

УДК 336.71(477)

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ: ФАКТОРНИЙ ВПЛИВ

Жаворонок А.В.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Досліджено теоретичні питання урізноманітнення продуктового ряду банків. Визначено основні переваги процесу диверсифікації банківських послуг. Виокремлено систему зовнішніх факторів впливу на диверсифікацію банківських послуг. Виділено основні бар'єри, які стоять перед банками, які намагаються проникнути на ринок банківських послуг. Розглянуто внутрішні фактори впливу на диверсифікацію банківських послуг.

Ключові слова: банк, банківська послуга, банківський продукт, диверсифікація, зовнішні фактори, внутрішні фактори, продуктовий ряд.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день, широкий спектр банківських продуктів і послуг пропонується майже всіма банками і перелік цих послуг швидко зростає. Постійне розширення асортименту послуг і продуктів, завоювання нових ринків, ліквідація неефективних шляхів, злиття і дроблення – все це стає звичайною практикою для українських банків. Пропозиція нового банківського продукту, вихід на нові ринки, об'єднання і поглинання для самого банку є досить ризикованою операцією, оскільки просування нового продукту на ринок залежить від загальних факторів, які банк контролювати не може. Проте в умовах зростаючої конкуренції між банками та іншими фінансовими установами, а також при зниженні прибутковості основних фінансових інструментів, банки змушені пропонувати як нові, так і різні варіації традиційних банківських продуктів на ринку банківських послуг. Тому, необхідним і надзвичайно актуальним питанням є визначення факторів, які впливають на диверсифікацію банківських послуг.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Диверсифікація банківських продуктів і послуг в історичній ретроспективі розглянута в працях П. Роуза, Д. Полфермана, Ф. Форда, М. Фрідмена, Дж. Кейнса, Е. Долана. Серед представників української економічної думки, які вивчали окремі аспекти диверсифікації банківських продуктів і послуг, варто відзначити роботи: М. Алексеєнка, З. Васильченко, О. Васюрєнка, В. Вітлінського,

О. Вовчак, О. Гаманкової, Ю. Заруби, О. Захарчука, Б. Луціва, І. Лютого, Т. Майорової, В. Міщенко, А. Мороза, С. Науменкової, А. Пересади, В. Пелішенка, О. Пилипченка, Л. Примостки, М. Пуховкіної, М. Савлука, О. Солодкої та інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Актуальність проблем підвищення ефективності функціонування банківських інститутів через урізноманітнення продуктового ряду комерційних банків в умовах розвитку грошово-кредитного ринку України та недостатня теоретична розробка даних питань обумовили необхідність визначення сукупності факторів, які впливають на диверсифікацію банківських послуг в умовах конкурентної боротьби.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розвиток існуючих теоретичних засад визначення факторного впливу на диверсифікацію банківських послуг в умовах посилення конкурентної боротьби.

Виклад основного матеріалу. Сучасні комерційні банки функціонують в ролі продавців і покупців практично в усіх ринкових секторах. На ринок знарядь праці та виробничих послуг банки виходять в ролі продавців платіжних, розрахунково-касових та інших послуг. Одночасно вони є покупцями виробничих ресурсів. На ринку предметів споживання банки є фінансовими посередниками. На фінансовому ринку комерційні банки виступають в якості продавців і покупців позичкових капіталів, виконують операції з цінними

паперами, з іноземною валютою і дорогоцінними металами і т.д.

Учасниками банківського ринку є: універсальні та спеціалізовані банки; небанківські кредитні організації (кредитно-фінансові інститути); нефінансові учасники банківського ринку.

Основна конкуренція на банківському ринку розгортається між акціонерно-комерційними та спеціалізованими банками, знаходяться на другому рівні банківської системи займаються наданням банківських послуг. Однак, у сфері кредитування певну конкуренцію комерційним банкам складають ломбарди, лізингові та факторингові компанії та деякі інші кредитно-фінансові інститути (страхові фірми, пенсійні фонди, інвестиційні компанії тощо).

Іншою важливою групою «небанківських» учасників ринку банківських послуг є нефінансові підприємства та організації (промислові підприємства, торгові дома, поштові установи та ін.) У розвинених країнах вони протягом багатьох років реалізують своїм клієнтам не тільки товари, а й фінансові послуги (торговий дім «Квелле» у Німеччині, фінансовий конгломерат «Сітікорпорейшн» в США та ін.) [2, с. 218].

Конкуренція на банківському ринку виникла пізніше, ніж у промисловості, будівельному виробництві або інших галузях економіки. Але в банківській сфері вона відрізняється високою інтенсивністю, різноманітністю форм і методів.

У цих умовах посилюється конкуренція не тільки між самими комерційними банками, а й між банками і небанківськими кредитними організаціями. Вона проявляється, насамперед, у формі конкуренції продавців і конкуренції по-

купців банківських послуг. Виходячи з цього неабиякого значення набуває диверсифікація банківських послуг як основа формування конкурентоспроможності комерційних банків на ринку банківських послуг. Оскільки від урізноманітнення продуктового ряду та видів банківських послуг залежить конкурентна позиція будь-якого банку на ринку.

Загалом, диверсифікація є однією із складових особливостей ринкової економіки, що передбачає розширення активності комерційних банків, розширення своєї діяльності, а саме вихід за рамки основного бізнесу з метою утримання діяльності на ринку банківських продуктів і послуг, забезпечення ефективної діяльності та своєчасного реагування на зміну ринкової кон'юнктури в умовах конкуренції.

Можна виділити основні переваги процесу диверсифікації послуг. Це такі, як:

1) впровадження достатньої кількості банківських послуг для підтримки конкурентних переваг на вже існуючих сегментах ринку банківських послуг, і формування нових інноваційних банківських послуг;

2) зміцнення свого положення на ринку в умовах конкуренції, отримуючи додаткові переваги від спільної діяльності існуючих і нових підрозділів;

3) зниження підприємницьких ризиків, розподіливши їх між різними сферами діяльності;

4) можливість отримати більший прибуток [1].

Отже, програма діяльності банку, яка націлена на довгострокову перспективу, відображає його здатність до підвищення конкурентоспроможності, зацікавлення і залучення нових клієнтів, підвищення ефективності роботи і реаліза-

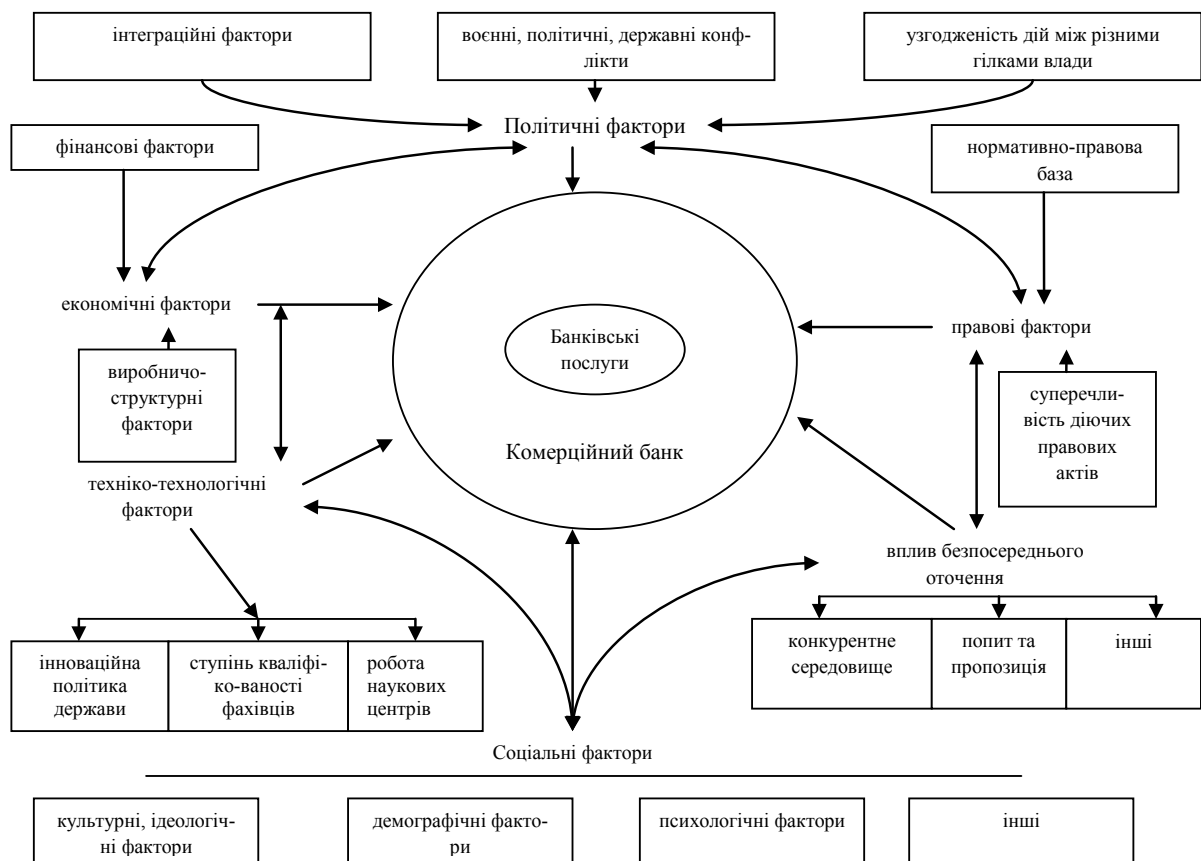


Рис. 1.1. Вплив зовнішніх факторів на диверсифікацію банківських послуг

ції глобальних цілей – складає стратегію банку. Для українських умов довгостроковим періодом пропонуємо вважати тимчасовий проміжок часу більше 5 років. Це в першу чергу пов'язано з недосконалістю нормативно-правової бази, високим рівнем інфляції, корупційністю економіки.

Діяльність комерційного банку знаходиться в постійній взаємодії з навколишнім середовищем, яка в тій чи іншій мірі впливає на диверсифікацію послуг банків (рис. 1.1).

Можна виділити наступні основні групи зовнішніх факторів: політичні, економічні, соціальні, науково-технологічні, правові, вплив безпосереднього оточення банку та ін.

Всі діючі фактори взаємопов'язані та діють іноді різноспрямовано на стан і тенденції розвитку ринку банківських послуг.

1. Політичні фактори. Загальна спрямованість політики держави значно впливає на розвиток банківської системи вцілому і комерційного банку зокрема. До «зовнішніх політичних факторів» відносять: узгодженість дій між різними гілками влади, інтеграційні процеси, військові та державні політичні конфлікти, політичні угоди із зарубіжними країнами, політичні кризи, політичні помилки. При вивченні політичних чинників аналізуються проведення програм різних партійних структур, ставлення уряду до різних секторів і галузей економіки і регіону країни, прийняття нових законів, політичні зміни, зовнішня політика країни та ін.

Політичні зміни можуть вплинути на поведінку і потреби як окремої людини, так і країни в цілому. Через зміни в законодавстві, регулювання макроекономічних параметрів, створення певного політичного клімату в країні може змінитись інфраструктура країни.

Банківська система реагує на імпульси державної політики, будує свою діяльність залежно від проголошених державою цілей розвитку країни. Невизначеність політичних мотивів держави призводить до затримки розвитку банків, відтоку капіталів за кордон.

Прикладом політичного чинника, який робить істотний вплив на економічну ситуацію в країні, може виступати нездатність влади знайти оптимальний варіант узгодженості дій між різними гілками влади, що призводить до політичних і економічних криз або навіть до військових конфліктів. У свою чергу, це негативно впливає на економічні процеси, що відбуваються в країні, і може спричинити за собою негативні наслідки на розвиток будь-якого ринку, і, зокрема, ринку банківських послуг.

Політичні фактори впливають на всі інші чинники: економічні, демографічні, соціальні, культурні, правові, техніко-технологічні, і т.д. Так, політичні програми впливають насамперед на економічні процеси, що відбуваються в країні, які в свою чергу мають істотний вплив на можливості банків і поведінку споживачів. Такий вплив здійснюється і через економічну політику держави, оскільки Центральний банк, як національний інститут, регулює діяльність як окремих банків, так і банківської системи в цілому. Залежно від політики центрального банку комерційні банки також змінюють тактику своєї діяльності на ринку банківських послуг.

Таким чином, організація банківських систем та їх розвиток залежить в першу чергу від проведеної політики держави і уряду, від політичної ладу в країні.

2. Економічні чинники. Аналіз економічних чинників передбачає вивчення показників: темпів економічного зростання (темпів приросту ВВП), темпів інфляції, процентної ставки, ВВП на душу населення, темпів зростання реальних доходів населення, кон'юнктури ринку (економічної ситуації) та ін. Вивчення економічних показників повинно бути спрямоване на виявлення можливостей і потенційних загроз для банку при наданні послуг.

3. Соціальні чинники. До соціальних факторів, які впливають на діяльність з надання банківських послуг, відносяться: культурне середовище і моральні цінності, релігія; ідеологічні фактори; психологічні фактори; демографічна ситуація в країні та регіоні; статево-вікова структура населення; рівень освіти та ін. Вивчення даної групи факторів направлено на з'ясування впливу на діяльність комерційних банків різних соціальних процесів і явищ.

Психологічно-соціальному аспекту взаємовпливу діяльності банків і відносин їх із споживачами послуг не приділялося належної уваги економістами, вченими і кредитними організаціями. Причина цього полягає в тому, що розвиток банківської системи в нових для неї ринкових умовах тільки набрав обертів. Багато банків до економічної кризової ситуації вели агресивну політику нав'язування споживчих кредитів тим, кому навіть на поточну життя не вистачало, при тому не на самих вигідних умовах. Так, у багатьох банках існує спектр банківських споживчих кредитів, які розрізняються за умовами надання: порядок погашення, процентні ставки, комісії і т.д., і диференційований підхід до надання банківської послуги клієнту – не на користь клієнта. Часто клієнт змушений часом брати ще кредит в іншому банку, щоб розплатитися за раніше взятий кредит. Однією з причин тому є фінансова неграмотність населення, яка обумовлена історичним розвитком кредитної і банківської систем. У потенційного клієнта, раніше зробив неправильний вибір, виникає недовіра до всієї банківської системи.

Крім різних маніпуляцій банків і недомовленості з приводу умов надаваних послуг та здійснюваних операцій, причинами виникнення кризи довіри клієнтів до банківських установ є нестійка і нечітка законодавча база банківського сектора, фінансові піраміди, закритість інформації про банки, відсутність чіткого сегментування пропозицій українських банків, що в свою чергу виливається в агресивну політику банків, яка в буквальному сенсі тисне психологічно на клієнтів та ін. Довіра – це певний індикатор, який реагує на діяльність банків. В умовах фінансової нестабільності в країні у населення формується недовіра до фінансових інститутів. Крім цього в країні існує низька фінансова культура, яка обумовлена історичним розвитком кредитної і банківської систем.

Ефективним способом підвищення довіри населення до банківської системи є розширення інформаційного поля про діяльність банків для їх

клієнтів. Прозорість діяльності банківських організацій збільшить рівень довіри населення та організацій [4, с. 205].

4. Правові фактори. При аналізі правового регулювання особлива увага приділяється питанням, пов'язаним з введенням тих або інших санкцій і правил, змінами в законодавстві, поширенням правових норм на банківські організації, наявністю винятків із правил та ін.

5. Науково-технологічні фактори. Науково-технологічні фактори серйозно змінюють середу функціонування комерційного банку. Дана група факторів включає такі складові, як інноваційна політика держави, ступінь кваліфікованості фахівців, діяльність наукових центрів та ін. Аналіз науково-технологічних факторів передбачає вивчення нових інформаційних технологій, нових стандартів обладнання, нових видів банківських послуг та ін.

Науково-технічні новинки, нові види банківських послуг посилюють конкуренцію, тому банкам важливо систематично відстежувати появи нових розробок в області високих технологій і нових видів послуг. Своєчасне технічне оновлення дозволяє вдосконалити процес надання послуг і підвищує їх якість.

Особливий вплив на банківський сектор надає розвиток інформаційних технологій. Крім забезпечення безперебійної роботи банку, застосування таких технологій веде до створення нових банківських продуктів і каналів їх розповсюдження.

Найбільш відчутні можливості для банків надала мережа банкоматів. Без цього альтернативного засобу обслуговування клієнтів банки ніколи не здобули б здатність настільки різко скоротити свою залежність від дорогих послуг провідних банків. Банкомати та пластикові банківські картки дозволили обійти обмеження на здійснення розрахунків через певного режиму роботи банківських відділень. Реалізація банками програм з впровадження платіжних карт для оплати товарів і різного виду послуг є одним з пріоритетних напрямків розвитку безготівкових розрахунків.

Впровадження передових досягнень науки і техніки в кредитні організації дозволяє розширити клієнтську базу, зокрема здійснювати багато банківські операції за допомогою вебінтерфейса, дистанційного банківського обслуговування. Приватним клієнтам пропонуються такі канали дистанційного обслуговування, як: передача даних через мережу Інтернет, телефон, мережа мобільного зв'язку, цифрове телебачення, пристрої банківського обслуговування. Так, багато банків надають банківські послуги на дому за допомогою спеціалізованих систем через Інтернет. Додаткові електронні послуги сприяють підвищенню якості надаваних послуг, тим самим утримуючи клієнтів в обслуговуючому його банку. Використання електронних каналів доставки банківських послуг значно підвищує ефективність банківських операцій. Перевага, яку може бути отримано від невикористовуваних зараз технологій, має місце, якщо клієнти стануть користуватися електронними банківськими послугами. Однак не всі нововведення приймаються клієнтами відразу. Зараз існує комбіноване використання старих і нових технологій.

Безпосереднє оточення банку – це складові зовнішнього середовища, з якими організація

знаходиться в безпосередній взаємодії. Відповідно до концепції п'яти сил М. Портера [3, с. 342], що визначають конкуренцію в галузі, безпосереднє оточення банку становлять такі суб'єкти.

Поява нових банківських конкурентів позначається на інтенсивності конкуренції на ринку. Вплив потенційних конкурентів характеризується наявністю і висотою вхідних і вихідних бар'єрів ринку банківських послуг. Збільшення бар'єрів входження на ринок банківських послуг тягне за собою зменшення інтенсивності конкуренції на ринку. Подолання бар'єрів вимагає від банківських організацій істотних витрат. Функціонуючі комерційні банки в певному регіоні мають переваги перед потенційними конкурентами: орієнтованість на конкретного клієнта, ділова репутація, досвід та ін.

Можна виділити наступні основні бар'єри, які стоять перед банками, очочими проникнути на ринок банківських послуг:

- потреба в капіталі для покриття капітальних витрат або початкових інвестицій, необхідних для входу на ринок банківських послуг. Наприклад, необхідність покриття істотних витрат при здійсненні первинних інвестицій на підготовку співробітників;

- сформований імідж вже існуючих комерційних банків і банківських послуг на регіональному ринку банківських послуг;

- нерівні умови конкуренції: державна підтримка деяких банків; контроль цін великими комерційними банками; присутність великого банку, який володіє потужними ресурсами і численними перевагами, що може виявитися суттєвою перешкодою для успішної роботи;

- загальний стан соціально-економічного розвитку країни (наприклад, низька платоспроможність населення) та особливості регіонального ринку банківських вкладів (розміщення невеликих сум фізичними особами на термінові банківські вклади, нестача довгострокових фінансових ресурсів);

- відсутність достатнього правового регулювання, суперечливість законодавства України, його схильність до змін. Недостатня ефективність системи судового виконання з питань позову по стягненню заставленого майна у випадках невиконання позичальником зобов'язань перед кредитором;

- необхідність отримання банківської ліцензії [4, с. 204].

Подолання труднощів входу на ринок комерційними банками призводить до посилення конкурентної боротьби.

Внутрішні фактори, що впливають на діяльність банку. Внутрішнє середовище організації являє собою частину загального середовища, яка знаходиться в межах окремо взятого банку і здійснює безпосередній вплив на функціонування окремого банку. Внутрішні чинники життєздатності банківських послуг обумовлені загальним потенціалом банку. Під потенціалом розуміється сукупність можливостей комерційного банку, яка може бути використана для досягнення певної мети, зокрема – для збільшення конкурентоспроможності банківських послуг. Потенціал банку являє собою сукупність приватних потенціалів: маркетингового, інформаційного, технологічного, кадрового, виробничого, фінансо-

вого, інтелектуального, – знаходяться у взаємодії і взаємовпливі.

Основні внутрішні аспекти створення та надання конкурентоспроможної банківської послуги з позиції привабливості для споживача можна розділити на дві групи чинників (рис. 1.2).

Основні фактори, що впливають на формування споживчих властивостей: аспект відносин з клієнтами – відбиває маркетинговий потенціал банку; аспект внутрішніх бізнес-процеси – відображає інноваційний, технологічний, операційний і інформаційний потенціали банку; аспект навчання та розвитку персоналу – відбиває інтелектуальний і кадровий потенціали банку;

– основні фактори, що впливають на економічні властивості (аспект фінансів – фінансовий та інвестиційний потенціали).

З сукупного конкурентного потенціалу можна виділити групу потенціалів, що впливають на формування споживчих властивостей банківських послуг і на конкурентоспроможність послуг, до якої відносяться маркетинговий потенціал, інноваційний, операційний і інформаційний потенціали банку, інтелектуальний і кадровий потенціал банку. Дана група потенціалів дозволяє організації завойовувати і утримувати конкурентні переваги, і в зв'язку з цим дана група потенціалів виділена нами як стратегічна.

Таким чином, на диверсифікацію банківських послуг та на рівень конкурентоспроможності впливають різні фактори. При цьому слід відзначити їх багатоплановий і взаємовпливаючий характер: одні фактори активізують дії інших, постійний моніторинг індикаторних показників

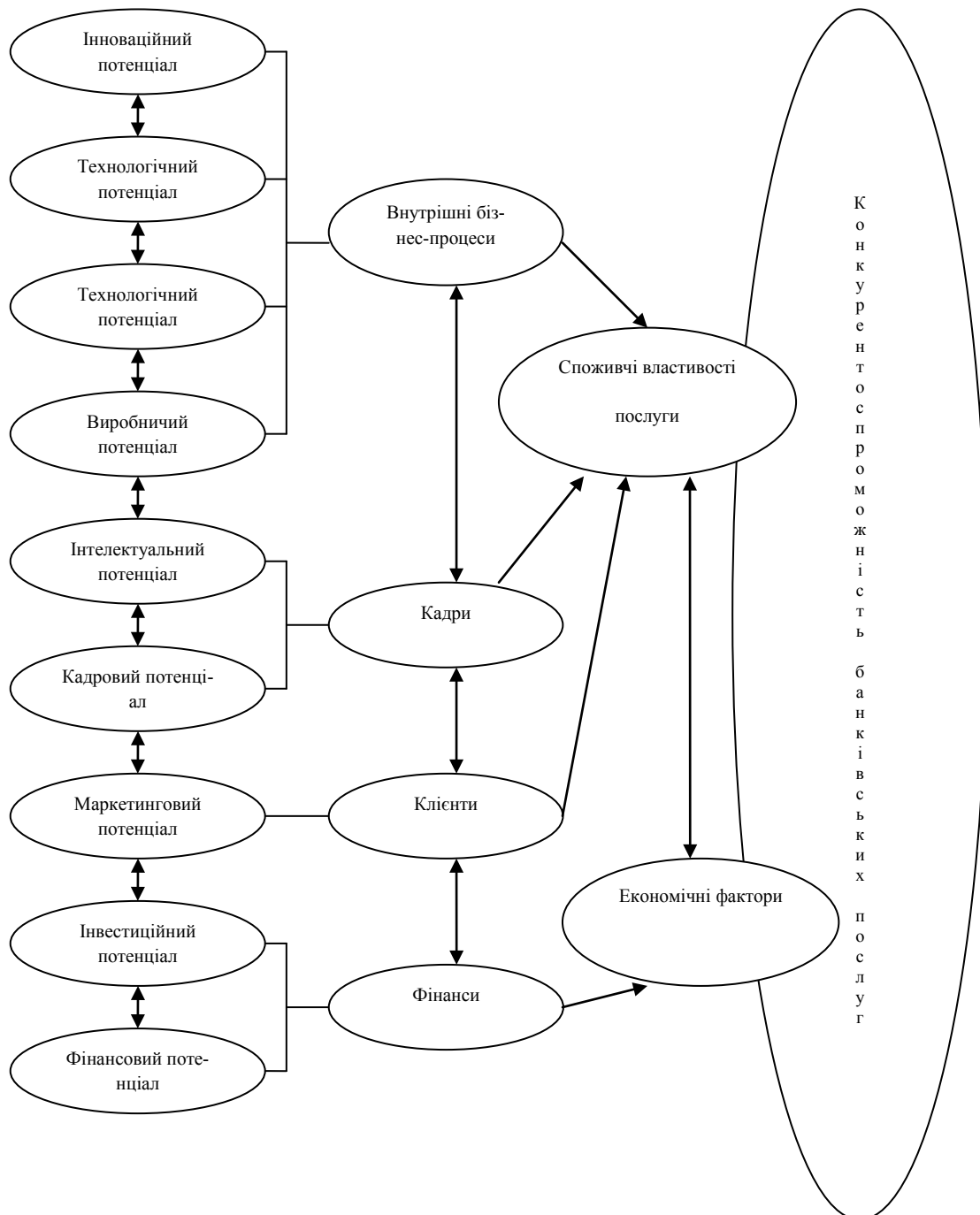


Рис. 1.2. Внутрішні фактори впливу на диверсифікацію банківських послуг

факторів дозволить передбачати несприятливі тактики конкурентної боротьби та зміни продуктивної ситуації з метою швидкого реагування і зміни тового ряду.

Список літератури:

1. Возняк В. Проблеми та перспективи розвитку банківської системи в Україні [Електронний ресурс] / В. Возняк // Сучасні тенденції фінансового ринку 2011. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=282>
2. Дзюблюк О.В. Банківська система України: становлення і розвиток в умовах глобалізації економічних процесів [Текст]: монографія / О.В. Дзюблюк, Б.П. Адамик, Г.Р. Балянт [та ін.]; за ред. О.В. Дзюблюка. – Тернопіль: Астон, 2012. – 358 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
4. Шайда О.Є. Сучасний стан та напрями розвитку банківської системи України / О.Є. Шайда // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 21.7. – С. 204-206.

Жаворонок А.В.

Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ БАНКОВСКИХ УСЛУГ: ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ

Аннотация

Исследованы теоретические вопросы разнообразия продуктового ряда банков. Определены основные преимущества процесса диверсификации банковских услуг. Выделено систему внешних факторов влияния на диверсификацию банковских услуг. Выделены основные барьеры, которые стоят перед банками, которые пытаются проникнуть на рынок банковских услуг. Рассмотрены внутренние факторы влияния на диверсификацию банковских услуг.

Ключевые слова: банк, банковская услуга, банковский продукт, диверсификация, внешние факторы, внутренние факторы, продуктовый ряд.

Zhavoronok A.V.

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

DIVERSIFICATION OF BANKING SERVICES: THE FACTORS OF INFLUENCE

Summary

The theoretical issues of diversity of the product range of banks. The main advantages of the process of diversification of banking services. Emphasis system of external factors impact on the diversification of banking services. The basic barriers faced by banks, who are trying to penetrate the market of banking services. Internal factors are considered to influence the diversification of banking services.

Keywords: bank, banking services and product diversification, external factors, internal factors, product range.