

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ

Актуальність проблеми. В умовах ринкової економіки особливого значення набуває оцінка конкурентоспроможності банку, оскільки на ринку функціонують банки, які конкурують за залучення та розміщення ресурсів. За таких умов ефективність діяльності банку залежить від його конкурентної позиції та конкурентоспроможності.

Потреба в аналізі конкурентоспроможності банку виникає у всіх учасників господарювання, діяльність яких пов'язана з банками: клієнти банку, потенційні інвестори, акціонери банку, контролюючі органи, міжнародні фінансові установи, засоби масової інформації, працівники банку, конкуренти банку. На меті всі вони мають виявлення реального фінансового стану банку, ступеня його надійності та конкурентоспроможності.

Особливої актуальності набуває питання оцінки конкурентоспроможності банків в умовах фінансової кризи. Все це зумовлює стратегічну орієнтацію банків на зайняття провідних позицій у конкурентному середовищі, а також збереження та підвищення своєї конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням конкурентоспроможності банку завжди приділяють увагу економісти, які досліджують проблеми функціонування банківської системи в цілому. Великий внесок у структурний аналіз проблем розробки стратегії конкурентоспроможності банків зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені: М. Портер, Р.А. Фатхутдинов, Т. Гірченко, Ю. Заруба, О. Кіреєв, Ф. Шпиг, І. Фомін, та інші. Що стосується питань оцінки конкурентоспроможності комерційних банків, то вони досліджені значно менше (І. Волошук, О. Дзюблюк, О. Лаврушин, О. Галиць, М. Савлук, Ф. Шпиг та ін.). **Метою** статті є дослідження факторів, які впливають на конкурентоспроможність банку та аналіз методик оцінки конкурентоспроможності банку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Оцінка рівня конкурентоспроможності – це надскладна робота, оскільки, по-перше, в конкурентоспроможності фіксуються усі показники якості та ресурсомісткості роботи персоналу на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта і, по-друге, на сьогодні відсутні міжнародні документи, методичні розробки з оцінки конкурентоспроможності різних об'єктів, і зокрема банків [1].

У світі існує декілька підходів до оцінки конкурентоспроможності фірми, основними з яких є:

- метод, що заснований на теорії ефективної конкуренції;
- підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства, які пов'язують її рівень з показниками якості (конкурентоспроможності) продукції, що випускається;
- методи, засновані на теорії конкурентної переваги, та інші.

Вказані методи кардинально відрізняються за своєю сутністю та базою формування показників конкурентоспроможності. Рекомендується їх використовувати в ситуаціях залежно від специфіки галузі, до якої відноситься об'єкт, що досліджується [2].

Великі банки світу використовують при проведенні стратегічних досліджень та аналізу інтенсивності конкуренції модель конкурентних сил М. Портера, М. Портер вважав, що досягти конкурентних переваг можливо, якщо одночасно виконувати три завдання:

1. Підвищення якості та споживчих властивостей продукту.
2. Зменшення витрат та збереження максимально можливого рівня цін.
3. Орієнтація продукції на цільові сегменти ринку, де конкуренція через високий ступень неоднорідності ринка слабка.

Ю.Б. Іванов пропонує таку послідовність оцінки рівня конкурентоспроможності: вибір підприємств-конкурентів; формування інформаційної бази оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства; визначення єдиної пачки-еталону; визначення рівня конкурентоспроможності; визначення впливу кожного показника на рівень конкурентоспроможності; прогнозування значень рівня конкурентоспроможності [4].

Ж.Ж. Ламбен вважає, що одним з важливих питань аналізу конкурентоспроможності фірми є реакція конкурентів. Автор пропонує проводити аналіз враховуючи наступні фактори: ціна, реклама, якість. На підставі цих факторів пропонується будувати матрицю еластичності конкурентної реакції. За допомогою цієї матриці здійснюється порівняння конкуруючої марки чи фірми. Матриця конкурентних реакцій є досить зручним інструментом прогнозування поведінки конкурентів [5]. Перевагою метода є наочність конкурентних переваг та конкурентоспроможності фірми по відношенню до конкурентів, а недоліком – недостатня кількість факторів, які впливають на конкурентоспроможність.

Рівень конкурентоспроможності банку визначається впливом взаємопов'язаних факторів, які можна об'єднати у дві великі групи: внутрішні та зовнішні. У літературі є два протилежні погляди на цю проблему. Одні дослідники вважають, що у масовому банкрутстві банків вирішальна роль належить екзогенним факторам. Інші доводять, що з погляду підтримки та підвищення конкурентоспроможності саме фактори внутрішнього середовища банку найвагоміші, оскільки є об'єктом активного впливу з його боку. Протиставляти внутрішні та зовнішні фактори впливу на діяльність банків недоцільно та помилково. За стабільних та однакових макроекономічних умов результативність діяльності банків суттєво відрізняється, що обумовлено внутрішніми факторами. Головними зовнішніми факторами, які впливають на конкурентний клімат галузі та конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, М.Портер назвав силами конкуренції. Для того, щоб зберегти або підвищити

конкурентоспроможність банку необхідно враховувати ці фактори та постійно спостерігати за зміною ситуації на ринку. На рисунку 1 наведені фактори конкурентоспроможності банку.

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

– прибуток та прибутковість (рентабельність), хоча за банківською статистикою, до найбільш прибуткових банків України поряд з визнаними лідерами належать банки, які не є широковідомими та обслуговують лише вузький регіональний сегмент;

– загальна суб'єктивна думка клієнтів, відображенням якої є частина ринку депозитів (меншою мірою кредитів), якими володіє банк у поточний момент, а також темпи зростання цих показників у попередній період. Позичальника, як правило, не цікавить конкурентоспроможність банку: коло позичальника обмежується питаннями кредитної угоди; вкладник більшою мірою зацікавлений у надійній та ефективній діяльності банку не тільки у поточний момент, а й у перспективі.

Заслугує на увагу методика визначення комплексу показників: параметрів конкурентоспроможності послуг; оцінки привабливості послуг; рейтингів привабливості; аналізу конкурентного середовища і обґрунтування вибору банків – конкурентів; ціни та інфляції іміджу; принципів оптимізації тарифної політики [6, с. 35].

Так, наприклад, вибір послуги того чи іншого банку визначається іміджем банку, тарифною політикою і територіальною доступністю відділення банку:

$$P_r = f(I_m; N_r; D), \quad (1)$$

де P_r – ступінь привабливості послуги;

I_m – ступінь іміджу;

N_r – ступінь сприятливості тарифної політики для споживача послуги;

D – ступінь доступності.

Після введення коефіцієнтів формула має вигляд:

$$P_r = 0.5I_m + 0.2N_r + 0.3D \quad (2)$$

Перевага цієї методики оцінки конкурентоспроможності послуг полягає у можливості розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності у числовому вимірі. Недоліком методики є те, що показник іміджу банку може бути визначений лише експертним шляхом.

Варто розглянути методику оцінювання конкурентоспроможності банку, в основі якої покладено комплексний коефіцієнт (3, 4), що є узагальненням коефіцієнтів активів, зобов'язань, власного капіталу та прибутковості.

Методика дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності банків. Для кожного банку і всього періоду часу, що аналізується, значення коефіцієнтів конкурентоспроможності визначається за формулою:

$$R_i = \frac{1}{\sqrt{k}} \sqrt{(1-x_{1j})^2 + (1-x_{2j})^2 + \dots + (1-x_{kj})^2}, \quad (3)$$

де R_i – коефіцієнт конкурентоспроможності для i -го показника;

k – кількість аналізованих часових моментів;

x_{ij} – показники активів, зобов'язань, власного капіталу та прибутковості (i) обраних для дослідження банків (j).

Чим менше значення $0 \leq R \leq 1$ то вищий рівень конкурентоспроможності даного банку за i -тим показником. Відповідно, більший вклад цього показника в комплексний коефіцієнт [7]. Недоліком методики є врахування лише фінансової складової конкурентоспроможності банку.

І. Парасій-Вергуненко пропонує оцінювати конкурентоспроможність банку за допомогою матриці, яка ґрунтується на загальноприйнятих методиках побудови матриць на кшталт матриці Бостонської консалтингової групи, McKinsey, «Маркон» та ін., де конкурентна позиція банку залежить від відносного значення окремих показників, що відображають досліджуване явище. Для оцінки конкурентоспроможності банку використовують наступні показники:

- відносний рівень частки ринку;
- відносний рівень доходності активів;
- відносний темп зростання обох показників.

Матриця конкурентоспроможності розміром 4×4 включає 16 осередків. Для кожного осередку такої матриці розроблено характеристику конкурентоспроможності банків, які потрапляють в даний сегмент.

Кодування матриці здійснюється у такий спосіб: якщо відповідний показник перевищує середнє значення по групі банків, встановлюється код «1»; якщо воно буде нижче середнього значення – «0». При цьому пропонується наступну послідовність кодів у матриці:

- відносний рівень частки ринку;
- відносний темп зростання частки ринку порівняно із середнім темпом зростання по даній групі банків;
- відносний рівень доходності активів;
- відносний темп зростання доходності активів порівняно із середнім темпом зростання по даній групі банків.

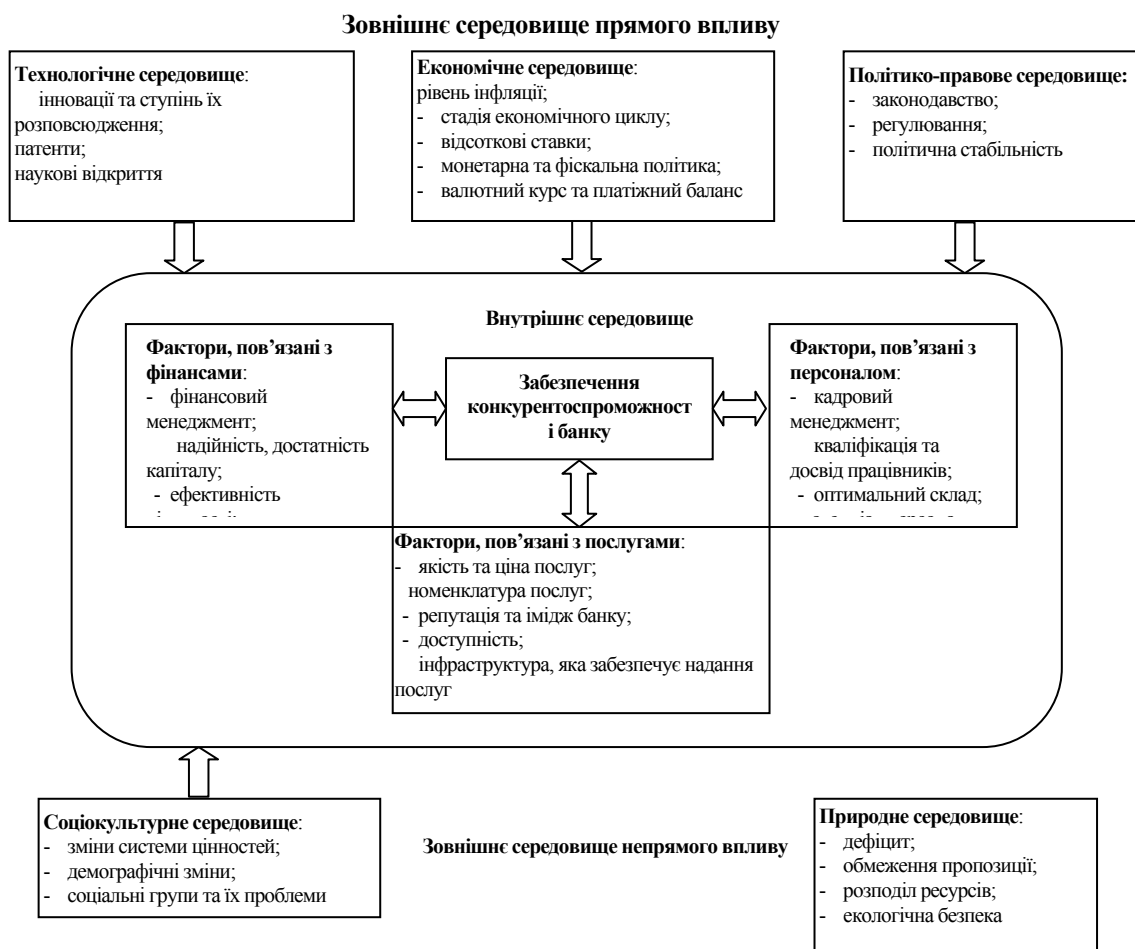


Рис. 1. Фактори конкурентоспроможності банку

Кодування матриці здійснюється у такий спосіб: якщо відповідний показник перевищує середнє значення по групі банків, встановлюється код «1»; якщо воно буде нижче середнього значення – «0». При цьому пропонується наступну послідовність кодів у матриці:

- відносний рівень частки ринку;
- відносний темп зростання частки ринку порівняно із середнім темпом зростання по даній групі банків;
- відносний рівень доходності активів;
- відносний темп зростання доходності активів порівняно із середнім темпом зростання по даній групі банків.

Дана методика матричного аналізу дає можливість розгорнути інформацію в дворівневому просторі, що доповнює коефіцієнтний аналіз та посилює пошукову функцію стратегічного аналізу [8].

Конкурентоспроможність банку визначається індивідуально, але її рівень при відсутності об'єкта для порівняння не має цінності для прийняття ефективних управлінських рішень. Конкурентоспроможність банку необхідно порівнювати з аналогічними показниками банків конкурентів, тобто варто проводити паралельну оцінку конкурентоспроможності об'єкта, який досліджується, з його конкурентами. Варто розглянути триступінчасту модель управління конкурентоспроможністю банку. Модель управління конкурентоспроможністю банку дає змогу системно вирішити питання управління по етапам, а також враховує динаміку процесів у часі (рис. 2).

Конкурентоспроможність банку оцінюється, як правило, шляхом порівняння з аналогічними показниками банків конкурентів. За наявності таких оцінок за певний проміжок часу можна прослідкувати характер змін, виявити фактори, які впливають на рівень конкурентоспроможності банку, та управляти конкурентоспроможністю банку.

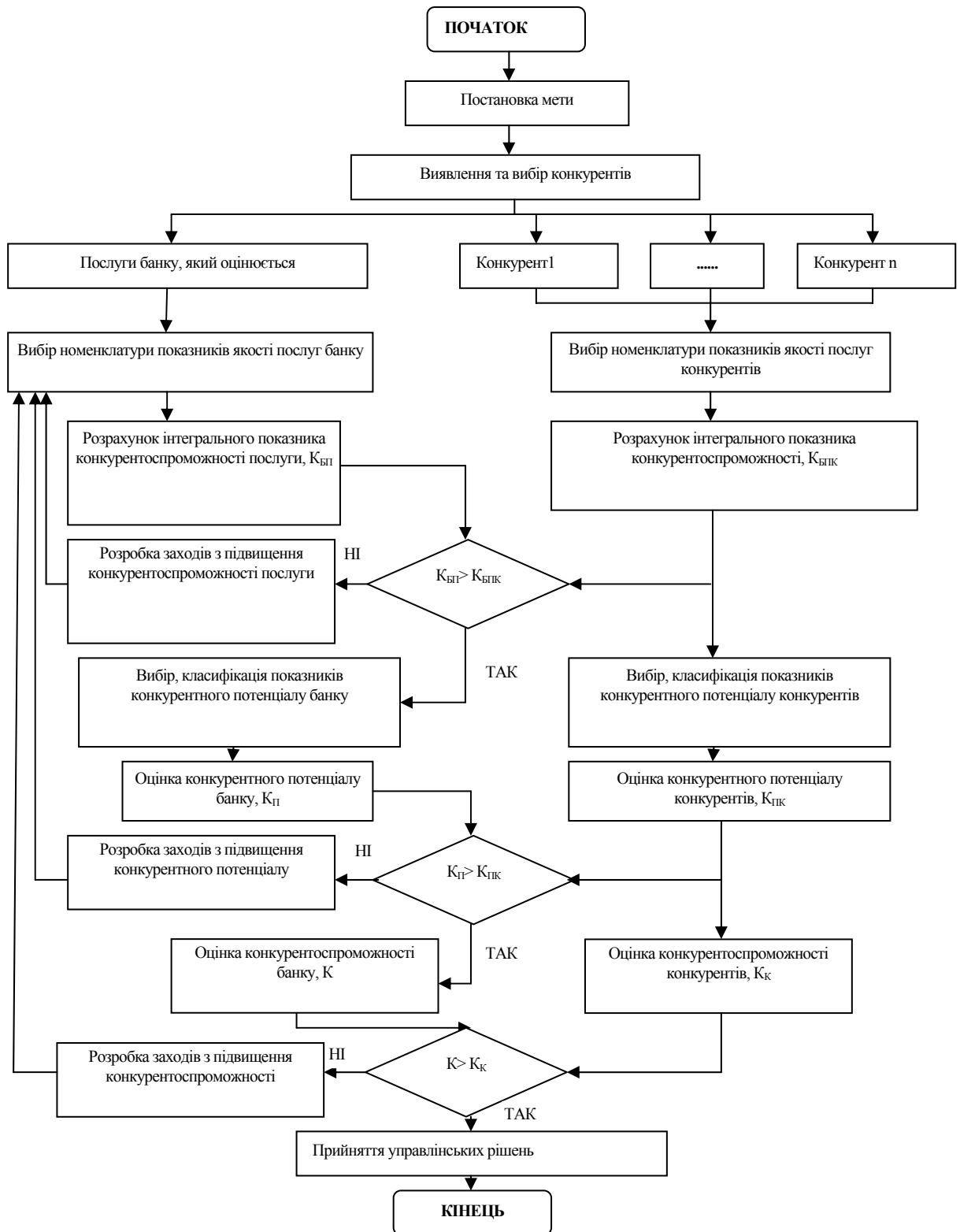


Рис. 2. Модель оцінки конкурентоспроможності банку

Триступінчата модель управління конкурентоспроможністю банку передбачає послідовну порівняльну оцінку конкурентоспроможності банківської послуги, конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності банку. Після отримання результатів оцінка конкурентоспроможності банку порівнюється з оцінками банків конкурентів. Якщо результат оцінки конкурентоспроможності банку гірший, ніж у банків конкурентів, то на кожному етапі необхідно вживати корегуючі заходи, та цикл повторюється до тих пір, доки не буде досягнутий бажаний результат. Такий підхід дозволяє системно досягати кращої конкурентної позиції банку на ринку. За результатами третього етапу порівняння приймається рішення або про реалізацію обраної стратегії та тактики, або необхідно розробити комплекс заходів з підвищення конкурентоспроможності банку, скорегувати прийняті стратегічні та

тактичні плани, реалізувати їх та повторити процедуру оцінки конкурентоспроможності банку. Дана процедура виконується циклічно.

Висновки. Таким чином, можна стверджувати, що у літературі значна увага приділяється аналізу конкурентоспроможності організації, а методи оцінки конкурентоспроможності банку досліджені значно менше. Існуючі методики мають не описовий, а конкретно-економічний, кількісний характер. Запропоновані різними авторами комплексні методики оцінки ще недостатньо удосконалені, складні в застосуванні та потребують доопрацювання.

Література

1. Михайлов О.В. Основы мировой конкурентоспособности. – М.: Издательство “Познавательная книга плюс”, 1999. – 592 с.
 2. В. Д. Немцов, Л.С. Довгань Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник. – К.: ЕксОб, 2002. - 560 с.
 3. Портер М. Международная конкуренция. – М: Международные отношения, 1993. – 798 с.
 4. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: методологические исследования и оценки. – Харьков, 1996. – 118 с.
 5. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с французского. – СПб.: Наука, 2001. – 589с.
 6. Андреев И. Критерии конкурентоспособности однородных банковских услуг // Маркетинг.– 1998.– № 1. – С. 35.
 7. Галиць О.В. Визначення конкурентоспроможності банку та стратегії її підвищення // Регіональна економіка (укр.).- 2007.- № 2. – С.216-222.
- І. Парасій-Вергуненко Оцінка конкурентоспроможності банків на основі матричного аналізу // Бухгалтерський облік і аудит. - 2008. – № 11. – С. 25-32