товару повинні задовольняти не лише вимоги споживачів, а й потреби підприємства. Тому відокремлення оцінки продукту від оцінки підприємства може повести за собою отримання розбіжних кінцевих результатів.

На нашу думку, використовуючи даний підхід до оцінки конкурентоспроможності продукту, слід враховувати комбінацію даних методів. Визначення рівня конкурентних переваг продукту, на певному сегменті ринку, повинно враховувати (а не бути елементом) оцінку конкурентоспроможності підприємства, яка, в свою чергу, повинна давати додаткову інформацію для оцінки продукту, а не використовувати даний показник в своїх інтересах. Поряд з цим, до кола розгляду доцільно включити ще один елемент, а саме «оцінку маркетингової діяльності». Одним із обов'язкових етапів оцінки маркетингової діяльності є оцінка конкурентоспроможності підприємства та продукту. Тому необхідно враховувати ті дані, які будуть отримані від оцінки. На рисунку 1 представлено взаємозв'язок визначених елементів, які пояснюються наступним чином:

- виділений елемент вважаємо за «комплексну оцінку конкурентоспроможності продукту»;
- кожен з елементів системи повинен враховувати останні, з метою комплексної оцінки;
- кожна з оцінок повинна використовувати отримані дані від інших елементів системи.

Поряд з даною класифікацією на рис. 1 представлено існуючі методи оцінки конкурентоспроможності послуг в залежності від різних класифікаційних ознак. Всі запропоновані методики можна використовувати з метою визначення рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб на різних етапах алгоритму роботи.

На сьогоднішній день банки надають широкий спектр послуг, який динамічно трансформується у зв'язку з постійною зміною попиту на ринку та конкурентного середовища. В цілому, як видно з рис. 2,

структура доходів банків України за останні роки значно не змінюється і близько 80 % всіх доходів належать до групи процентних доходів. Що стосується внутрішнього наповнення кожної з окремих статей, то визначені орієнтири постійно змінюються із виокремленням пріоритетності роботи з юридичними чи фізичними особами, що дає змогу зробити висновок про цільове призначення банку. В більшості випадків банки намагаються знайти власний баланс для роботи на ринку з метою завоювання певного сегменту ринку.

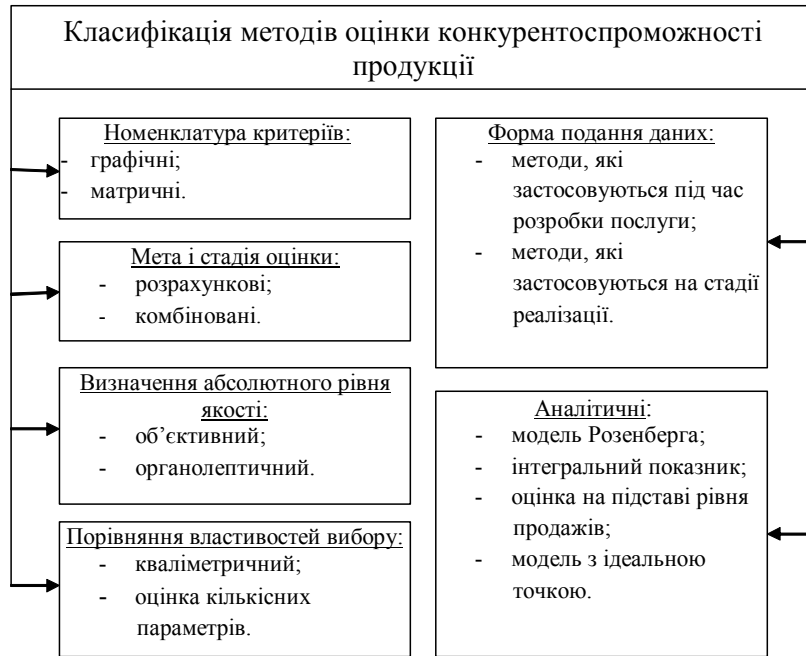
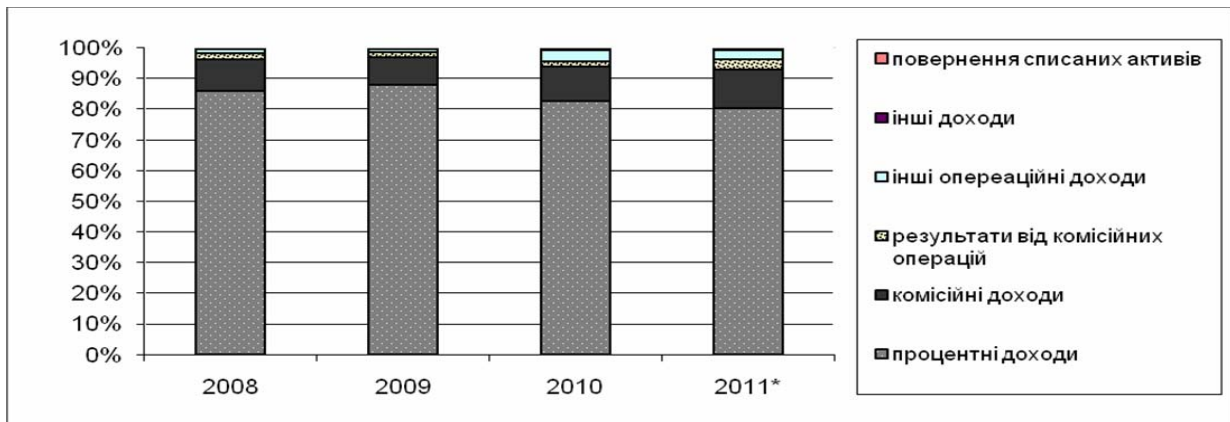


Рис. 1. Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності продукції [1, 4]



\* – Структура доходів банків України станом на 01.09.2011

Рис. 2. Структура доходів банків України з 2008 по 2011 рр., % [5]

З метою оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб слід звернути увагу на наступне:

– По-перше, рівень конкурентоспроможності банківських послуг з боку фізичної особи можна визначити як встановлення відповідності потреб споживача та пропозиції банку. Фізична особа починає оцінку рівня конкурентоспроможності в тому випадку, коли запропонована банківська послуга вже існує на ринку і за більшістю параметрами підходить фізичній особі для майбутнього користування.

– Ідентифікація параметрів прихованих потреб споживача здійснюється за рахунок аналізу ринку. Найчастіше виділяють кількісні та якісні фактори, які можуть вплинути на оцінку рівня конкурентоспроможності. До кількісних (цінових) відносять тарифи банку на виконання операції, тобто ті витрати, які клієнт несе за оформлення послуги; витрати часу клієнтом, тобто розрахунок втраченої вигоди в грошовому еквіваленті. До якісних можна віднести отримання моральної вигоди, яка задовольняє визначені заздалегідь потреби споживача; якість обслуговування, місце розміщення банку та ін.

**Висновки.** Як бачимо, специфіка проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських

послуг залежить не лише від економічних факторів, а й від психологічних. В даному випадку процес оцінки ускладнюється необхідністю ідентифікації психологічних особливостей потенційних клієнтів та дослідженням їх потреб. З метою привернення уваги до банківської послуги (а значить підвищення рівня конкурентоздатності її на ринку) можливе застосування наступних заходів:

- пошук оптимальних шляхів зниження собівартості банківської послуги та залучення більш дешевих ресурсів;
- пошук нових інноваційних послуг з метою задоволення потреб споживачів та завоювання певного сегменту на ринку фінансових послуг;
- надання додаткових послуг на безоплатній основі з метою отримання конкурентних переваг на ринку банківських послуг;
- в розрізі кредитування, виявлення «добросесних позичальників» та встановлення для них сприятливих умов повернення кредитних виплат (наприклад, продовження термінів кредитування) з метою збереження майбутньої клієнтської бази;
- вдосконалення технічної сторони проведення розрахунків і платежів з метою скорочення терміну надання банківських послуг.

Підводячи підсумок, слід зазначити, що специфіка проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг полягає у складності ідентифікації факторів конкурентоспроможності та взаємозв'язку їх з психологічними особливостями клієнтів. В подальшому актуальним питанням стає апробація вже існуючих моделей оцінки рівня конкурентоспроможності та визначення методів підвищення рівня конкурентоздатності банківського продукту на ринку фінансових послуг.

### Література

1. Шевченко Л.С. Конкурентное управление [уч. пособие] / Шевченко Л.С. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с.
2. Дубовик О.В. Зміст маркетингових досліджень при інноваційній діяльності підприємства / О. В. Дубовик // Науковий вісник НЛТУ. – 2003. – Вип. 16.6 – С. 164–172.
3. Гарковенко С.С. Маркетинг : [підручник] / Гарковенко С.С. ; 4-е вид., перероб. і доп. – К. : Лібра, 2006. – 720 с.
4. Афанасьев М.В. Економічна діагностика : [навчально-методичний посібник] / М.В. Афанасьев, Г.В. Білоконенко. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 296 с.
5. Доходи та витрати банків з 2008–2011 рр. [Електронний ресурс] / Банківський нагляд Національного банку України. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/Publication/bank\\_sup.htm](http://bank.gov.ua/Publication/bank_sup.htm)

Надійшла 06.10.2011

УДК: 658.8+65.012.34

Р. І. САПІГА

Академія сухопутних військ гетьмана Петра Сагайдачного

## ВОЄННО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА В КОНТЕКСТІ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

*У статті розглянута воєнно-економічна безпека держави, показана роль логістичного забезпечення для досягнення потрібного рівня воєнно-економічної безпеки, проведено аналіз миротворчих контингентів України.*

*The article deals with military and economic security of the state, shows the role of logistics in order to achieve the required levels of military and economic security, the analysis of peacekeeping forces in Ukraine.*

*Ключові слова: воєнно-економічна безпека, логістичне забезпечення, миротворчі контингенти.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Воєнно-економічна безпека держави і суспільства передбачає такий стан військового сектору економіки, який здатний гарантувати достатній рівень розвитку і функціонування військового сектору в період війн і озброєних конфліктів і забезпечувати задоволення необхідних оборонних потреб в мирний час. Слід звернути увагу на той факт, що розв'язання цієї складної задачі залежить від багатьох чинників, основними з яких є рівень і якість стану національної економіки в цілому [3]. Забезпечення воєнно-економічної безпеки – важливе завдання держави. Ступінь задоволення потреб у продукції як оборонного, так і цивільного призначення в екстремальних умовах є критерієм забезпечення воєнно-економічної безпеки. Покращення самозабезпечення держави технологіями цивільного й оборонного виробництва, нарощування технологічного потенціалу зміцнює її воєнно-економічну безпеку. Слід звернути увагу на такі три основні аспекти воєнно-економічної безпеки: захисний, наступальний, рівнозначний.

Захисний аспект передбачає заміщення імпорту вітчизняними аналогами, насамперед, в оборонних