

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УКООПСПІЛКА

Полтавський університет споживчої кооперації України

О. М. МОМОТ

І. Г. БРІТЧЕНКО

**ІНТЕГРОВАНІ БАНКІВСЬКИ ПОСЛУГИ
ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ**

Монографія

Полтава 2008

УДК 334.012.82:336.717+336.7.009.12

М77

ББК 65.9(4Укр)262.1

Рецензенти:

Семенов А.Г., проф., д.е.н. (Донецьк);

Ковальов А.І., проф., д.е.н. (Одеса);

Гончаренко В.В., проф., д.е.н. (Полтава);

Матросова Л.М., проф., д.е.н. (Луганськ)

*Розглянуто та рекомендовано до друку вченою радою Полтавського
університету споживчої кооперації України
29 травня 2008 р., протокол № 6*

Момот О.М., Брітченко І.Г.

М77 Інтегровані банківські послуги та конкурентоспроможність банківської системи / Під наук. ред. Брітченка І.Г. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 315 с.

ISBN 978-966-7971-74-8

У монографії викладено теоретичні та практичні аспекти формування, впровадження та просування інноваційних інтегрованих банківських послуг, котрі дозволяють підвищити конкурентоспроможність як окремого банку, так і всієї банківської системи України при одночасному підвищенні прибутковості банківських операцій та зменшенню їх вартості. Розкрито переваги та перспективи розвитку інтегрованих банківських послуг, їх специфіку та актуальну роль в умовах подальшої інтеграції України до світових банківських процесів та посилення конкуренції в банківському секторі економіки України.

Для викладачів, аспірантів, магістрів і спеціалістів, а також для наукових працівників, банківських працівників, підприємців і тих, кого цікавлять маркетингова діяльність банку та банківської системи.

УДК 334.012.82:336.717+336.7.009.12

М77

ББК 65.9(4Укр)262.1

ISBN 978-966-7971-74-8

© Момот О.М., 2008 р.

© Брітченко І.Г., 2008 р.

© Полтавський університет споживчої
кооперації України, 2008

З любов'ю до життя і до людей

(Момот О.М.)

ЛЮБОВ – це людське почуття, якому властиві наступні визначальні риси:

прагнення до вірності та постійності,

критерій вірності – усвідомлений вибір, постійності – тривалість стосунків.

Спільними ознаками ЛЮБОВІ та наукового, економічного і діалектичного аналізу є порівняння та динаміка (вірність та постійність)

(Наукове визначення ЛЮБОВІ професора Брітченко І.Т.)

*Моїй любій дружині, яка постійно надихає мене
на творчість та наполегливу працю,*

Міняйло Петяні Миколаївні

з любов'ю та вдячністю присвячую цю книгу

(Брітченко І.Т.)

В умовах інтеграції України до світових економічних процесів, світової організації торгівлі, активної експансії іноземних банків на ринок банківських продуктів України актуальним є пошук нових маркетингових стратегій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних банків та банківської системи України. Дана монографія висвітлює новий актуальний підхід до вирішення зазначеного завдання. Запропонована авторами маркетингова стратегія підвищення конкурентоспроможності банків ґрунтується на впровадженні інноваційних інтегрованих банківських послуг як механізму, що удосконалює підходи до формування банківських ресурсів шляхом подальшого задоволення потреб клієнтів.

Авторський колектив здійснив аналіз існуючих банківських продуктів та їх зв'язок з банківськими механізмами формування і функціонування капіталу. Даний аналіз дозволив виявити особливу роль банківських послуг по розрахунковому обслуговуванню клієнтів та відповідних послуг по відкриттю поточних рахунків. Це дало можливість розробити інноваційну маркетингову стратегію по впровадженню інтегрованих банківських послуг. Спираючись на зазначену маркетингову стратегію, авторами було здійснено дослідження механізмів підвищення конкурентоспроможності як комерційних банків, так і всієї банківської системи шляхом впровадження інтегрованих банківських послуг, котрі поєднують в собі переваги поточних та депозитних рахунків.

Під інтегрованими банківськими послугами автори розуміють

поєднання розрахунково-касових послуг банку, що лежать в основі мультиплікаційних процесів та депозитних операцій банку, котрі є традиційним банківським продуктом. Автори довели переваги інтегрованих послуг не тільки для комерційних банків та банківської системи, але і для держави, суспільства, а головне – для клієнтів банків як споживачів банківських продуктів. Корисним є той факт, що запропоновані інноваційні підходи дозволяють підвищити ефективність банківських послуг при одночасному зменшенні їх вартості для клієнтів, що призведе до здешевлення банківських кредитів.

Доцільною і корисною є запропонована авторами маркетингова стратегія впровадження інноваційних інтегрованих банківських послуг у кооперативних банках. Доцільність таких послуг розглянуто на прикладі банку АБ «Укоопспілка». Автори обґрунтовано довели переваги застосування інтегрованих банківських послуг для кооперативних банків, запропонували маркетингову стратегію, котра в повній мірі відповідає місії та цілі кооперативного банку.

Особливо актуальними та корисними є практичні аспекти застосування маркетингової стратегії по впровадженню інтегрованих банківських послуг кооперативними банками. Ефективність такої стратегії розкрито на прикладі кооперативного банку АБ «Укоопспілка». Мета дослідження, яка полягала у розробленні теоретико-методологічних та прикладних аспектів впливу інтегрованих банківських послуг на конкурентоспроможність банків та банківської системи

адекватно відображають проблемні аспекти необхідності підвищувати конкурентоспроможність вітчизняних банків для більш якісного задоволення потреб споживачів банківських послуг.

Монографія спрямована на вирішення актуальних завдань практичної діяльності комерційних банків не шляхом застосування регуляторних інструментів з боку Національного банку України, а через ринкову «саморегуляцію» економічних процесів на ринку банківських продуктів через впровадження інноваційних банківських продуктів, якими виступають інтегровані банківські послуги.

Професор, д.е.н., академік АЕН України,
проректор Полтавського університету
споживчої кооперації України

М.Є. Рогоза

ПЕРЕДМОВА

На сучасному етапі розвитку економіка України формується на ринкових засадах, відбувається її активна інтеграція до європейських та світових ринків. Важливою складовою ефективного функціонування вітчизняної економіки в ринкових умовах є здатність банківської системи адекватно реагувати на відповідні потреби споживачів: суб'єктів господарювання та населення. Банківська система України завершила етапи формування національної кредитно-розрахункової системи та ринку банківських продуктів.

Тому на даному етапі розвитку актуальним є пошук нових науково-обґрунтованих інструментів підвищення конкурентоспроможності як комерційних банків, так і всієї системи. Вирішити зазначене завдання можливо наступним чином: шляхом підвищення ефективності регулюючої функції Національного банку України (адміністративні методи або регулювання «зверху») та шляхом покращення банківських продуктів відповідно до потреб споживачів (ринковий метод або механізм саморегуляції «знизу»). Саме механізми саморегуляції будь-якої системи є набагато ефективнішими та особливо актуальними для суб'єктів господарювання в ринкових умовах. Саме такий напрям, саморегуляція наукових досліджень повністю співпадає з принципами організації та функціонування підприємств споживчої кооперації. Тому запропоновані інноваційні інтегровані банківські послуги є доцільними для використання кооперативними банками при формуванні маркетингової стратегії просування банківських послуг.

Зазначені аспекти маркетингових досліджень ринку банківських послуг та його специфіки в Україні в сучасній вітчизняній економічній науці перебувають у процесі вирішення. Теоретичні аспекти становлення та функціонування ринку банківських продуктів досліджуються у роботах В. Базилевича, М. Бурмаки, І. Брітченко, О. Василика, Н. Кузнецової, С. Львовичкіна, А. Мороза, А. Пересади, Н. Рязанової, М. Савлука, І. Софіщенка, В. Федосова, В. Юценка, Ходаківської В.П., Беляєва В.В. та ін. Взаємозв'язок фінансового ринку з розвитком економічних систем та національної економіки розглядаються у працях І. Брітченка, О. Білоруса, В. Бородюка, О. Васюренко, В. Гейця, Б. Губського, Б. Данилишина, С. Дорогунцова, О. Другова, Б. Кваснюка, В. Науменка, О. Папаїки, Т. Смовженко та ін. Загальномаркетингові підходи щодо конкурентоспроможності банківських послуг заклали Ф. Котлер, Г. Армстронг, Б. Берман, Дж. Еванс, Е. Дихтль, Х. Хершген, Г. Ассель, Ж.-Ж. Ламбен, Г.Л. Багієв, І.Н. Герчикова, Є.П. Голубков, Г.Д. Крилова, Р.Б. Ноздрьова, Г.Г. Абрамшвілі, П.С. Зав'ялов, А.А. Мазаракі, А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Г. Герасимчук, Н.П. Гончарова, В.Я. Кардаш, Н.В. Куденко, П.Г. Петрова, С.В. Скибінський, А.О. Старостіна, Є.В. Ромат, Е.О. Азарян, Л.Ф. Романенко та ін.

Значна роль у формуванні сучасного усвідомлення банківських продуктів як специфічної складової ринкових відносин належить видатному вітчизняному науковцю М.І. Туган-Барановському. В своїй монографії «Паперові гроші та метал» від вперше сформулював та обґрунтував ідею про те, що ринкові закони і механізми, властиві більшості товарів і продуктів, не можуть бути перенесені на гроші та

банківські послуги внаслідок особливої природи їх походження, що в умовах відходу багатьох країн від «золотого стандарту» (забезпечення золотом товарної вартості грошей) робить наукові дослідження даної сфери особливо актуальними.

Результати запропонованого дослідження крім практичного та наукового застосування, можуть бути використані в навчальному процесі як у вищих навчальних закладах споживчої кооперації України, так і в інших навчальних закладах МОН України при викладанні наступних дисциплін: «Маркетинг», «Банківський маркетинг», «Економічна теорія», «Гроші і кредит», «Основи підприємництва», «Менеджмент у банку», «Аналіз банківської діяльності», «Ситуаційне моделювання діяльності комерційних банків» та ін.

Головне завдання монографії – запропонувати нові науково обґрунтовані підходи до подальшого удосконалення банківських послуг, котрі здатні підвищити конкурентоспроможність кооперативних та інших комерційних банків і банківської системи шляхом створення інноваційних банківських продуктів, нових механізмів формування банківських ресурсів на основі максимального задоволення потреб споживачів банківських продуктів.

Цільова аудиторія монографії – банківські службовці та керівники споживчої кооперації (в тому числі працівники кооперативних банків), студенти і аспіранти вищих учбових закладів, що навчаються за економічними та гуманітарними спеціальностями, слухачі шкіл бізнесу, керівники фірм та спеціалісти, чия діяльність пов'язана з банківською або кредитно-фінансовою сферою.

Зміст монографії складається з 4 розділів. Кожен розділ має три параграфи, що розкривають зміст підрозділу. Кожний наступний розділ є логічним продовженням попереднього. Монографію підготовано за матеріалами науково-дослідної роботи Полтавського університету споживчої кооперації України «Маркетингова стратегія просування банківських послуг» – номер державної реєстрації 0108U004051.

Автори адресують слова щирої подяки: ***ректору Полтавського університету споживчої кооперації України Нестулі Олексію Олексійовичу**, колективу кафедри маркетингу ПУСКУ, колегам-викладачам та науковцям, котрі надавали критичні зауваження щодо змісту монографії, та рецензентам.*

Автори працюють над новими виданнями з проблематики банківських послуг і мають надію, що плідна співпраця з професіоналами, які мають досвід роботи на вітчизняному та іноземних ринках та володіють сучасними маркетинговими технологіями на ринку банківських продуктів сприятимуть ефективній діяльності вітчизняних банків на внутрішньому та міжнародних ринках в умовах глобалізації економіки та розвитку інформаційних систем, що позитивно вплине на добробут українського народу.

РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЯК ПЕРЕДУМОВА ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

1.1. Формування та функціонування банківських мультиплікаційних процесів

Складність проблеми оцінки вартості грошей відзначалася рядом дослідників. Зокрема, М.І. Туган-Барановський писав: «Складність проблеми цінності грошей полягає в тому, що цінність грошей керується зовсім іншими факторами, ніж цінність товарів, тому теорія цінності грошей не може бути отримана дедукцією із загальної теорії цінності товарів. Непридатність трудової теорії до цінності грошей впливає вже з того, що цінність мають не тільки металеві гроші, виготовлені з матеріалу, що має трудову вартість, але і нерозмінні паперові гроші, що ніякої трудової вартості в собі не мають» [115, с. 65]. Крім того, М.І. Туган-Барановський відзначав неможливість об'єктивної оцінки вартості грошей: «... цінність грошей є явищем зовсім іншого порядку, ніж цінність будь-якого товару. Цінність товару є результатом більш-менш свідомих оцінок осіб, що споживають і виробляють цей товар. Навпаки, цінність грошей є зовсім несвідомим стихійним продуктом загальної кон'юнктури товарного ринку» [115, с. 76].

Перед економічною наукою постає завдання розкриття основних тенденцій, закономірностей і залежностей між економічними явищами і подіями.

Для визначення сутності капіталу як найважливішого економічного явища і фінансового джерела для створення, функціонування і розвитку суб'єктів господарської діяльності, необхідно, насамперед, визначити саме поняття капіталу. У нашій повсякденній мові слово «капітал» або «фінансовий (банківський) капітал» не завжди має те ж значення, яке надається йому в економічних дискусіях. У процесі створення, множення і перерозподілу капіталу найважливішим елементом є природа і сутність капіталу, на створення якого витрачаються фінансові й інші ресурси. Безумовно, створюваний (новий) капітал (гроші) повинен бути реальним. Під реальністю капіталу необхідно розуміти сукупність конкретних його характеристик:

1. Створюваний капітал повинен бути спроможним окупити себе з урахуванням зміни вартості грошей у часі.
2. Реальний капітал повинен бути ліквідним.
3. Капітал повинен виконувати соціально-корисну функцію.

Розглянемо детально кожен характеристику.

1. Ресурси, що спрямовуються на створення реального капіталу, незалежно від їхнього виду, повинні мати грошове вираження їхньої вартості. У протилежному випадку можливість зіставлення отриманих доходів із розміром витрачених коштів буде відсутня. Сумарний дохід від капіталовкладення повинен перевищувати розмір витрачених коштів, скоригований на зміну (зменшення) вартості капіталу за проміжок часу здійснення інвестиційного проекту і на розмір чистого прибутку інвестора. Це пов'язано із загальновідомим положенням про те, що вартість грошей змінюється в часі. В умовах ринкових відносин і

ринкових механізмів регулювання в банківському маркетингу та за наявності дворівневої банківської системи у державі вартістю грошей у часі є облікова ставка Національного (центрального) банку України. Це повною мірою відноситься до економіки України. Для повноти формування залежностей окупності реального капіталу необхідно вибрати фіксований проміжок часу. У фінансах таким проміжком традиційно вважається фінансовий рік. Наочно взаємозв'язок між вартістю реального капіталу і його складовими можна описати формулою (1.1):

$$PK = IP + \frac{KP \cdot OC}{100 \%} \cdot t + ЧП, \quad (1.1)$$

де PK – реальна вартість капіталу, створеного в процесі кредитування;

IP – інвестиційні ресурси;

KP – розмір (грошовий еквівалент) кредитних ресурсів для створення реального капіталу;

OC – облікова ставка Національного банку України;

t – термін інвестиційного проекту;

$ЧП$ – розмір чистого прибутку банку-кредитора.

Розмір чистого прибутку інвестора повинен обов'язково враховуватися, тому що будь-які капіталовкладення здійснюються з метою одержання прибутку. Звичайно, необхідно враховувати і той факт, що на розмір чистого прибутку і на реальну вартість капіталу значно впливатимуть ставки оподаткування.

Важливим є те, що дана формула відбиває прогнозовану реальну вартість капіталу, яка є лише бажаною вартістю. Заздалегідь визначити, що і скільки буде коштувати в майбутньому, навряд чи візьметься найдосвідченіший економіст або аналітик, адже життя повне непередбачених несподіванок. Якби інвестори точно знали, куди вкладати інвестиційні ресурси, то в регіонах (країнах) з розвинутою ринковою економікою були б відсутні явища банкрутства і неплатоспроможності.

2. Реальний капітал повинен бути ліквідним, тобто мати здатність бути реалізованим іншому інвестору в досить короткий проміжок часу. Ліквідність капіталу в значній мірі залежить від наявності організованої інфраструктури регіону і механізмів відчуження тих або інших форм капіталу. Найбільш організованим механізмом ринкового відчуження капіталів є біржа. Тому найбільш ліквідними є капітали, що можуть котируватися на валютній, фондовій або товарній біржах. Однак сама по собі приналежність капіталу до визначених груп не є гарантією його ліквідності на рівні регіону. Ліквідність капіталу залежить від наступних факторів:

- «реальності» капіталу, тобто його здатності створювати чистий прибуток і мати реальну вартість;
- можливості диверсифікувати реальний капітал, тобто можливості його використання для інших цілей або перепрофілювання основного капіталу;
- надійності, забезпеченості капіталу, тобто наявності або відсутності факторів ризику конкретного регіону і галузі, в яких здійснюється підприємницька діяльність.

3. Реальний капітал, безумовно, повинен виконувати конкретну соціально-корисну функцію. Наочним прикладом величезних фінансових і матеріальних інвестицій, що не створюють реального капіталу, може служити створення майнових комплексів в оборонній галузі, створення виробництва заради виробництва. Наслідком перерозподілу національного доходу і валового внутрішнього продукту країни в галузі, що виробляють верстати й обладнання заради виробництва іншого обладнання, а не для задоволення потреб населення, стала поява кризових явищ і розпад індустріальної економіки СРСР, що спиралася на найбагатші природні та людські ресурси. В умовах ринкових відносин реальний капітал створюють лише ті інвестиції або комплекс інвестиційних заходів, кінцевою метою яких є задоволення попиту з боку населення регіону як представників соціального співтовариства, тому що платоспроможний попит є головною рушійною силою прогресу в ринковій економіці.

Ми дійшли до необхідності аналізу джерел формування банківського капіталу, тобто до основного питання: звідки беруться ресурси для банківських інвестицій і який їхній максимальний розмір можна залучити для створення реального капіталу? В основі формування цих джерел лежить дохід. Залежно від конкретного учасника господарських відносин можна виокремити наступні основні види доходів як джерел створення капіталу (табл. 1.1).

Види доходів і джерел формування реального капіталу

Суб'єкт господарської діяльності регіону	Вид доходу, що утворює джерело для капіталу
Держава	Національний (валовий) дохід
Банківська система	Грошова маса, що знаходиться в обігу (за винятком розміру обов'язкового резервування)
Підприємства усіх форм власності (включаючи спільні), приватні підприємці	Сумарний дохід усіх суб'єктів підприємницької діяльності на ринку
Фізичні особи (громадяни) у ролі найманих робітників і службовців	Сумарний обсяг фонду оплати праці та соціальних виплат

Цілком очевидно те, що суб'єкти господарської (підприємницької) діяльності не можуть спрямовувати всі одержувані від своєї діяльності доходи на формування і примноження капіталу. Значна частина доходів спрямовується не на накопичення у вигляді створення реального капіталу, а на споживання, тобто на оплату господарських потреб і задоволення поточних потреб самих суб'єктів господарської діяльності. Держава повинна здійснювати фінансування соціальних програм, інших невиробничих витрат. Підприємства усіх форм власності повинні купувати сировину, матеріали, виплачувати заробітну плату й інші види допомоги; наймані робітники повинні витрачати зароблені кошти на харчування, одяг, задовольняти свої духовні, культурні, освітні, медичні потреби та ін.

Між суб'єктами господарської діяльності виникає дилема: яку частину коштів спрямовувати на споживання, а яку, відповідно, на заощадження. Особливу роль у цьому процесі займає банківська система, що має унікальний механізм формування інвестиційних ресурсів

навіть в умовах повної відсутності усіх видів накопичень і інвестицій в економіці країни.

Суспільство і його окремі суб'єкти змушені постійно вибирати: витратити кошти на накопичення (тобто на капіталізацію або створення нового реального капіталу) чи на споживання. Споживчі запити суспільства постійно зростають, і єдиним стимулом для капіталізації (нагромадження) частини отриманих доходів є можливість одержання додаткового доходу, що приносить частина доходу (капіталу), інвестована в реальний капітал з метою одержання прибутку, щоб у майбутньому задовольнити свої потреби в значно більшому обсязі. Однак у найближчому майбутньому знову виникне стимул спрямовувати частину доходу від реального капіталу в створення нового капіталу. Безперервність цього процесу забезпечує наявність постійної потреби в існуванні ринку капіталів і його ефективному функціонуванні. Набагато більш наочним і ефективним ринком капіталів є фондова біржа, що чітко відбиває стан і схильність економіки до накопичення або споживання.

Закономірним є питання: що ж служить джерелом додаткового доходу (або надприбутку) для реального капіталу, заради якого відволікається частина доходу? Відповідь проста: кошти, що спрямовуються суб'єктами підприємницької діяльності на споживання, тобто придбання товарів і послуг у підприємств (суб'єктів господарської діяльності) і є джерелом їхнього доходу, додаткового доходу (або надприбутку). Звичайно ж, цей дохід (або надприбуток) нерівномірно розподіляється серед підприємств регіону, окремі підприємства несуть збитки, незважаючи на великі обсяги інвестицій. Але мова йде про тенденції, що охоплюють всі підприємства у цілому.

У результаті сформованого кругообігу фінансових ресурсів на ринку капіталів устанавлюється певна рівновага. Сутність її полягає в тому, що, чим більше суб'єкти господарської діяльності витрачають на споживання, тим більші доходи (або надприбутки) від реального капіталу, і тим більше зростає стимул накопичувати (капіталізувати). Це призводить до скорочення споживання і збільшення накопичень і, як наслідок, скорочує доходи (надприбутки) від реального капіталу, знижує стимули для накопичень і збільшує споживання та ін.

Джерелами формування фінансового капіталу можуть служити фонди, утворені в результаті:

1. Емісії акцій підприємства.
2. Залучення позикових коштів, у тому числі банківських кредитів.
3. Використання фондів трастових компаній і пенсійних фондів.
4. Використання податкових і інших пільг, наданих державою.
5. Формування і розміщення резервних фондів страхових компаній.
6. Позик у міжнародних фінансових організацій і приватних інвесторів.

Матеріальні капіталовкладення можуть здійснюватися шляхом:

1. Внесення майна в статутні фонди підприємств.
2. Надання підприємствам давальницької сировини для подальшої переробки.
3. Створення сировинного та інших державних резервів.
4. Надання товарних кредитів і здійснення лізингових операцій.

Особливу роль і значення у формуванні капіталу відіграє національна банківська система. Її провідна роль полягає не тільки в тому, що банки здійснюють вкладення фінансових ресурсів, що значно

ефективніше матеріальних. Банки не лише є найбільш великими суб'єктами фінансування за обсягом ресурсів. Банківська система в цілому має унікальну технологію (механізм) формування, концентрації і примноження фінансових ресурсів, що дозволяє їй здійснювати капіталовкладення навіть в умовах повної відсутності нагромаджень в економіці.

До характерних рис українського ринку капіталів можна віднести наступні.

1. Держава не може виконувати функцію фінансування через дефіцит бюджету, його низьку наповнюваність, недостатній обсяг зовнішнього і внутрішнього боргу, ускладненого міжнародною фінансовою кризою.

2. Населення не має у своєму розпорядженні значні нагромадження через невисокий рівень оплати праці та низьку соціальну захищеність.

3. Залучення іноземного капіталу в економіку України не досягло обсягів, що можуть істотно поліпшити економічне становище на макроекономічному рівні.

4. Фондовий ринок як елемент структури ринку капіталів в Україні нерозвинений, що не дозволяє використовувати ефективний механізм емісії акцій відкритими акціонерними товариствами.

5. Приватизація не дала можливості здійснити концентрацію капіталу, зацікавити стратегічного інвестора, створити ефективні механізми залучення інвестицій у промислові підприємства.

Основу особливої ролі комерційних банків в інвестиційному процесі складає, насамперед, унікальний механізм формування кредитних ресурсів, яким володіє винятково банківська система. Ніякі інші фінансові інститути регіону, підприємства або держава не мають анало-

гічного інструментарію у своєму розпорядженні. Саме завдяки цьому унікальному механізму комерційні банки залишаються високоприбутковими суб'єктами підприємницької діяльності регіону, навіть в умовах важкої економічної кризи, падіння обсягів промислового виробництва й інших негативних наслідків, пов'язаних із кризовими явищами.

Специфіка створення кредитних ресурсів банківською системою складається із двох основних і принципових особливостей організації банківської діяльності, що полягають у наступному.

1. Одним із найважливіших джерел формування кредитного портфеля комерційних банків є тимчасово вільні залишки коштів, що знаходяться на розрахункових рахунках клієнтів. Це стає можливим завдяки тому, що всі підприємства для здійснення господарської діяльності повинні мати розрахункові (поточні) рахунки в банках. Здійснюючи розрахунково-касове обслуговування клієнтів, комерційний банк постійно має певну знеособлену суму коштів на розрахункових (поточних) рахунках клієнтів. Розмір цього перехідного залишку від одного банківського операційного дня до іншого залежить від наступних факторів:

- кількості клієнтів комерційного банку та розміру обороту коштів за поточними рахунками клієнтів;
- різниці між сумою отриманих коштів на рахунки клієнтів і сумою вихідних платежів.

Розмір залишків коштів, що знаходяться на рахунках клієнтів, коливається в часі у кожному конкретному банку через різницю між вихідними і вхідними сумами платежів. Але сума залишків на рахунках усієї банківської системи залишається незмінною. Це відбувається внаслідок того, що вихідні платежі одного комерційного банку є вхідними для іншого і навпаки.

Даний вид банківських ресурсів є основою механізму високої рентабельності та прибутковості банківської системи навіть в умовах економічної кризи. Так відбувається тому, що перехідний залишок коштів клієнтів комерційних банків є тимчасово незатребуваним і може бути використаний (тимчасово відвернутий) банком на інші цілі, тобто для здійснення кредитування інших суб'єктів регіональних економічних відносин. Залишки на рахунках клієнтів вигідно відрізняються від інших джерел формування банківських ресурсів (наприклад, депозитів або акціонерного капіталу) тим, що вони є безкоштовними (або майже безкоштовними) джерелами формування фондів кредитування. У той час, як по акціях банку, депозитах або інших видах вкладів комерційний банк повинен сплачувати відсотки, дохід банку складає різницю між сумою отриманих відсотків і відсотків, сплачених за вкладами, і називається маржею. В умовах, коли за ресурси у вигляді залишків на рахунках клієнтів платити не потрібно (або майже не потрібно), розмір доходу комерційного банку різко зростає. Цим і викликана тверда конкурентна боротьба комерційних банків регіону за своїх клієнтів.

Найважливішою особливістю формування кредитних ресурсів комерційного банку з тимчасово вільних залишків на розрахункових рахунках клієнтів є те, що банк формує кредитні ресурси за допомогою коштів клієнтів незалежно від того, які операції здійснюють його клієнти. Тобто незалежно від того, як розпоряджається клієнт своїми доходами – витрачає їх на споживання або нагромадження (капіталізацію). Ці доходи служать для формування кредитних ресурсів комерційного банку. Для формування кредитних фондів банку

достатньо самого факту грошових доходів клієнта, тому що грошові (фінансові) доходи суб'єкта регіональних відносин можуть бути отримані тільки на поточний рахунок у банку. Іншими словами, можна сказати, що навіть в умовах, коли всі клієнти комерційних банків спрямовують усі свої доходи на споживання, окремі комерційні банки і вся банківська система в цілому може формувати кредитні ресурси (кошти для капіталізації), створювати новий капітал.

Необхідно відзначити, що для формування кредитних фондів комерційних банків не можуть бути використані усі вільні ресурси на поточних рахунках клієнтів. Це пов'язано з тим, що розмір залишків таких коштів коливається в часі та є важко передбачуваним. У випадку, коли сума вхідних платежів клієнтам банку буде меншою від суми вихідних платежів, а усі вільні кошти клієнтів використані для кредитування, банк може виявитися нездатним виконати свої зобов'язання перед клієнтами на різницю між сумою вхідних і вихідних платежів. Звичайно, комерційний банк може зайняти частину коштів для покриття дефіциту, що утворився. Найбільш ефективним і мобільним видом позики в таких умовах є міжбанківський кредит. Міжбанківський кредит дозволяє вирівняти той дисбаланс, який щодня утворюється в кожному окремому комерційному банку в зв'язку з коливаннями розміру залишків коштів на рахунках клієнтів, що виникає внаслідок здійснення клієнтами господарської діяльності в регіоні. Однак міжбанківський кредит не може служити єдиним надійним інструментом вирішення проблеми, оскільки фінансове становище конкретного банку залежить від безлічі різних факторів. У зв'язку з цим виникає необхідність резервування частини тимчасово

вільних коштів, що знаходяться на поточних рахунках клієнтів банку, для створення стабільних умов для роботи банку і підвищення його надійності. В Україні таке резервування здійснюється шляхом установлення єдиної норми резервування Національним банком України, обов'язкової для всіх комерційних банків, тобто можна стверджувати, що окремий комерційний банк може створювати кредитні ресурси в розмірі сумарних залишків на рахунках клієнтів банків за винятком норми (розміру) обов'язкового резервування.

Важливим є те, що розмір фінансово-кредитних можливостей окремого комерційного банку, утворений за рахунок доходів його клієнтів, так само є основою механізму створення нових фінансових ресурсів, але уже всієї банківської системи в цілому. Це є наступною основною особливістю впливу банківської системи на процеси створення і розподілу капіталу.

2. Найважливішою особливістю банківської системи, що принципово відрізняє її від інших організацій і підприємств при здійсненні фінансової діяльності, є той факт, що при здійсненні кредитування окремим комерційним банком регіональна банківська система багаторазово множить фінансові ресурси і капітальні (кредитні) вкладення в економіку.

Це відбувається за допомогою грошового мультиплікатора і специфіки формування банківських ресурсів. Суть мультиплікаційного механізму полягає в тому, що при кредитуванні комерційний банк шляхом перерахування тимчасово вільних коштів клієнтів на рахунки позичальників збільшує кількість коштів, що знаходяться в обігу, тобто поповнює поточні рахунки інших підприємств (збільшує доходи

інших підприємств). Розмір коштів, що збільшився, на розрахункових (поточних) рахунках первісних одержувачів ресурсів знову збільшує фінансові можливості комерційного банку, який використовує їх для нових інвестицій. Так відбувається до повного використання кредитних ресурсів банківською системою. Єдиним фактором, що обмежує мультиплікаційний ефект, є норма (розмір) обов'язкового резервування.

Мультиплікаційний ефект і його зв'язок із промисловими циклами згадував у своїй роботі М.І. Туган-Барановський: «що стосується кредиту, то і розмір кредиту здатний зазнавати занадто значних змін, незалежно від кількості грошей. При незмінній кількості грошей кредит може помітно збільшуватися або, навпаки, зменшуватися. Саме в такий спосіб виникають ті, всім відомі кон'юнктурні коливання, якими супроводжується рух промислового циклу» [115, с. 51–52].

Фактично мова йде про те, що грошова маса в обігу може істотно збільшуватися завдяки кредитній активності банків при незмінній грошовій базі.

Загальновідомою є формула (1.2) [14]:

$$KP = (KB - KI) \cdot \frac{1}{R} \quad (1.2)$$

де KP – знову створені кредитні ресурси банківської системи;

KB – кредити видані;

KI – кредити погашені;

R – норма обов'язкового резервування, встановлена Національним банком України.

На наочному прикладі ми бачимо, що, якщо комерційний банк спрямовує на кредитування 1 000 грн при одночасному погашенні 200 грн попередніх кредитних вкладень і нормі резервування, яка дорівнює 20 %, то знову створений фінансовий капітал банківської системи складе:

$$KP = (1\ 000 - 200) \cdot \frac{1}{20\ \%} = 400 \text{ грн.}$$

На прикладі чітко видно, що у випадку видачі кредиту комерційним банком у сумі 800 грн фінансові ресурси всієї банківської системи складуть 4 000 грн, тобто фінансово-кредитний ефект регіонального комерційного банку буде помножений усією банківською системою на кількість разів, зворотно пропорційну нормі резервування.

Схематично мультиплікаційний ефект банківської системи зображено на рис. 1.1 [16].

Із формули (1.2) ми бачимо, що розмір кредитних можливостей регіональної банківської системи залежить від норми обов'язкового резервування. Чим вище норма резервування, тим менший розмір кредитних ресурсів має система, але система (тобто комерційні банки як окремо узяті, так і всі разом) стає більш надійною. І, навпаки, при зменшенні норми резервування зростають кредитні можливості системи (тобто зростають можливості капіталізувати дохід), але одночасно знижується надійність і стійкість системи, тобто підвищується ступінь ризику. Під ступенем ризику варто розуміти можливість втрати (або функціональної непридатності) самої системи, що може генерувати кредитні ресурси поза залежністю від накопичувальних або спожив-

чих тенденцій у регіоні. Стає очевидним твердження: чим більше накопичуємо (капіталізуємо), тим більше ризикуємо, і навпаки. Але якщо не здійснювати нагромадження взагалі, то виникає ризик повного зносу («проїдання») існуючого, тобто створеного раніше капіталу. Отже, справедливе твердження про те, що суспільство не може тільки споживати або тільки накопичувати (капіталізувати) ресурси, воно через регіональні економічні механізми повинно одночасно виконувати обидві ці функції.

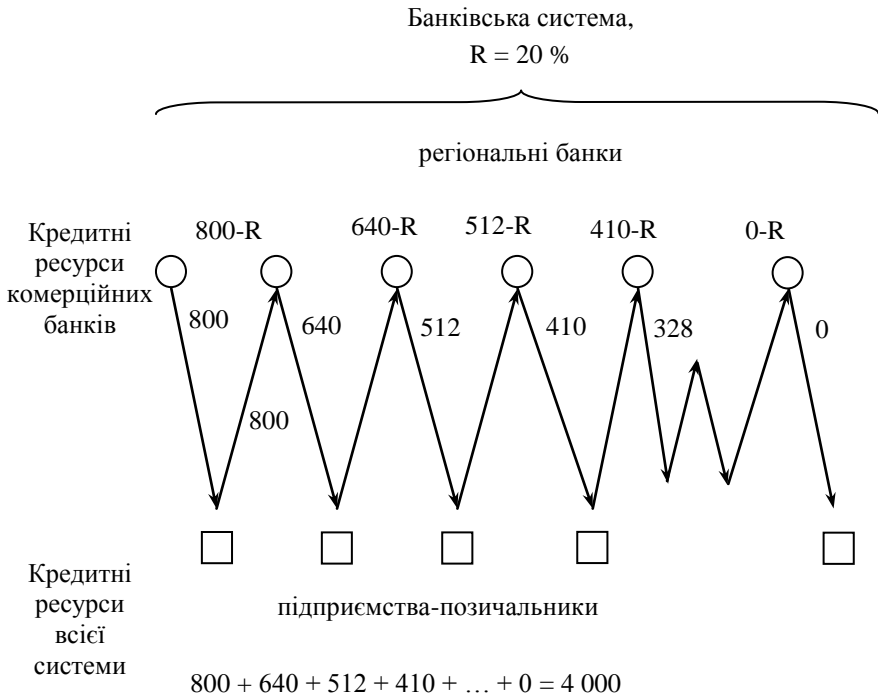


Рис. 1.1. Схема мультиплікаційного ефекту банківської системи

При цьому норма обов'язкового резервування виконує найважли-

віші суспільно-економічні функції, перераховані нижче.

1. Норма резервування дозволяє Національному банку України керувати надійністю банківської системи.

2. Норма резервування дозволяє регулювати фінансово-кредитні можливості регіональної банківської системи, тобто керувати процесами нагромадження (капіталізації) і споживання в регіоні.

Саме тому при загостренні кризових явищ в економіці Національний банк зменшує норму резервування, стимулюючи тим самим накопичувальні тенденції, і збільшує її при відносній стабілізації, підвищуючи надійність банківської системи. Питання виникнення і зниження різних ризиків займає особливе місце у фінансовій теорії і практиці, інвестиційній діяльності й економіці в цілому.

Отже, ми бачимо, що завдяки унікальним банківським механізмам і технологіям провідне місце в процесі створення і розподілу капіталу займає регіональна банківська система.

Необхідно особливо підкреслити, що в основі формування кредитних ресурсів комерційних банків лежать, як це не дивно на перший погляд, не фінансові (банківські) капітали, тобто негрошові кошти акціонерів або залучені (запозичені) кошти.

В основі надприбутковості, колосальної економічної ефективності та великих фінансово-кредитних можливостей регіональних комерційних банків і всієї банківської системи лежить унікальна технологія банківської справи, унікальний механізм створення кредитних ресурсів. Саме технологія банківської справи, заснована на двох принципових її відмінностях від усіх інших суб'єктів господарських відносин, включаючи державу, а не фінансовий капітал самих банків, ставить

регіональну банківську систему в центр процесів створення і розподілу капіталу та на вершину фінансової піраміди, що регулює процеси нагромадження і споживання в регіоні.

У класичному розумінні дохід, що відволікається для нагромадження у вигляді кредитних ресурсів комерційних банків для створення основних матеріальних або інших фондів, є основою для одержання прибутку або надприбутку в майбутньому у вигляді економічної віддачі від використання цього капіталу, тобто матеріальних і інших фондів. Згадаємо відому формулу Карла Маркса: гроші – товар – нові гроші, або іншу відому його теорію, в основі якої лежить твердження про те, що капіталіст, він же власник капіталу (тобто накопичених раніше матеріальних, фінансових і інших засобів виробництва), наймає робітників для виробництва суспільно корисного продукту з метою його продажу й одержання доходу. Велика частина цього доходу у вигляді додаткової вартості дістається капіталісту, тому що саме він є власником засобів виробництва, тобто власником капіталу. Іншими словами, саме капітал, на думку класика, лежить в основі доходу, додаткової вартості або надприбутку.

Основою доходу і надприбутку банківської системи є не капітал, а унікальна технологія, унікальний механізм створення, використання і множення кредитних ресурсів як продукт інтелектуальної діяльності та суспільної економічної думки.

В умовах науково-технічного прогресу і ринкових відносин найбільш важливим, найбільш економічно доцільним і реальним капіталом є прогресивні сучасні технології й інші продукти наукової та інтелектуальної діяльності людей як основи для одержання доходу і

його нагромадження (капіталізації) для держави, регіону і людини.

Особливе місце в розвитку наукової думки, здатної створювати технології, що є реальним капіталом в умовах ринкових відносин, займає економічна наука. Саме цим пояснюються великі матеріальні і фінансові капіталовкладення в наукові дослідження, стимулювання інтелектуальної діяльності і розвиток освіти в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Унікальною особливістю банківської технології, здатної створювати і збільшувати фінансові ресурси, є її суспільно-соціальне значення. В умовах ринкових відносин банкір, керуючий приватним банком, не лише вирішує проблеми власника або трудового колективу, який знаходиться в його підпорядкуванні. Фінансово-кредитна діяльність комерційного банку впливає на розвиток економіки регіону і країни, створення ресурсів і формування національного доходу та національного багатства всього суспільства, розвиток накопичувальних і споживчих тенденцій, економічну надійність і безпеку суспільства та ін.

1.2. Традиційні шляхи підвищення конкурентоспроможності банків в умовах поглиблення конкурентної боротьби на світових та вітчизняному ринках банківських продуктів

Традиційні шляхи підвищення конкурентоспроможності банку аналогічні звичайним маркетинговим рішенням, що властиві для всіх без виключення підприємств і специфічні методи, які враховують особливість банківських процесів і механізмів, тобто специфіку комерційного банку як особливого підприємства зі специфічними, властивими виключно йому якостями. Звичайні методи розглянуто багатьма

фахівцями та науковцями. За даним напрямом надрукована велика кількість навчальних підручників, монографій, наукових статей, доповідей тощо. Можна перелічити виключно ті напрями підвищення конкурентноздатності, які властиві саме банку та банківській системі. Напрями підвищення конкурентоспроможності банку ґрунтуються на специфіці механізмів формування, збереження та збільшення банківського капіталу. Їх класифікація може бути представлена наступним чином:

1. Збільшення та вдосконалення банківських активів і капіталу:

- збільшення розміру власного капіталу банку;
- збільшення розміру залучених ресурсів;
- оптимізація структури банківського балансу (шляхом збільшення частки власного капіталу, частки залишків на поточних рахунках у структурі залучених ресурсів; якості кредитного портфеля та активів банку, поліпшення фінансових показників тощо).

2. Розвиток мережі банківських філій і регіональних представництв (є найбільш актуальним для України в сучасних економічних умовах):

- збільшення кількості банківських філій на вітчизняному ринку банківських продуктів;
- оптимізація організаційної структури та розташування регіональних філій і представництв;
- відкриття та розвиток закордонних представництв і філій банку.

3. Розвиток банківських продуктів:

- збільшення асортименту банківських продуктів (за рахунок запровадження інновацій та використання досвіду вітчизняних і закордонних банків);
- підвищення якості банківських послуг шляхом урахування потреб

споживачів (особливу увагу треба приділяти клієнтам – фізичним особам);

- підвищення ролі реклами, наукових досліджень, сучасних методів комунікацій при просуванні банківських продуктів;

- оптимізація цінової політики на банківські продукти.

4. Підвищення фахового рівня працівників банківської системи:

- чітке дотримання рекомендацій Національного банку України щодо прийняття на роботу виключно фахівців з відповідним рівнем освіти (вища юридична або економічна освіта, бажано за профілем працевлаштування);

- постійне підвищення кваліфікації працівників (стажування, семінари, тренінги, друга вища освіта тощо);

- підвищення мотивації працівників до ефективної роботи (мотивація матеріальна, корпоративний дух, індивідуальний підхід до працівника тощо).

5. Поліпшення іміджу банку та підвищення довіри до нього:

- створення позитивного образу шляхом благодійних акцій і заходів;

- інвестування (окреме або консолідоване) інвестиційних проектів національного масштабу, підтримка стратегічних галузей економіки України;

- жорстка політика боротьби та запобігання незаконних фінансових операцій, тіньових схем, механізмів уникнення оподаткування, конвертаційних технологій, «відмиття» брудних грошей тощо.

Важливим фактором, що впливає на ефективність функціонування банківського капіталу, є фактор власності. Цей фактор безпосередньо впливає на стратегію банку, ефективність використання його ресурсів, конкурентноздатність, шляхи та напрями подальшого розвитку бан-

ківських технологій. Вплив цього фактора на конкурентоспроможність банку майже не висвітлюється у вітчизняній літературі, тому доцільно детальніше розглянути це питання.

Розгляд банківської конкуренції неможливий без аналізу міжнародного аспекту їхньої діяльності з урахуванням специфіки світового ринку банківських продуктів. Як визначає Б.І. Суховірський, «необхідна розробка теоретичних і прикладних проблем у рамках нового наукового напрямку – геоекономіки, що отримала розвиток у світовій економічній науці в умовах посилення процесів глобалізації і регіоналізації. Геоекономіка може трактуватися як геополітична економіка з огляду на вплив зовнішніх факторів на регіональний розвиток. У рамках геоекономіки України особливо актуальним є поєднання внутрішніх особливостей із впливом світового ринку. Таким чином, геоекономіка висуває підвищені вимоги до економічних досліджень, що повинні поєднувати знання про особливості світової економіки і міжнародних відносин із професіоналізмом стосовно даного регіону» [114, с. 71].

Для характеристики діяльності комерційного банку на регіональному рівні необхідно зрозуміти особливу роль валютної позиції банку та механізмів її регулювання. Валютна позиція, що представляє собою співвідношення сукупності вимог банку до всіх його зобов'язань в іноземній валюті, є критерієм ефективності національних і регіональних банківських технологій. Сутність цього полягає в тому, що перерозподіл власних коштів комерційних банків з національної грошової одиниці в іноземну валюту і створення в такий спосіб довгої валютної позиції свідчить про випереджальні темпи розвитку еко-

номіки тих країн, у валюті яких створюється довга валютна позиція, і навпаки. Якщо сформулювати точніше, то це свідчить про відставання національних технологій створення, збереження і примноження капіталу, тому що, як буде показано далі, при створенні довгої валютної позиції оборотні кошти комерційних банків вилучаються з національного кредитного мультиплікатора і створюють мультиплікаційний ефект в економіці тих країн, валюта яких формує довгу валютну позицію.

Більш докладний опис перерозподілу частини ВВП регіонів України на користь міжнародних фінансових структур виглядає в такий спосіб. Комерційні банки регіону для здійснення фінансових операцій своїх регіональних клієнтів повинні мати кореспондентські рахунки в іноземних банках-кореспондентах. З метою безпеки фінансових операцій, своєчасності та якості їхнього здійснення українські банки відкривають рахунки у великих фінансово стійких міжнародних транснаціональних банківських системах, що мають солідну репутацію і високий рівень довіри. Ці транснаціональні банківські системи переважно є мережею міжнародних комерційних банків, заснованих в одному з двох світових фінансових центрів – США або Європі. Таким чином, валютні кошти регіональних українських банків і їхніх клієнтів, отримані в результаті зовнішньоекономічної діяльності, на якийсь проміжок часу опиняються на рахунках американських або європейських банківських систем. Ці валютні кошти являють собою не що інше як безкоштовні фінансові ресурси для національних банківських систем Європи і США. Аналогічно до перехідних знеособлених за-

лишків на поточних рахунках клієнтів комерційних банків України перехідні залишки на рахунках міжнародних банківських систем, що належать суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності українських регіонів, коливаються у своєму абсолютному значенні в часі, але ці коливання дозволяють формувати постійний позитивний залишок для ефективного функціонування кредитного мультиплікатора національних банківських систем економічно розвинутих країн.

Функціонування кредитного мультиплікатора банківської системи розвинутих країн, заснованого на безкоштовних валютних ресурсах третіх країн, таких як Україна, має деякі принципові відмінності від функціонування кредитного мультиплікатора української банківської системи і банківських систем інших країн. Найбільш істотними відмінностями є:

- значно більший розмір залишків на валютних рахунках у порівнянні з залишками на рахунках національних банківських систем;
- більш низький норматив резервування в банківських системах США і Європи.

Ці та інші особливості дозволяють банківським системам розвинутих країн у більшому ступені збільшувати безкоштовні ресурси, що забезпечує цим країнам надлишок фінансових ресурсів і пріоритетність проблеми їхнього ефективного інвестування над проблемою пошуку фінансових ресурсів.

Транснаціональні банківські системи, що відкривають кореспондентські рахунки для здійснення міжнародних платежів, у свою чергу, здійснюють інвестування створених за допомогою мультиплікатора фі-

нансових ресурсів у економічне поле регіонів, що розвиваються, включаючи Україну, шляхом:

- прямих іноземних інвестицій у суб'єкти регіональної економіки;
- надання міжнародних кредитів регіональним комерційним банкам;
- надання позик українській державі або органам місцевої виконавчої влади.

Окрім обслуговування зовнішньоекономічних платежів регіональних клієнтів, комерційні банки так само можуть розміщувати свої власні валютні кошти на кореспондентських рахунках за межами економічного простору України та регіону. Цей процес регулюється НБУ шляхом зміни нормативів валютної позиції і положення про відкриття рахунків в іноземних банках-кореспондентах. Комерційні банки найчастіше збільшують залишки власних валютних коштів на кореспондентських рахунках міжнародних банківських систем з метою запобігання валютних ризиків або для акумулювання коштів для здійснення спекулятивних операцій на міжнародному фінансовому ринку.

З метою мінімізації відтоку іноземної валюти, підтримки стабільного курсу національної валюти, а також максимально ефективного функціонування національного кредитного мультиплікатора є доцільним регулювання міжнародних валютних операцій Національним банком України шляхом підтримки нормативу відкритої валютної позиції, що в кілька разів перевищує (2–3 рази) норматив резервування. Така політика НБУ буде стимулювати банківську систему перерозподіляти ресурси клієнтів і свої власні кошти в національні кредитні технології.

Створення і збільшення довжини валютної позиції свідчить про

неефективність мультиплікаційного ефекту в регіоні, точніше, про його менш ефективне функціонування в порівнянні з процесами у світовій економіці. У масштабі світових господарських відносин, глобалізації міжнародного поділу праці та на рівні світових фінансових ринків під регіоном доцільно розуміти територію вільного обігу конкретної національної грошової одиниці, обумовлену сукупністю правових і економічних умов. Україна при цьому виступає як єдиний регіон, що чітко збігається з географічними кордонами держави. Проте валютна позиція впливає на функціонування банківського капіталу в регіонах, що є частинами цього географічного простору.

Розміщуючи власні активи на кореспондентських рахунках в іноземних банках, українська банківська система не бере участь у мультиплікаційних процесах, що відбуваються у світовій економіці, через наступні причини:

- дані кошти знаходяться на рахунках іноземних банків;
- українська банківська система не має філій комерційних банків за межами країни. Виключення складають заснований Національним банком України в 1999 р., але не діючий, український департамент Чорноморського банку розвитку і торгівлі в м. Салоніки (Греція) і філія КБ «Приватбанк» у Нікосії (Кіпр), діяльність якої незначна за обсягами операцій і не робить якого-небудь істотного впливу як на діяльність самого Приватбанку, так і української банківської системи;
- національна валюта України – гривня – не є засобом міжнародних розрахунків. Її платіжні властивості діють винятково в межах регіону, що співпадають з її державними кордонами.

Говорити про участь у міжнародних мультиплікаційних процесах

можна лише в тому випадку, якщо українська банківська система матиме таку кількість регіональних представництв за межами України, яка дозволить формувати ресурси в обсязі, здатному істотно вплинути на ресурсну базу національної банківської системи, або у випадку, коли національна валюта України стане засобом міжнародних розрахунків і іноземні банки будуть об'єктивно зацікавлені в постійних перехідних гривневих залишках на поточних кореспондентських рахунках в українських банках для здійснення міжнародних платежів своїх клієнтів. Об'єктивні передумови для створення таких економічних умов у даний момент відсутні. Українська банківська система виступає об'єктом, завдяки якому інші держави, міжнаціональні та транснаціональні компанії і фінансові організації багатозовно примножують і перерозподіляють свої активи за рахунок участі в безкоштовних фінансових ресурсах у вигляді перехідних валютних залишків на кореспондентських рахунках в іноземних банках української банківської системи і її регіональних клієнтів, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Українські вчені-економісти, банкіри і політики, так само як вчені та практики інших держав, що не відносяться до країн з вільно конвертованою валютою, не мають реальної можливості підрахувати економічний і мультиплікаційний ефект від використання національних валютних цінностей на рахунках за межами країни, через комерційну, політичну, соціальну і навіть міжнародну таємницю. Але очевидний той факт, що даний ефект у десятки, сотні, а можливо, і більшу кількість разів перевищує

економічний ефект від національного кредитного мультиплікатора. Це відбувається внаслідок того, що:

- міжнародні банківські системи зосереджують у собі великі ресурси з різних регіонів планети, що істотно перевищують ресурси української банківської системи;

- міжнародні банківські системи мають у своєму розпорядженні велику кількість філій і регіональних представництв практично у всіх країнах і регіонах, що забезпечує високий ступінь внутрібанківського мультиплікаційного ефекту і надає можливість досить ефективно маніпулювати податковим законодавством різних держав;

- норма резервування найбільших регіональних представництв міжнародних банківських систем, розташованих в економічно розвинутих країнах Європи й Америки, є істотно меншою норми резервування центральних банків більшості країн, що розвиваються, що забезпечує великий ступінь оборотності та збільшення капіталу міжнародних банківських систем.

Банківська система України являє собою канал, через який частина ВВП України через неефективність функціонування технологій створення і примноження капіталу банківською системою України перерозподіляється в банківські системи країн із більш ефективною фінансовою інфраструктурою, виступаючи фундаментом для створення додаткового прибутку (надприбутку) у розвинутих країнах і їхніх банківських системах. Знову створений капітал із економічно розвинутих країн надходить через інвестиційні компанії або у вигляді державних

позик у країну походження фінансових ресурсів, що лежать в основі створення цього надприбутку, але вже на принципах платності, тобто з урахуванням виплати відсотків по кредитах і державних позиках, або інших привілеїв і конкурентних переваг для себе. Підтвердженням тому служить динаміка міжнародної валютної позиції України, обсягів українського експорту, іноземних інвестицій і валового національного продукту. Динаміку основних макроекономічних показників України показано на рис. 1.2.

Динаміку міжнародної валютної позиції України й обсягу прямих інвестицій в економіку України показано на рис. 1.3.

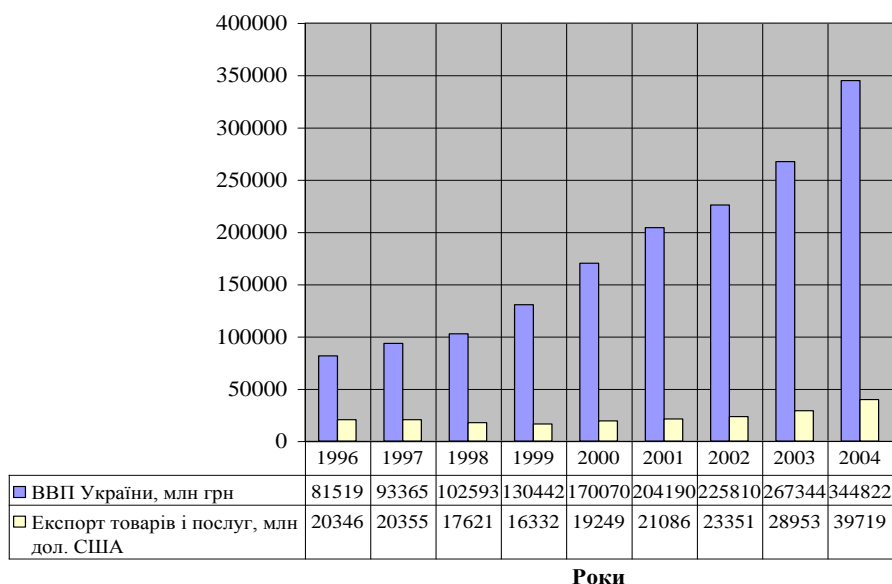


Рис. 1.2. Основні макроекономічні показники розвитку України в 1996–2004 рр. [131]

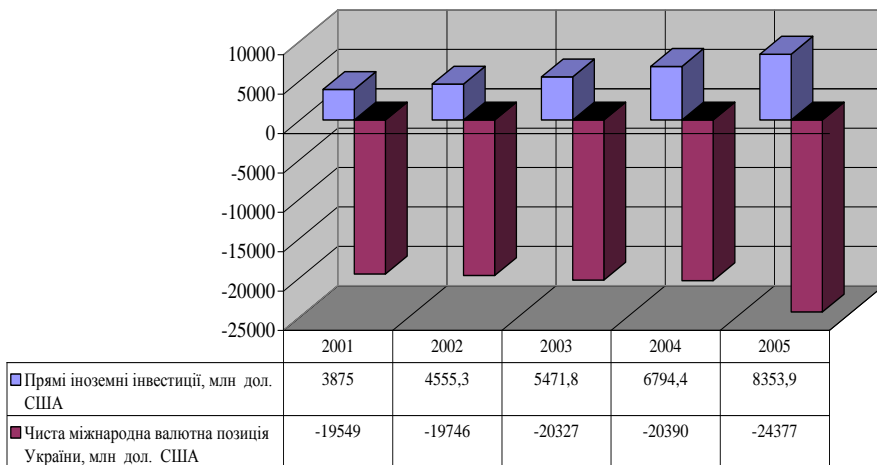


Рис. 1.3. Прямі іноземні інвестиції і міжнародна позиція України
(на початок 2001–2005 рр.) [130]

Зворотний взаємозв'язок динаміки прямих іноземних інвестицій і чистої міжнародної валютної позиції України легко пояснити. В умовах значної девальвації національної валюти, особливо в 1998–1999 рр. (80,5 % і 52,21 % відповідно), через значні темпи інфляції і політику «валютного коридору», що проводилась НБУ, вартість іноземних інвестицій у національній валюті зросла, тобто знизився розмір коштів в іноземній валюті, необхідних для реалізації інвесторами-нерезидентами тих чи інших проектів в Україні. Природно, що це викликало зростання іноземного інвестування в Україну. Однак девальвація мала і негативні наслідки.

По-перше, у результаті зростання експортних можливостей країни відбулося нагромадження валютних коштів на рахунках вітчизняних банків, відкритих в іноземних банках країн-імпортерів. По-друге,

девальвація призвела до «втечі» від національної валюти, коли комерційні банки прагнули збільшити свої активи в іноземній валюті, а оскільки можливостей для розміщення даних коштів у національній економіці було небагато, чому «сприяли» високі відсоткові ставки, то комерційні банки переводили ці кошти на свої коррахунки в іноземних банках.

На думку багатьох учених, девальвація завжди призводить до дезінтермедіації економіки через механізм нагромадження чистих іноземних активів комерційними банками, коли ресурси, залучені усередині країни, спрямовуються не на кредитування нефінансового сектора, а перетворюються у вимоги до нерезидентів і працюють на економіку інших країн.

Аналіз наведених даних свідчить про те, що ріст ВВП України й обсягів її експорту спостерігається пропорційно росту обсягів прямих іноземних інвестицій, що спричиняють погіршення чистої міжнародної позиції України. Логічним представляється питання про існування зворотної залежності: чи не відбувається ріст ВВП і експорту України внаслідок збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій? Відповідь очевидна: при наявності такої залежності обов'язковим наслідком її існування було б поліпшення, а не погіршення міжнародної валютної позиції України. Адже країні не потрібні інвестиції заради інвестицій. Основна задача залучення іноземних інвестицій – збільшення обсягів ВВП для поліпшення макроекономічних показників розвитку економіки і підвищення життєвого рівня населення. Сутність прямого іноземного інвестування полягає в перерозподілі частини ВВП України за допомогою міжнародних банківських і фі-

нансових технологій у платні прями інвестиції на вигідних для інвесторів умовах з наступним перерозподілом прибутку інвесторів за межі країни інвестування. Для здійснення таких інвестицій капітал економічно розвинутих країн спрямований не всередину українського економічного простору, а на підтримку міжнародних банківських систем і їхньої інфраструктури. Тому безпосередньо у вигляді інвестиційних ресурсів виступає економічний ефект від використання частини українського капіталу. Яскравим прикладом привілеїв іноземного капіталу є механізм резервування коштів для покриття кредитного ризику при здійсненні банком кредитних операцій, при якому комерційні банки з 100 %-м іноземним капіталом цілком звільнені від резервування ресурсів при видачі кредитів і перерахуванні коштів у банки – метрополії, якщо останні мають кредитний рейтинг не нижче, ніж «інвестиційний клас». Це дозволяє використовувати їх для перерозподілу капіталу в міжнародні банківські системи і ставить їх у нерівні конкурентні умови в порівнянні з українськими комерційними банками.

Відомий фінансист Дж. Сорос досить скептично відноситься до допуску іноземних банків на вітчизняні ринки. На його думку, вони, швидше за все, зніматимуть «вершки» з оптового ринку, де мають конкурентні переваги, а менш прибутковий роздрібний бізнес буде обслуговуватися недостатньо. Саме таку ситуацію ми і можемо спостерігати в Україні, зокрема, на прикладі роботи ряду банків з іноземним капіталом. Крім того, для приймаючої країни вкрай ризиковано дозволяти використовувати короткострокові надходження капіталу для довгострокових цілей, як зробила, наприклад, Малайзія, тому що іноземні банки можуть виявитися менш постійними, ніж

вітчизняні, і піти з ринку у випадку зміни макроекономічної ситуації в країні в негативному напрямі.

Динаміку кількості банків з іноземним капіталом у національній банківській системі України наочно представлено на рис. 1.4.

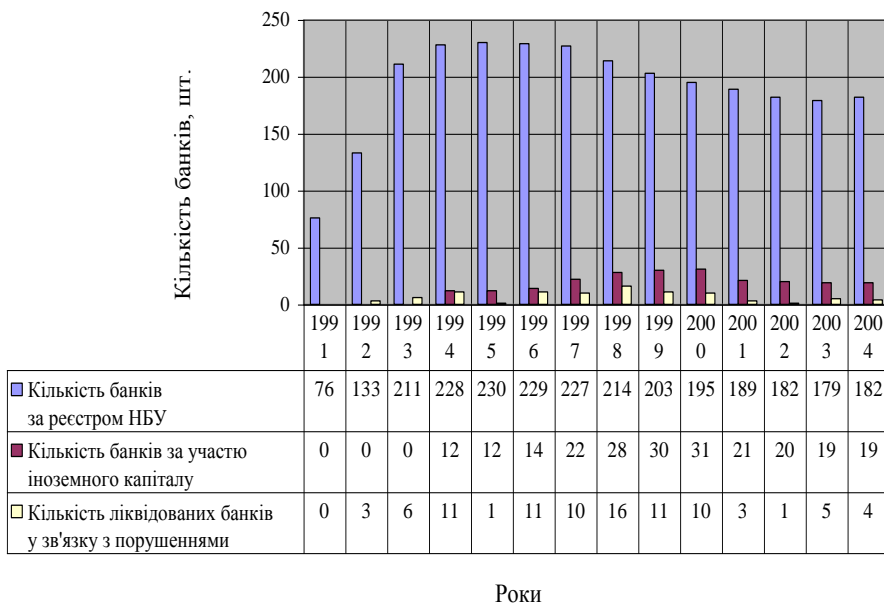


Рис. 1.4. Кількість банків національної банківської системи України в 1991–2004 рр. [130]

Як видно з рис. 1.4, спостерігається різке збільшення кількості банків з іноземним капіталом у 2001–2004 рр. після стрімкого збільшення обсягів українського експорту в 1999–2000 рр. Різке збільшення обсягів українського експорту призвело до значного збільшення перехідних знеособлених залишків на кореспондентських рахунках українських банків у міжнародних банківських системах. У результаті мультиплікаційного примноження цих ресурсів міжнародні банки

створили додатковий капітал, частина якого спрямована у вигляді установчих внесків іноземних компаній у національну банківську систему України.

Особливо важливим є той факт, що обсяг іноземних інвестицій у національну банківську систему України відбувався на фоні істотного скорочення кількості вітчизняних комерційних банків і погіршення міжнародної валютної позиції України, тобто обсяг прямих іноземних інвестицій в економіку України, включаючи й інвестиції в національну банківську систему, залежить від обсягу залишків на рахунках українських банків, а не від реальних макроекономічних показників і реального положення справ у фінансовому секторі української економіки.

За допомогою описаних банківських механізмів функціонує фінансовий механізм вилучення частини національного багатства (капіталу, доданої вартості, ВВП, ресурсів та ін.) економічно розвинутими країнами у менш розвинутих. Джерело для формування додаткового доходу для банківської системи розвинутих країн є джерелом для додаткових доходів державного бюджету цих держав. Найчастіше зазначені доходи є основними або домінуючими джерелами формування державного бюджету. Найбільш наочним прикладом, що відображає сформовану систему вилучення частини національного багатства за допомогою банківських технологій безкоштовного використання коштів на кореспондентських рахунках міжнародних банків, служить Швейцарія. У результаті описаних технологій міжнародні швейцарські банки так перерозподіляють частину національного багатства пострадянських країн, таких як Росія й Україна, що складається ситуація, при якій ці країни, що володіють безмежно великими природними, трудовими,

науковими, культурними, військовими й іншими ресурсами, мають істотно більш низький рівень доходів громадян. Допомога по безробіттю в одній із найбідніших, з погляду будь-яких ресурсів, країні – Швейцарії – значно перевищує офіційну середню заробітну плату в Росії й Україні, разом узятих. Це відбувається внаслідок функціонування банківських технологій перерозподілу капіталу.

В умовах, що склалися, коли українська банківська система занадто бідна для створення мережі своїх філій у всьому світі, а національна валюта не має реальної перспективи стати вільно конвертованим міжнародним платіжним інструментом, особливої актуальності набуває питання про шляхи виходу із становища, що сформувалося.

Змінити дане становище можна двома класичними методами: революційним і еволюційним. Революційний метод, тобто метод «відібрати і поділити», показав свою повну історичну неспроможність, він є ненауковим і не буде розглядатися нами надалі. Еволюційний метод можна умовно підрозділити на дві основні його складові, тобто на метод мінімізації існуючих втрат капіталу і частини ВВП її регіонів національною банківською системою України і на метод переходу банківської системи України в принципово нову якість, де мінімальні втрати капіталу банками України будуть компенсовані фінансовими потоками безкоштовних або досить дешевих ресурсів із більш розвинутих міжнародних банківських систем, причому перший метод є складовою частиною і підготовчим етапом для поступового переходу до другого.

Українські вчені розглядають роль банківського маркетингу в міжнародних відносинах з погляду функціонування механізмів за-

лучення іноземних інвестицій. Так колектив учених вважає, що «привабливість регіону для зовнішнього капіталу залежить від багатьох факторів, у числі основних з яких варто виділити гарантії захисту інвестицій і можливість придбання землі у власність. Для цього доцільно створити іпотечні банки» [84, с. 187]. Такий погляд має право на існування, хоч і є досить дискусійним. Разом із тим перспективи України інтегруватися в європейський економічний простір серйозно не досліджувалися вітчизняними вченими.

Шляхом інтеграції пішли й інші більш розвинуті держави, такі як Італія, Іспанія, Греція та ін. Цей шлях обрали практично всі східно-європейські країни, що ввійшли до Європейського союзу в 2004 р. Описані банківські технології доводять, що прагнення України стати одним із регіонів Європейського союзу є не її політичними амбіціями, а за своєю сутністю єдиним виходом для її національної банківської системи. Виходячи з регіональних устремлінь України і її банківської системи, представляється доцільним здійснення заходів Національним банком, які, з одного боку, сприятимуть подальшому зміцненню європейської валюти на світовому фінансовому ринку, а з іншого боку, створенню менш вигідних умов для її основного конкурента – долара США. Такими діями НБУ можуть стати:

- переведення більшої частини валютних резервів держави з активів у доларах США у європейську валюту;
- створення більш сприятливих умов для міжнародних розрахунків регіональних підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, в європейській валюті шляхом коригування нормативу валютної позиції комерційних банків у бік збільшення довгої валютної

позиції за європейською валютою та її скорочення – за американською, і так само шляхом внесення змін у порядок відкриття банками кореспондентських рахунків в іноземних банківських системах;

– створення більш вигідних умов для готівкового обігу європейської валюти в обмінних пунктах.

При переході України до єдиної європейської валюти в комерційних банків і їхніх клієнтів відпаде необхідність створювати довгу валютну позицію і переводити частину своїх активів у міжнародні платіжні засоби, тому що таким платіжним засобом буде їхня власна національна валюта.

Разом з тим у сучасних економічних умовах українські банки мають альтернативні механізми підвищення власної конкурентоспроможності при одночасному підвищенні конкурентоспроможності всієї банківської системи. До таких механізмів можна віднести механізм впровадження та просування інтегрованих банківських послуг. Зазначений механізм детально буде розглянуто далі. Одночасно потрібно зробити наголос на те, що будь-який механізм, котрий здатен суттєво підвищити конкурентоспроможність банківської системи без застосування в комплексі з іншими інструментами регулювання та розвитку ринку банківських продуктів та інтенсифікації процесів суспільного відтворення на макроекономічному рівні, не здатен кардинально змінити ефективність функціонування будь-якого банку.

1.3. Просування банківських продуктів та роль наукових досліджень

Під продажем банківських продуктів розуміють укладення та виконання угоди між банком і клієнтом з виконання певних послуг або надання грошей на певний термін. Різний рівень банківської системи

може забезпечити продаж різних банківських продуктів. Так, безбалансові відділення банків, як правило, обмежені у можливостях продажу кредитних ресурсів. Вони надають послуги з розрахункового обслуговування, залучення ресурсів, обмінних операцій тощо. Балансові відділення або філії банків здатні продавати кредитні продукти разом із розширеним асортиментом послуг, властивих банківським безбалансовим територіальним відділенням. Водночас балансові відділення зазвичай обмежені у видачі великих кредитів і продажу банківських продуктів для здійснення міжнародних операцій (акредитиви, гарантії тощо). Головний офіс банку, як правило, має можливість здійснювати продаж усіх банківських продуктів відповідно до ліцензії Національного банку України. Окремі комерційні банки формують пакети продажу банківських продуктів відповідно до рівня (рейтингу) певного відділення. Такий рейтинг визначається за багатьма критеріями, такими як кількість та структура клієнтів, грошові оборотки по рахунках клієнтів, кваліфікація персоналу відділення, побажання клієнтів тощо. Так, наприклад, «Приватбанк» класифікує відділення за категоріями (тобто відділення може відноситись до однієї з наступних категорій: «а», «б», «в» або «г»). Від певної категорії відділення залежить перелік банківських продуктів, які воно має право продавати клієнтам.

Особливістю продажу банківських продуктів є те, що банк, виступаючи посередником на ринку капіталу, майже не використовує посередницькі структури при організації продажу власних товарів. Це відбувається внаслідок того, що продаж основних банківських товарів здійснюється персоніфіковано. Це передбачає наявність у продавця банківського товару відповідної ліцензії НБУ або фізичної можливості здійснювати банківські операції.

Персональний продаж банківських товарів не виключає подальшого перепродажу окремих видів банківських продуктів, але ці продукти або товари перестають бути банківськими внаслідок їх подальшого вилучення з банківського мультиплікаційного процесу.

Розглянемо наступний приклад. Комерційний банк надав кредит підприємству. При видачі кредиту відбувається продаж банківських продуктів. Після використання кредитних ресурсів на придбання обладнання підприємство може здійснити емісію векселя на суму, що дорівнює розміру кредиту під заставу зазначеного обладнання на строк і під відсотки, адекватні терміну та відсоткам, які передбачені кредитною угодою. На перший погляд, відбувається подальший продаж капіталу, який підприємство початково запозичило у комерційного банку. Але водночас такий перепродаж не є продажем банківських продуктів, тому що внаслідок такого продажу не спрацьовує кредитний мультиплікатор, властивий виключно банківським механізмам формування, функціонування та перерозподілу капіталу.

Наступна специфіка продажу банківських продуктів полягає у тому, що термін продажу певного виду банківських товарів (кредитів і депозитів) розтягнутий у часі. Банк повинен враховувати можливі зміни умов продажу товару у часі. Навіть ціна товару (відсотки по кредиту) можуть бути відкориговані банком відповідно до зміни облікової ставки НБУ.

Певні види банківського товару можуть бути продані іншому комерційному банку. Яскравим прикладом такого вторинного ринку банківських товарів є міжбанківський ринок кредитних ресурсів, на якому банк одночасно може виступати як споживачем, так і продавцем одного і того ж товару.

Наступною специфічною особливістю продажу банківських товарів є потреба певних знань і вмінь при продажу та споживанні банківських товарів. Певні види банківських товарів (дистанційний доступ до банківських рахунків, певні валютні, міжнародні та гарантійні банківські продукти) потребують наявності професійних знань при їх придбанні.

Подальша персоніфікація продажу банківських продуктів формує специфіку банківської, комерційної та інших видів таємниць при здійсненні продажу банківських продуктів. Це ускладнює можливість рекламування банківських продуктів їх споживачами та підвищує роль змістовної складової при переконанні споживача придбати певний банківський продукт.

Особливе місце комерційного банку, банківської системи, банківського маркетингу у процесах суспільного відтворення у регіоні формують особливу роль регіональної специфіки продажу банківських продуктів. Так, у розвинутих регіонах буде переважати продаж банківських товарів, орієнтованих на залучення ресурсів, у той час як у регіонах з дефіцитом фінансових ресурсів попитом будуть користуватися кредитні продукти банку. Регіональна специфіка продажу банківського товару формує особливу соціально-економічну роль продажу банківських товарів, яка полягає у формуванні та стимулюванні процесів накопичення та споживання в економіці.

Банківський маркетинг як наука, що досліджує особливості просування та продажу банківських товарів, більшу увагу приділяє специфічним механізмам створення банківських товарів, які суттєво відрізняються від механізмів інших галузей економіки. У той же час меха-

нізми продажу та просування банківських товарів значною мірою співпадають з технологіями продажу та маркетингового стимулювання в інших секторах фінансового та суміжних ринках. Тому для вивчення зазначеної теми більш доцільно зробити акцент на самостійну роботу щодо аналізу можливостей застосування механізмів продажу товарів звичайного маркетингу до специфіки функціонування банківської системи.

Під етапами продажу банківських продуктів розуміють черговість послідовних дій комерційного банку та його клієнтів з вибору та споживання певного банківського продукту та повне завершення розрахунків за спожитий (наданий) товар. Основними етапами продажу банківських товарів є наступні етапи, які формують замкнуте коло дій, що повторюються.

1. Аналіз стану ринку банківських товарів, потреб споживачів, власних можливостей та намірів конкурентів, дослідження перспектив інновацій і динаміки їх розвитку.

2. Розробка та підготовка банківського продукту або асортименту продуктів відповідно до маркетингової стратегії та ресурсних можливостей комерційного банку.

3. Узгодження умов продажу товару та їх прив'язці до наявного асортименту товарів (стосовно тих товарів, що потребують такого узгодження) з власниками банку.

4. Доведення інформації до потенційних і наявних клієнтів банку про банківський товар та умови його продажу відповідно до рекламної стратегії та рекламного бюджету банку.

5. Продаж зазначеної групи банківських товарів.

6. Моніторинг просування банківських товарів на ринку банківських продуктів.

7. Дослідження та аналіз впливу продажу певних банківських товарів на ефективність комерційного банку, досягнення стратегічних і тактичних завдань.

8. Удосконалення певних банківських товарів та їх асортименту, підвищення ефективності їх просування та усунення недоліків у роботі маркетингової служби банку.

9. Розподіл отриманих доходів і спрямування певної їх частки на подальший розвиток продуктової політики банку відповідно до бюджету та фінансового плану банку.

Окремо потрібно розглянути узгодження продажу банківських товарів з наявним асортиментом продуктів і маркетинговою стратегією банку. При узгодженні зазначених продажів необхідно враховувати наступне:

- загальна стратегія комерційного банку спрямована на залучення (збереження) клієнтів до розрахункового обслуговування для формування ресурсної бази комерційного банку та участі сформованих ресурсів у банківському мультиплікаторі;

- впровадження та продаж банківських товарів узгоджуються та підпорядковані загальній стратегії комерційного банку з урахуванням тактичних особливостей її впровадження;

- при продажу нових банківських товарів потрібно намагатись залучити нових клієнтів, не втративши існуючих внаслідок зміщення акцентів у продуктивій політиці.

При дослідженні та аналізі впливу продажу банківських товарів на ефективність комерційного банку треба комплексно розглядати ефективність функціонування банківської системи з урахуванням мультиплікаційного ефекту від результатів продажу по всім філіям певного комерційного банку.

Аналіз стану ринку банківських товарів, потреб споживачів, власних можливостей та намірів конкурентів, дослідження перспектив інновацій і динаміки їх розвитку доцільно робити на наукових засадах, бажано із залученням провідних науковців шляхом постійних і професійних досліджень.

Описані етапи продажу банківських товарів мало чим відрізняються від етапів продажу товарів у небанківському секторі економіки. Разом з тим звичайні товари на певному етапі існування життєвого циклу товарів повністю замінюються новими товарами. Певною мірою це властиво і банківським товарам, але банківська система має у власному арсеналі такі групи товарів, які існують з початку виникнення банків і, напевно, завжди будуть супроводжувати банківську діяльність. До таких продуктів можна віднести послуги банків з розрахунково-касового обслуговування, обмінні послуги, надання кредитів і залучення заощаджень. Ці банківські товари є базовими та незмінними. Змінюватися можуть лише умови їх продажу.

При послідовному виконанні етапів продажу банківських товарів неможливо виділити або підкреслити перевагу ролі певного етапу над іншими. Всі етапи є однаково важливими. Вилучення або неякісне виконання будь-якого етапу не може бути компенсовано підвищенням якості іншого.

Банківський маркетинг не володіє досконалою методикою продажу продуктів, тому іноді банківський маркетинг відносять до категорії мистецтва. Впровадження послідовних етапів продажу банківських продуктів на наукових засадах банківського маркетингу здатне забезпечити ефективне прибуткове функціонування певного комерційного банку чи банківської системи. Але це не гарантує абсолютної переваги над конкурентами. Навіть при дотриманні всіх методик і рекомендацій у банківській справі залишається місце для випадковості або непередбаченості побажань споживачів, впливу інших галузей економіки та сфер суспільного життя, коливанням макроекономічних і світових параметрів розвитку. Тривалі дискусії ведуться також серед самих економістів стосовно шляхів розвитку банківської та валютної системи України, що може суттєво відобразитись на механізмах продажу та просування банківських продуктів. Саме такі умови при організації продажу банківських товарів залишають широкі можливості для розкриття творчих можливостей банківського працівника. Тому при вивченні даної теми та даного питання доцільним є розробка та обговорення авторської стратегії, авторського бачення щодо змісту етапів продажу банківських товарів і послідовності їх впровадження, розстановці наголосу та підкресленні важливості певних деталей алгоритму продажу та просування банківських товарів.

Найчастіше банки застосовують наступні методи стимулювання продажу продуктів:

1. Метод цінової мотивації.
2. Метод додаткових пільг та привілеїв.
3. Метод переконання і переваг.

4. Метод залучення до нових можливостей.

5. Метод формування прогресивного іміджу клієнта банку.

Метод цінової мотивації є, на нашу думку, найбільш дієвим та актуальним у сучасних умовах посилення конкуренції в банківському секторі економіки України. Він реалізується шляхом зменшення вартості банківських продуктів у порівнянні з попередньою ціною або ціною на відповідні продукти банків-конкурентів. Наглядним прикладом такого стимулювання є періодична відміна багатьма банками плати за відкриття поточних рахунків для всіх категорій клієнтів. Така цінова політика банку, безумовно, збільшує кількість клієнтів і просуває пакет послуг певного банку без додаткових витрат на рекламу.

Метод додаткових пільг і привілеїв надає клієнтові можливість отримувати певну користь при покупці пакету банківських послуг. Так, при постійному споживанні певного набору продуктів банк може надати клієнтові право розташування реклами на сайті банку в мережі Інтернет або у приміщенні банку, право першочергового або позачергового обслуговування по касовим операціям; обслуговування у додатковий та продовжений час; можливості пільгового користування банківськими гарантіями; права на продовження терміну користування банківським продуктом у майбутньому на попередніх умовах тощо.

Метод переконання та переваг полягає у доведенні до відома клієнтів інформації про переваги певних продуктів банку від продуктів, що пропонувалися раніше, або від продуктів банків-конкурентів. Прикладом даного методу є переконання клієнтів у перевагах використання тих або інших видів платіжних карток; різних видах послуг по переказу грошей за кордон; різних формах і видах накопичення заощаджень на депозитних рахунках тощо.

Метод залучення до нових можливостей показує такі переваги споживання продуктів певного банку, які відсутні у банках-конкурентах. Так, обслуговування в певному комерційному банку дає можливість зберігати коштовності у депозитних скриньках і спеціалізованих сейфах, що є неможливим у інших комерційних банках України.

Метод формування прогресивного іміджу клієнта банку виник одночасно з формуванням нової дворівневої банківської інфраструктури у пострадянській економіці. Протягом розвитку ринкових відносин на пострадянському просторі та в Україні такий імідж змінювався від іміджу елітарного клієнта найпрестижнішого банку до іміджу «просунутого» банку з розвинутими загальнодоступними технологіями та навіть до іміджу клієнта банку, який суттєву увагу приділяє благодійній діяльності та соціальному розвитку. Зміни такого іміджу та привабливості для певної категорії клієнтів відбувалися відповідно до вимог часу та розвитку етики і культури підприємництва та ставлення до ринкових відносин у суспільстві.

Стимулювання продажу банківських продуктів не є обов'язковим для банку, але в сучасних умовах поглиблення конкуренції на ринку банківських продуктів важко знайти банк, який не застосовує тих чи інших механізмів стимулювання. Одночасно важко знайти також і банк, який застосовує всі або майже всі відомі механізми стимулювання. Це свідчить про те, що стимулювання продажу банківських продуктів є необхідним у сучасних ринкових умовах, але воно все ж таки не є вирішальним у конкурентній боротьбі за клієнта. Вирішальним є якість та асортимент банківських продуктів та механізми управління продажу банківських продуктів, що здатні забезпечити най-

більш ефективне функціонування банківського капіталу з урахуванням мультиплікаційного ефекту його збільшення та перерозподілу.

Банки також застосовують загальномаркетингові механізми стимулювання продажів, наприклад, метод інтенсивної рекламної підтримки. Специфікою вибору методів стимулювання продажу продуктів та їх комбінування є застосування банківської таємниці до розробки маркетингової стратегії стимулювання продажу. Таке втаємничення, з одного боку, ускладнює дослідження зазначених процесів з боку фахівців і науковців, а з іншого – надає можливість банківським працівникам розкрити власні здібності та вміння.

Розробка маркетингової стратегії стимулювання продажу банківських продуктів є чудовою можливістю для розкриття здібностей студентів при самостійній розробці такої стратегії та подальшому груповому їх обговоренні або у захисті таких розробок у вигляді курсових, дипломних робіт, есе чи рефератів, тез конференцій, наукових статей тощо. При цьому треба брати до уваги те, що реальним арбітром якості такого маркетингового проекту може бути лише ринок і результати від впровадження запропонованих ідей, тому що ідеального механізму стимулювання продажу банківських продуктів або комбінації таких механізмів не існує. Певною мірою вдала маркетингова стратегія у цьому напрямі може бути віднесена до розряду творчих або мистецьких рішень.

Важливим є також і те, що процес розробки та впровадження маркетингових стратегій стимулювання продажу банківських товарів є таким, що вимагає постійного оновлення та перегляду. Та маркетингова стратегія, яка ще кілька тижнів тому була оптимальною та

найбільш доцільною в умовах сьогодення, може не приваблювати клієнта. Це підвищує роль суб'єктивного (людського) фактора у функціонуванні банківських процесів і механізмів.

Подальший розвиток комплексу засобів просування маркетингу у банках можливий виключно на науковій основі. Завдяки науковому підходу протягом невеликого проміжку часу банківська система України набула значних змін і була суттєво вдосконалена. Зараз можна говорити про якісно нову банківську систему в Україні. З точки зору сучасних досліджень банківського маркетингу, актуальними та доцільними є наукові дослідження дворівневої банківської системи, що функціонує в умовах ринкової економіки. Саме таку систему почала будувати Україна після розпаду Радянського Союзу та отримання незалежності. Дворівнева система, спрямована на функціонування в ринкових умовах, кардинально та принципово відрізнялась від банківської системи Радянського Союзу. Саме у банківській системі відбулися найбільш суттєві зміни економічних механізмів при переході від адміністративної економіки до ринкової. Це обумовлено не тільки впровадженням у банківську систему нових ринкових принципів приватної власності, нечуваних раніше технологій комп'ютеризації та інформатизації, принципово нових механізмів управління та менеджменту та ін.

Головним стрижнем формування нової банківської системи України, як і переважної більшості країн колишнього СРСР, було формування принципово нових механізмів функціонування та розподілення банківського капіталу, які дозволяють створювати новий капітал відокремлено від механізмів формування та розподілення валового

внутрішнього продукту та суспільного капіталу. Специфіка функціонування такого механізму посилювалася здатністю суттєво впливати на процеси суспільного відтворення та реальної економіки, формуючи за багатьма напрямками стандарти функціонування капіталу в реальному секторі економіки через механізми облікової ставки та банківських відсотків, курсу національної валюти та ін. Не менш важливою особливістю сучасних банківських механізмів, що принципово відрізняють банківську систему України від попередньої, є особлива роль населення як головного споживача та учасника банківських процесів і механізмів. Водночас, у силу багатьох об'єктивних факторів, акцентування банків на співпрацю з громадянами відбулося лише на першому етапі розвитку банківської системи України та ще не досягло найвищого її рівня.

Особливість формування та функціонування банківських процесів і механізмів дворівневої банківської системи та перехід до ринкової економіки обумовили той факт, що їх дослідження не могло (або майже не могло) спиратися на дослідження радянських економістів. А в умовах перехідної економіки дослідження фахівців розвинутих країн не були адаптовані для впровадження в банківську систему України, яка лише починала формуватися. Великий внесок в економічну банківську теорію внесли банкіри-практики, які своєю безпосередньою роботою з формування банківської системи напрацьовували певний обсяг знань та досвіду в галузі банківської справи, створювали нові банківські продукти та досліджували маркетингову доцільність їх впровадження на практиці. Водночас розвивалися і економічні дослідження банківського сектора. Вони пройшли кілька етапів розвитку

від привнесення ринкових принципів та основ маркетингу в економічні відносини між банком і клієнтом, втіленням маркетингу у кредитні та валютні операції, методики розподілення кредитних ресурсів та їх оптимального використання, оптимізації організаційної структури комерційного банку, гармонізації міжбанківського ринку, розвитку та вдосконалення емісійних операцій і банківських операцій з цінними паперами та ін.; до обґрунтування та розкриття природи функціонування мультиплікаційного ефекту при формуванні та функціонуванні банківського капіталу, оптимізації регіональної структури розвитку мережі банківських філій, дослідження впливу міжнародних мультиплікаційних і розрахункових операцій на доцільність інтеграції економіки України до європейського економічного простору та єдиної європейської валюти.

На сучасному етапі розвитку економічних досліджень банківської системи України можна виділити *актуальність наступних напрямів наукових досліджень*, які дають адекватну відповідь на сучасні виклики щодо її подальшого розвитку:

1. Дослідження шляхів розширення асортименту банківських продуктів при одночасному вдосконаленні існуючих. Даний напрям наукових досліджень є найбільш важливим для практичного впровадження та найбільш ефективним унаслідок специфіки функціонування мультиплікаційного ефекту при функціонуванні банківського капіталу. Саме цей напрям створює найбільш сприятливі умови для розвитку, поглиблення та підвищення конкурентоспроможності банківської системи України. Основними шляхами розвитку цього напрямку представляються наступні:

– удосконалення існуючих механізмів банківського споживчого кредитування шляхом впровадження нових методик адаптації банківських кредитів до різних потреб і різних верств населення;

– розширення асортименту та інтенсифікація банківських операцій з цінними паперами, активна участь комерційних банків у формуванні ефективного та дієздатного ринку цінних паперів в Україні.

2. Дослідження шляхів подальшої інтеграції банківської системи України у світову та європейську банківську систему. Особливо актуальними є ті напрями інтеграції, які забезпечують мінімізацію втрат капіталу національної банківської системи та можливий перерозподіл світових грошових потоків на користь процесів суспільного відтворення в Україні. Можливими векторами цього напрямку можуть бути:

– стимулювання розвитку закордонних філій українських комерційних банків;

– залучення іноземних інвестицій у банківську систему України;

– інтеграція банківської системи України до єдиної європейської валюти;

– створення економічних інструментів боротьби та запобігання застосування та функціонування міжнародних механізмів відмивання брудних коштів за допомогою банківської системи України.

3. Дослідження передумов і напрямів підвищення капіталу українських комерційних банків. Основні з них:

– напрями підвищення розміру власного капіталу українських банків;

– напрями підвищення робочих активів банківської системи України.

4. Дослідження механізмів удосконалення керованості банківської системи України з боку Національного банку, вдосконалення емісій-

них і мультиплікаційних механізмів, підвищення ефективності та кваліфікованості банківського менеджменту, кадрового забезпечення банківської системи, надійності банківських операцій, розвиток парабанківської системи, контролю за дотриманням принципів конкуренції та рівних можливостей на ринку банківських послуг.

Особлива роль у сучасних дослідженнях банківської системи України належить удосконаленню існуючих механізмів банківського споживчого кредитування шляхом впровадження нових методик адаптації банківських кредитів до різних потреб і різних верств населення. Яскравим прикладом такої адаптації є дослідження наступного кола питань, актуальних як для комерційних банків, так і для їх клієнтів: який термін споживчого кредиту є оптимальним при одержанні споживчого кредиту? Яким є оптимальне співвідношення доходу позичальника до розміру заборгованості? Яким є оптимальне співвідношення доходу позичальника до відсоткової ставки по кредиту? Чи існує зв'язок між зазначеними параметрами та видом заставного майна, що використовується для забезпечення кредитних зобов'язань позичальника? Якою є оптимальна схема страхування різних ризиків при використанні споживчого кредитування? Чи існує зв'язок між усіма зазначеними параметрами та факторами, що впливають на доцільність отримання позики та економічну ефективність застосування конкретних умов отримання споживчого кредиту? Дослідження та наукове обґрунтування відповідей на аналогічні виклики та запитання дозволяють розробити оптимальну кредитну стратегію для різних груп позичальників як під час отримання позики, так і її коригування протягом періоду користування нею. Це є особливо актуальним в умовах, коли

банківська система пропонує споживчі кредити на строк до 25 років, а фінансовий стан переважної більшості позичальників може суттєво змінитися за цей період як в сторону погіршення, так і покращення. Коригування кредитної політики в таких умовах виявляється достатньо важливим та актуальним.

Зазначені дослідження дозволяють також формувати і коригувати кредитну політику комерційного банку з метою охоплення найбільшого сегменту споживачів серед різноманітних верств населення та підвищення ефективності та надійності кредитного портфеля комерційного банку, сформованого за рахунок споживчих кредитів. При такій кредитній політиці банк все більше перебирає функцію не тільки кредитора, а і консультанта та радника свого клієнта, що, безумовно, підвищує рівень довіри клієнта до банку, створює умови для підвищення ділової активності та розвитку у клієнта підприємницького мислення та активізації ініціативи споживачів банківських послуг до подальшого розвитку відносин між клієнтом і банком.

Також актуальними є дослідження головних критеріїв визначення кредитоспроможності фізичної особи – потенційного позичальника. При цьому доцільним представляється вдосконалення аналізу критеріїв оцінки платоспроможності та визначення впливу окремого фактора на загальний рівень кредитоспроможності. Треба, наприклад, визначити рівень впливу таких факторів як вік, професія, законно-слухняність, досвід роботи з банківськими продуктами, наявність економічної освіти, психологічні особливості особистості, сімейний стан та ін. на вірогідність і рівень наявності ризиків, що виникають під час користування споживчим кредитом. Економічні дослідження по-

винні дати відповідь на питання: яким чином, тобто розміром наданого кредиту, його терміном або відсотковою ставкою необхідно нивілювати різний рівень ризикованості для різних верств і груп користувачів споживчих кредитів? Яким чином коригувати кредитну політику комерційного банку у часі для забезпечення адекватності кредитного портфеля банку новим вимогам і викликам, що формують нові ресурсні можливості банку? Як враховувати вплив активного користування фізичною особою-позичальником великим переліком банківських продуктів саме цього банку та активну його співпрацю з іншими напрямів банківської діяльності? Як розбудовувати стратегію додаткового страхування фізичних осіб та її вплив на кредитоспроможність позичальника? Сучасна економічна теорія не дає відповіді на перелічені запитання. Водночас ринок споживчого кредитування набирає обертів і все більше заміщує частку кредитів підприємств у кредитному кошику комерційних банків.

Стосовно дослідження шляхів подальшої інтеграції банківської системи України у світову та європейську банківську систему доцільним представляється дослідження досвіду країн, які пройшли такий шлях і здійснили або здійснюють аналогічні перетворення. До таких країн можна віднести наступні: Іспанію, Португалію, Грецію, Польщу, Чехію, Угорщину, Прибалтійські країни, певною мірою – Італію та ін. Дослідження українських науковців, безумовно, можуть збагатити набутий іноземний досвід, адаптувати його до реалій української економіки, але, навряд чи, українські дослідження здатні запропонувати кардинально нові механізми інтеграції банківської системи України, що суттєво відрізняються від існуючих механізмів інтеграції.

Усі інші напрями наукових економічних досліджень банківської системи можуть бути здійснені в комплексі з іншими макроекономічними дослідженнями загальноекономічних тенденцій розвитку економіки країни та механізмами удосконалення менеджменту фінансово-економічного сектора. Вони можуть здійснюватися в рамках наукових досліджень інших галузей економіки або шляхом впровадження загальноекономічних теорій і концепцій у банківську систему України з урахуванням специфіки механізмів формування та функціонування банківського капіталу. Яскравим прикладом може служити вдосконалення механізмів запобігання монопольному становищу на ринку банківських продуктів. Дослідження в галузі вдосконалення антимонопольного менеджменту для промислових підприємств достатньо адаптувати до специфіки функціонування банківської системи і така методика може бути досить корисною і цікавою. Аналогічні вдосконалення стосуються і вдосконалення методик підготовки кваліфікованих менеджерів та ін.

Однією з важливих особливостей при майже всіх напрямках і векторах досліджень банківських процесів і механізмів є специфіка збору та обробки банківської статистичної та іншої інформації, що використовується у таких дослідженнях. З одного боку спостерігається можливість вільного доступу до достатньо великого обсягу інформації, що відображає стан і результати діяльності як окремих комерційних банків, так і всієї банківської системи. Таку інформацію можна вільно отримати на сайтах комерційних банків, асоціації українських банків, Національного банку, Держстату України та ін. Водночас отримання персоніфікованої інформації або ознайомлення з методич-

ними розробками банків практично неможливо внаслідок банківської та комерційної таємниці. Великі труднощі виникають і на етапі експериментального впровадження запропонованих методик. Це пов'язано з певною процедурою прийняття фінансових рішень керівництвом комерційних банків, необхідністю ризикувати грошима при впровадженні експериментальних проектів і традиційним консерватизмом банкірів при прийнятті нових управлінських та економічних рішень. Але і відмовлятися від експериментів при наукових дослідженнях банківської системи також не можна. Пошук компромісного рішення з цього питання є також актуальним викликом для сучасних науковців, які досліджують банківські процеси та механізми. В таких умовах особливо цінною та важливою є позиція практичних фахівців у галузі банківської справи та визнаних експертів з банківських питань. Їх досвід та інтуїція можуть частково замінити необхідність експериментального впровадження розробок вітчизняних науковців. Але повністю уникати практичної апробації результатів наукових досліджень у банківській справі неможливо.

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНТЕГРОВАНИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

2.1. Теоретичні основи та провідна роль банківських послуг у формуванні та функціонуванні сучасної банківської діяльності

Теоретична основа формування банківських послуг та інтегрованих послуг як їх подальшої модифікації формувалась поетапно по мірі розвитку економічної думки в світі та Україні. Фундаментальною основою формування передумов банківських послуг є розвиток наукового уявлення щодо ринкової економіки, котре почалося з Адама Сміта, Рікардо та К. Маркса. По мірі розвитку суспільства та економічної науки удосконалювались ринкове усвідомлення економічних процесів та особлива роль послуг у процесах суспільного відтворення, валовому внутрішньому продукті, добробуті населення, розвитку ринкової інфраструктури. Дослідженню ринкових механізмів присвятили свою творчість численні наукові колективи та організації. Багато науковців, починаючи від Філіпа Котлера та плеяди вітчизняних маркетингістів, зазначених вище, практично не залишили білих плям у теорії маркетингу послуг.

По мірі розвитку економічних процесів у країнах з ринковою економікою поглиблювалось міжгалузеве розподілення праці. Бурхливий розвиток банківського сектора на початку минулого століття обумовив суттєві трансформації банківської діяльності, котрі докорінно вплинули на подальший розвиток регіональних та світових економічних процесів. Суттєвий вплив банківського сектора на

процеси суспільного відтворення обумовлений трансформаційними процесами, розпочатими сто років тому, залишається актуальним і в теперішній час. В основі докорінної трансформації банківського сектора полягають наступні процеси і тенденції:

1. Відхід від золотого забезпечення грошової та платіжної (розрахункової) одиниці в країнах з ринковою економікою. Подальша прив'язка грошової маси до валового внутрішнього продукту та макроекономічних показників ефективності регіональних (національних) ринкових процесів. Фактичне закладення основ мультивалютного світового фінансового устрою.

2. Створення системи безготівкових (паперових) розрахунків через національні банківські установи. На початку століття така система забезпечувалась чеками, векселями та депозитними сертифікатами і функціонувала паралельно готівковому обігу, але дуже швидко переваги безготівкових розрахунків потіснили готівкові гроші, що зробило банківський сектор унікальним фактором процесів суспільного відтворення.

3. Формування та розвиток ринку банківських продуктів, котрий функціонував все більше і більше орієнтувався на такі ринкові фактори як попит та пропозиція тощо.

4. Зародження державної системи регулювання банківського сектора та створення інфраструктурних інституцій такого регулювання.

Зазначені процеси на початку століття дуже повно розкрив видатний вітчизняний вчений М.І. Туган-Барановський у монографії «Паперові гроші і метал» [115]. Саме М.І. Туган-Барановський вперше висвітлив надзвичайну актуальність та провідну роль безготівкових

розрахунків в економіці та спрогнозував переваги та перспективи їх використання для процесів суспільного відтворення.

Розвиток ринкових підходів до банківської системи призвів до подальшого розподілу банківських продуктів на кредитні (капіталізовані) банківські операції та послуги. При цьому ставлення до кредитних операцій банків як до домінуючого, головного або визначального напрямку банківської діяльності спостерігається у поглядах вчених різних країн до теперішнього часу. Так, колектив авторів під редакцією О.І. Лаврушіна вважає, що «кредитна операція є головною банківською операцією. Традиційно банківська справа у своїй головній частині представляє собою систему кредитних угод та деяких інших операцій, що виконуються різними кредитними інститутами» [74]. Автори вважають, що «ціль кредитної політики виражає кінцевий результат діяльності банку, котрий витікає з його призначення – задовольняти потребу клієнтів в отриманні додаткових грошових ресурсів. Ці ресурси, отримані на зворотній основі, забезпечують життєздатність підприємств, організацій, інших юридичних та фізичних осіб, створюють умови для безперервності виробничого процесу» [74].

Колектив авторів у складі Капран В.І., Кривченко М.С., Коваленко О.К., Омельченко С.І. стверджують, що «комерційні банки – це багатопрофільні кредитні установи, що здійснюють операції у різних секторах ринку позичкових капіталів, обслуговуючи підприємства всіх галузей економіки та населення» [64].

Відомий вітчизняний науковець та дослідник банківської системи Васюренко О.В. стверджує, що «банк, виступаючи найважливішою фінансовою установою в економіці, може розглядатися як джерело

корпоративного кредиту, кредиту для домашніх господарств та малих підприємств, споживчого кредиту, важливої фінансової інформації, отримання коштів для транснаціональних операцій, як посередник у здійсненні грошових розрахунків» [24].

Науковці Скибенко С.Т., Прасолова С.П., Цветкова Л.О. також дотримуються точки зору щодо домінування кредитної спрямованості банківської діяльності: «Класичне уявлення про банк поєднує дві головні функції цієї установи: залучення тимчасово вільних коштів і розміщення їх від свого імені, переважно в кредитах на умовах зворотності, строковості і платності. Банк виступає посередником між продавцями вільних грошей, тобто кредиторами, і покупцями-позичальниками» [108].

Колектив науковців Університету банківської справи Національного банку України під керівництвом Смовженко Т.С. при дослідженні актуальних аспектів впливу банківської системи України на вітчизняну економіку перевагу віддають умовам надання кредиту замість умов просування банківських послуг: «Варто зазначити, що серед найважливіших чинників впливу на соціально-економічний та інвестиційний клімат у країні є рівень банківських процентних ставок за кредитами. Процентна ставка повинна відповідати як інтересам банку, так і його клієнтів» [109]. При цьому інвестиційна складова банківської діяльності розглядається як важливіший фактор як при аналізі діяльності вітчизняних банків, так і при дослідженні присутності іноземних банків в Україні в сучасних умовах. Умови надання банківських послуг залишаються поза увагою і не розглядаються як ринковий інструмент адекватної відповіді вітчизняної банківської системи на зростання присутності іноземних банків в Україні.

Аналіз зазначених та багатьох літературних джерел свідчить про те, що сучасні уявлення про банк формуються без урахування визначальної ролі банківських послуг як механізму залучення ресурсів на поточні банківські рахунки, що дозволяє функціонувати мультиплікаційним процесам збільшення банківського капіталу при кредитуванні. Банківські фахівці недостатню увагу приділяють, а іноді і зовсім ігнорують, банківським послугам як механізму формування безкоштовних ресурсів комерційних банків. Мультиплікаційні аспекти при використанні кредитних ресурсів взагалі не враховуються. В сучасних економічних умовах в усіх без виключення країнах з ринковою економікою (і навіть в країнах, не орієнтованих на ринок) створено єдину систему електронних платежів, котра дозволяє комерційним банкам ефективно виконувати головну банківську функцію – розрахункове обслуговування клієнтів шляхом надання банками розрахунково-касових послуг. Саме послуги в сучасних умовах є відправною точкою банківської діяльності. Кредитна функція є також важливою, але у порівнянні з послугами кредитування є допоміжною банківською функцією. Кредитування є інструментом запуску мультиплікаційного механізму збільшення грошей та формування банківського прибутку, а не головним призначенням комерційних банків.

Припустимо, що банки перестануть видавати кредити суб'єктам господарювання. Це, безумовно, ускладнить процеси суспільного відтворення, але не зупинить їх. При цьому суспільство знайде альтернативні механізми перерозподілу капіталу у такі як податкові кредити, випуск позикових облігацій, додаткова емісія акцій, векселів, розстрочка платежу, лізинг, тощо. Деякі з перелічених інструментів

можуть бути менш ефективними, ніж банківські кредити, але вони можуть бути замінені та заміщені в процесах суспільного відтворення. Здійснення комерційними банками кредитних операцій при одночасній відмові від послуг по розрахунково-касовому обслуговуванню клієнтів призведе до повного колапсу економіки та неможливості здійснювати виробництво, зупинки процесів суспільного відтворення. При цьому комерційні банки збанкрутують миттєво. Більш того, в суспільстві зникне потреба в банківській системі взагалі. В той час, коли суспільство в ринковій економіці володіє арсеналом інструментів, альтернативних банківським кредитам, альтернативи розрахунковим банківським послугам, як, власне, і самим грошам у ринковій економіці немає. Недостатня увага банківським послугам і розуміння науковцями та банківськими фахівцями провідної ролі банківських послуг по розрахунковому обслуговуванню клієнтів, у тому числі і при формуванні кредитних ресурсів банку, в сучасних умовах є суттєвим недоліком наукових і практичних поглядів сьогодення.

Виходячи з вищенаведеного, вітчизняні науковці не тільки недооцінюють роль банківських послуг, але і не вбачають у послугах інструмент формування капіталу банку, що є джерелом для кредитних ресурсів. Так, Капран В.І., Кривченко М.С., Коваленко О.К. та Омельченко С.І. пишуть, що «недепозитні (позичені) кошти банку – це, головним чином, позики на грошовому ринку, які залучаються у формі міжбанківських кредитів і кредитів центрального банку (НБУ), операцій з цінними паперами на вторинному фондовому ринку, а також позик на ринку євродоларів» [64]. Такий підхід не враховує сучасне уявлення про механізми формування ресурсів банку. Разом з тим ті ж автори

роблять висновок про те, що «власний капітал комерційного банку займає невелику частку у сукупних ресурсах. Банк користується переважно позиченими і залученими коштами, а власні кошти призначені для страхування інтересів вкладників і кредиторів банку, а також для покриття поточних збитків від банківської діяльності» [64].

Автори справедливо стверджують, що залучений капітал банку в кілька разів перевищує його власний капітал. Разом з тим, якщо міжбанківські позики та операції з цінними паперами розглядати як не депозитний механізм залучення грошових ресурсів, то навіть з точки зору звичайної логіки прийняття управлінських рішень можна зрозуміти, що за умов, коли залучені ресурси комерційного банку в кілька разів перевищують власний капітал банку, навіть теоретично не може існувати будь яких механізмів забезпечення міжбанківського кредиту або інвестицій у відповідні цінні папери такого банку. Кредитування такого комерційного банку з економічної точки зору є невиправданим, тобто зазначені авторами механізми не можуть лежати в основі джерел формування ресурсів комерційного банку. Насправді таким джерелом є вільні кошти клієнтів на поточних рахунках банку. Це відбувається внаслідок наступних факторів:

- клієнт банку, відкривши поточний рахунок, не має альтернативи (крім іншого банку) для здійснення поточних платежів внаслідок того, що розрахункове обслуговування суб'єктів господарювання може здійснюватися виключно комерційними банками;

- власник поточного рахунку є споживачем банківських послуг, а не інвестором банку. Залишки на його поточному рахунку опосередковано виступають головним джерелом формування ресурсів банку. Первинним є споживання клієнтом послуг банку.

Однорідні Лаврушіна О.І. називають банківські послуги операціями або банківським обслуговуванням [74]. Можливо, такі формулювання є виправданими, але класична теорія маркетингу чітко поділяє ринкові продукти на товари та послуги [74]. Авторське визначення Лаврушіна О.І. не дозволяє зорієнтувати банківську діяльність до ринкових процесів. Окрім того, автор розглядає розрахункові операції банків як супутні операції відносно до банківського кредитування.

Лише частково можна погодитись з точкою зору науковців Скибенко С.Т., Прасолової С.П., Цветкової Л.О., яка полягає у тому, що «послуги комерційного банку – це вид діяльності, спрямований на залучення юридичних і фізичних осіб як постійних клієнтів. Він полягає в здійсненні різноманітних операцій за дорученням клієнтів за певну плату – комісію. В зарубіжній банківській практиці такий вид діяльності називають позабалансовим, оскільки подібні операції відображаються не на основних, активних чи пасивних рахунках банківського балансу, а на позабалансових. Послуги комерційного банку можна класифікувати за такими основними групами: 1) гарантійні послуги; 2) посередницькі послуги. До них відносяться: посередництво в одержанні клієнтом кредиту; посередництво в операціях з цінними паперами, валютою, майном» [108]. Такий підхід несуттєво відрізняється від поглядів інших авторів і потребує суттєвого перегляду в сучасних умовах.

Більш прагматично ставиться до банківських послуг Васюренко О.В., котрий визначає, що розрахункове обслуговування є важливішою банківською функцією: «Для забезпечення виконання однієї із своїх найважливіших функцій – розрахунково-платіжної – комерційні банки здійснюють різноманітні посередницькі операції,

пов'язані з обслуговуванням руху грошових коштів клієнтів» [24]. Разом з тим достатньо дискусійним є ствердження Васюренко О.В. про те, що «найбільш суттєвим і важливим джерелом формування та збільшення ресурсної бази комерційних банків виступають депозитні операції» [24]. Дане ствердження легко спростовує сама теоретична можливість застосування інтегрованих банківських послуг, тобто послуг по розрахунковому обслуговуванню клієнтів банку при тарифному плані, який дозволяє нараховувати підвищені відсотки по залишкам на поточних рахунках клієнтів. Інтегровані банківські послуги, поєднуючи розрахункові послуги та депозити, з одного боку, не є кредитним або депозитним банківським продуктом (тобто вони є класичними послугами), а з іншого – яскраво доводять, що послуги можуть і є джерелом формування залучених ресурсів комерційного банку. А логіка усвідомлення їх провідної ролі в механізмах формування та функціонування банківського капіталу засвідчує їх провідну, фундаментальну та визначальну роль у порівнянні з депозитними вкладками.

На жаль, банківські послуги не розглядаються сучасними науковцями не тільки як механізм залучення ресурсів банку, але і як інструмент підвищення його конкурентоспроможності. Це відбувається внаслідок специфіки функціонування ринку банківських продуктів. Як відомо з класичної теорії маркетингу [32; 33], будь-який продукт має відповідні життєві цикли, котрі врешті решт закінчуються виведенням продукту з ринку. В умовах ринкової економіки гроші як унікальний товар, а рівно і послуги спеціалізованих суспільних інституцій – банків по розрахунковому обслуговуванню – теоретично не мають логічного закінчення, принаймні, науковці не розглядають навіть

теоретичну відміну грошових розрахунків у ринковій економіці, тобто розрахункові послуги банків фактично є унікальним товаром, котрий має необмежений життєвий цикл. Тому науковці та фахівці ставляться до розрахункових послуг банків як до чогось постійного, що буде існувати завжди. Це створює ілюзію неринкової природи надання розрахункових послуг банків. Інтегровані банківські послуги як інструмент, що поєднує в собі депозитні (капіталізовані) банківські продукти та класичні розрахункові послуги банків, здатний довести, що зазначені послуги можуть мати кінець у життєвому циклі цього продукту для певного комерційного банку. Вітчизняними вченими досліджувались окремі актуальні питання життєвого циклу банку як організації. Так, О. Шевцова та Г. Мадзюк внаслідок дослідження життєвого циклу банку прийшли до висновків про те, що «життєві цикли організацій, як правило, не збігаються з економічними циклами, життєвими циклами продуктів, життєвими циклами технологій і потребують ретельних досліджень» [123]. Для банківської системи в цілому розрахункові послуги залишаються продуктом, що не має кінця життєвого циклу, але для певного комерційного банку все докорінно змінюється. Інтегровані банківські послуги переводять розрахункові послуги в площину зрозумілої ринкової вартості, котра прив'язана до реальної вартості грошей у часі та коливається відповідно до коливань облікової ставки НБУ, попиту та пропозиції на грошовому ринку, маркетингової стратегії певного комерційного банку. Впровадження інтегрованих банківських послуг примушує суттєво переглянути та переосмислити роль та місце послуг комерційних банків у процесах суспільного відтворення, формуванні і функціонуванні механізмів залучення та розподілення банківських

ресурсів, соціального та суспільного змісту банківської діяльності, удосконалити маркетингову стратегію комерційних банків, котра дозволяє досягти суттєвого підвищення конкурентоспроможності як окремих банків, так і всієї національної банківської системи України.

Неусвідомленою залишається провідна роль інтегрованих банківських послуг для зміцнення курсу національної валюти. В. Міщенко та А. Сомік справедливо стверджують, що «найбільш негативним наслідком такої поведінки фізичних осіб (купівля іноземної валюти) є вилучення іноземної валюти з обігу та збереження її на руках у населення» [82]. Негативний вплив цієї форми доларизації проявляється у пасивності заощаджень, які не можуть бути інвестовані через фінансову систему на розвиток економіки країни». Інтегровані банківські послуги створюють умови та мотивацію для дуже зручного та безпечного зберігання заощаджень у національній валюті під відсотки та з можливістю витратити при наявності потреби. Але такі послуги на розглядаються зазначеними авторами як можливі напрями розв'язання проблеми доларизації в Україні [83]. Колектив авторів Університету банківської справи НБУ Другов О., Рисін Е., Сенищ І. не відводять належне місце банківським послугам серед перспектив розвитку банківської системи України [109].

Достатньо корисною та обґрунтованою можна вважати точку зору директора Центру наукових досліджень НБУ В. Міщенка та заступника начальника відділу досліджень грошово-кредитної політики та міжнародних грошово-валютних відносин Центру наукових досліджень НБУ А. Сомік щодо сутності механізму монетарної трансмісії: «Сучасне трактування економічної сутності механізму монетарної трансмісії суттєво різниці від класичного кейнсіанського формулювання. За

найпоширенішим визначенням, монетарну трансмісію розуміють як процес послідовної передачі імпульсів грошово-кредитної політики центрального банку на макроекономічні змінні. З позиції структурної побудови монетарний передавальний механізм – це сукупність каналів, тобто ланцюгів макроекономічних змінних, якими передається вплив змін у грошово-кредитній політиці» [83]. Інтегровані банківські послуги можуть розглядатись як продовження даної теорії в сучасних умовах поглиблення маркетингових начал в економіці. Впровадження інтегрованих банківських послуг є адекватною відповіддю на потреби клієнтів і дозволяє побудувати послідовну передачу імпульсів від клієнтів до комерційних банків і далі – до центрального банку, тобто інтегровані послуги – це канал адекватного реагування банківської системи на потреби споживачів замість класичного розуміння при побудові каналу від центрального банку до суб'єктів господарювання та пересічних споживачів банківських продуктів.

Важливою є особлива роль банківських послуг в мультиплікаційних процесах, що виникають в процесі кредитування. Механізм зростання грошової маси на банківських (депозитних) рахунках у порівнянні з початковою сумою грошей у процесі руху безготівкових грошових знаків через систему комерційних банків виникає тільки тоді, коли центральний банк країни виконує функцію «банку банків» по відношенню до інших ланок банківської системи і не приймає участі в обслуговуванні суб'єктів господарювання та населення. В цих умовах емісійна функція, яку виконують банки, розділяється так: емісію готівкових грошей здійснює центральний банк, а емісію безготівкових грошових знаків – комерційні банки. Саме цей механізм

і визначають як кредитний мультиплікатор [139].

На практиці процес мультиплікації регулюється центральним банком шляхом встановлення норми обов'язкових відрахувань в централізований резерв на величину вільних ресурсів, які знаходяться у розпорядженні комерційних банків, таким чином збільшуючи або зменшуючи їх кредитні (емісійні) можливості. Комерційні банки у межах вільних ресурсів (власних, залучених або запозичених) надають кредити своїм клієнтам, створюючи тим самим так звані первинні депозити. Із цих депозитів клієнти оплачують рахунки своїх партнерів, які обслуговуються у інших комерційних банках, у яких, у свою чергу, з'являються вільні ресурси і право здійснювати кредитування, що створює нові депозити. Так як кошти на депозитних рахунках не використовуються відразу, в банківській системі завжди є певний залишок коштів, який з часом стає більшим, ніж розмір первинних депозитів. Цим і досягається мультиплікативний ефект.

У табл. 2.1 показано ефект кредитного мультиплікатора на прикладі банківської системи України, виходячи із норми резервування 8 % [97].

Таблиця 2.1

Ефект кредитного мультиплікатора при початковому депозиті 1000,00 грн і нормі резервування 8 % (грн)

	Банк 1	Банк 2	Банк 3	Банк 4	...	Сума
Депозит	1000,00	920,00 (1 000–80)	846,40	778,69	...	12500,00 (1/0,08)
Резерв	80,00 (1000 · 0,08)	73,60 (920 · 0,08)	67,71	62,30	...	1000,00

У сучасних умовах банківська система України перебуває під

впливом таких наступних факторів, котрі найбільш суттєво впливають на зазначені процеси [68]:

- недостатня капіталізація (має особливе значення для банків з вітчизняним капіталом);
- лібералізація ринку банківських послуг;
- обмеженість ресурсної бази;
- зростаюча інфляція та інфляційні очікування;
- зростаюча конкуренція на ринку банківських послуг тощо.

Одним із основних способів зменшення впливу цих факторів є повний або частковий продаж банку іноземним інвесторам, яку можна спостерігати в Україні вже не перший рік. В той же час банки, які не становлять інвестиційного інтересу для іноземних фінансових груп або власники яких, в принципі, не бажають зменшувати контроль над банком шляхом продажу його частини або мають обмежені можливості у вирішенні посталих проблем.

Аналіз офіційних даних НБУ про сучасний монетарний стан країни та результати діяльності банківської системи показує, що вже у III кварталі 2007 р. сума грошей за межами банківської системи склала 348,2 млрд грн, що на 33,4 % більше, ніж на початку року [88]. Про підстави підвищення монетизації в країні також свідчить зростаюча різниця між залученими коштами населення і сумою наданих населенню кредитів. Так, станом на 1.11.2007 р. різниця між залученими коштами населення і сумою наданих населенню кредитів зросла з 38,3 млрд грн до 108,7 (на 183,7 %) і це відбувалося в умовах зростання як залучених коштів (на 36,6), так і наданих кредитів (на 75,6) [95]. Отже, з одного боку, в країні наявні ознаки недовико-

ристання ефекту кредитного мультиплікатора, тому що зростає сума коштів, що виходить із обігу безпосередньо в банках, а з іншого – є всі передумови для використання такої ситуації конкретними банківськими установами з метою залучення додаткових ресурсів, зниження відсоткових ставок за кредитами, збільшення обсягів кредитування, а отже, підвищення конкурентоспроможності своїх послуг і самого банку.

Для комерційного банку необхідно створити такі умови для своїх клієнтів, за яких вартість надання розрахункових послуг клієнтам буде не просто нижчою за конкурентів, але й зможе утримувати ці кошти на рахунках не тільки в формі коштів у розрахунках, а ще й як кошти в накопиченні. Це дасть змогу банку ціновим шляхом перерозподілити на свою користь клієнтські кошти (ресурси банку) в певному регіоні чи навіть країні. Результатом цього буде значно вища кредитна мультиплікація цього банку – банк зможе надати більшу суму кредитів, збільшити свій прибуток.

При наданні розрахункових послуг суб'єктам господарювання практика вітчизняних банків уже має деякі досягнення. Так, у багатьох банках можна зустріти досить гнучкі тарифи на розрахунково-касове обслуговування клієнтів, часто практикується нарахування відсотків на залишок коштів на рахунку, активно просуваються депозити юридичних осіб, у т. ч. депозитні лінії. Тому в сучасних умовах маркетингова стратегія підвищення конкурентоспроможності комерційного банку повинна бути спрямована на надання розрахункових послуг більшій кількості суб'єктів господарювання, а також фізичним особам. Серед можливих шляхів досягнення даної мети можуть бути наступні:

- встановлення тарифів на розрахунково-касове обслуговування на рівні собівартості плюс мінімальна маржа (тарифи повинні бути якісно нижчими, ніж тарифи банків-конкурентів);

- введення в дію гнучкої системи знижок на розрахунково-касове обслуговування аж до рівня собівартості із моментальним реагуванням на запит клієнта;

- встановлення індивідуальних тарифів для клієнта нижче рівня собівартості (для цього повинна бути розроблена порівняльна таблиця банківських послуг та цін на них, наприклад, клієнт, який зможе безкоштовно тримати у банку постійний середньомісячний залишок коштів на рахунку, може отримати знижку на зняття готівки – за кожні 100000,00 грн залишку коштів тариф за зняття готівки зменшується на 0,1 %);

- активне впровадження депозитних ліній, у т. ч. і для вже діючих клієнтів банку.

При наданні послуг населенню (фізичним особам – непідприємцям) банки, як правило, обмежуються строковими депозитними програмами, просуванням індивідуальних карткових продуктів, зарплатно-картковими проектами, залученням клієнтів на виплату пенсій та соціальних виплат [95]. На практиці ці джерела залучення коштів найбільш вагомі, але майже увесь ринок таких послуг вже розподілений між банками. Основними ж напрямками роботи банку для збільшення ресурсної бази від фізичних осіб (як наслідок кредитної мультиплікації) повинні бути:

- якісний перегляд діючих тарифів на відкриття та обслуговування поточних і карткових рахунків фізичних осіб у бік їх зниження;

- суттєво підвищити рівень нараховуваних відсотків на залишки

по поточних рахунках фізичних осіб (максимально наблизити кошти на таких рахунках до коштів у накопиченні – фізичним особам повинно бути цікавим залишати кошти на рахунках максимально довго);

– розробити системи і програми активізації безготівкових розрахунків фізичних осіб (за комунальні платежі, за навчання, за лікування, за заняття спортом, за відпочинок тощо – фізичним особам повинно бути зручно користуватися безготівковими розрахунками);

– потрібно провести аналіз залежності розміру залишку на рахунках коштів фізичних осіб у залежності від розміру відсоткової ставки (потрібно обрати оптимальне їх співвідношення для конкретного комерційного банку).

Виходячи із вищезазначеного, в умовах лібералізації ринку банківських послуг України та обмеженості вітчизняних ресурсів саме застосування ефекту кредитного мультиплікатора може стати одним із дієвих способів швидкого залучення ресурсів, особливо населення, та підвищення конкурентоспроможності банків.

2.2. Актуальні аспекти формування інтегрованих банківських послуг, їх вплив на перспективи розвитку банківської системи та підвищення її конкурентоспроможності

У сучасних економічних умовах подальшого розвитку та поглиблення ринкових відносин в Україні, її інтеграції до світових та європейських економічних процесів усе більш актуальним стає питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної банківської системи та створення сприятливих умов для інноваційного розвитку

банківських продуктів. Світові глобалізаційні процеси поглиблення розподілення ринків та капіталу підвищують актуальність цього питання. Специфіку формування та функціонування банківського капіталу розглянуто Брітченком І.Г. у статті «Реальний капітал в сучасних умовах» [18] та монографії «Регіональні аспекти банківського ринкознавства» [14]. Б.І. Суховірський зазначає, що «необхідна розробка теоретичних і прикладних проблем у рамках нового наукового напрямку – геоекономіки, що отримала розвиток у світовій економічній науці в умовах посилення процесів глобалізації і регіоналізації. У рамках геоекономіки України особливо актуальним є поєднання внутрішніх особливостей із впливом світового ринку. Таким чином, геоекономіка висуває підвищені вимоги до економічних досліджень, що повинні поєднувати знання про особливості світової економіки і міжнародних відносин із професіоналізмом стосовно даного регіону» [114].

Аналіз національних банківських механізмів, заснований на банківській специфіці формування залучених ресурсів, показує особливу роль наступних факторів, які найбільш суттєво впливають на конкурентоздатність національної банківської системи.

1. Розмір капіталу вітчизняних банків.
2. Наявність та рівень розвитку мережі закордонних філій вітчизняних комерційних банків.
3. Асортимент та якість національних банківських продуктів.

При порівнянні статутного, залученого або іншого капіталу українських банків можна переконатися, що їх капітал вимірюється десятками або сотнями мільйонів доларів, у той же час коли капіталу європейських, американських або японських банків вимірюються як

мінімум десятками або сотнями мільярдів євро і більше. Так, наприклад, один із багатьох комерційних банків Греції «Альфабанк» з не дуже розвинутою банківською системою відносно інших членів Євросоюзу володіє активами понад 40 мільярдів євро. Статутний капітал Національного банку України складає 10 мільйонів гривень [130]. При цьому є абсолютно непохитним той факт, що навіть дуже швидкі темпи росту національної економіки України та адекватні темпи збільшення розміру банківського капіталу не дозволяють суттєво скоротити існуюче відставання. Сумарний розмір залучених банківських депозитів десяти найбільших банків США у 2006 р. складає 3 207 млрд доларів [138]. Розмір залучених депозитів у 150 найбільших банків США зображено у додатку А [138]. Сукупний розмір усіх депозитів фізичних та юридичних осіб, залучених банківською системою у 2007 р. (за даними Української асоціації банків) складає 259367,831 млн грн (додаток Б та додаток В) [134]. Загальна сума депозитів всіх українських банків приблизно у 62 тис. разів менше за сукупні депозити десяти найбільших банків США. Порівняння розміру власного або статутного капіталу вітчизняних та іноземних банків також підтверджує не конкурентоспроможність українських банків на світовому ринку.

Аналіз наявності та рівня розвитку мережі закордонних філій українських банків свідчить про те, що така мережа майже відсутня. Україна має за кордоном лише філію Приватбанку в м. Нікосія (Кіпр) та частку 13 % (департамент) Національного банку України в Чорноморському банку торгівлі і розвитку м. Салонікі (Греція) [130; 132]. Але українські закордонні філії є дуже малими і ніякого суттєвого

впливу на міжнародні розрахунки та мультиплікаційні процеси не мають і мати не можуть. У той же час доведено, що відсутність закордонних філій національної банківської системи приводить до постійного перерозподілу частки національного валового продукту до банківських систем інших країн. Очевидним є також і той факт, що українська банківська система не володіє достатньою кількістю фінансових ресурсів навіть для створення мережі закордонних філій по всьому світу, не говорячи про підтримку конкурентоздатності такої мережі.

У той же час перегляд сайтів провідних світових банків таких як *Bank of America, Citicorp, JP Morgan Chase, Wells Fargo, Bank of New York, Royal Bank of Scotland, Merrill Lynch and Company, Toronto-Dominion Bank, Harris Financial Corp., Morgan Stanley, Deutsche Bank, Royal Bank of Canada, American Express Co., Bank of Hawaii, Wilmington Trust, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., First Niagara Financial, Boston Private Financial Holdings, Inc. Golden 1 Credit Union* тощо свідчить про наявність у них розгалуженої мережі філій та регіональних представництв у десятках і сотнях країн світу.

Українська банківська система навряд чи здатна конкурувати з іноземними банками не тільки на світових ринках, а і в межах національного економічного простору. Науковці, банкіри, політики, клієнти банків та пересічні громадяни повністю усвідомлюють факт неконкурентоспроможності вітчизняної банківської системи без її підтримки з боку держави [6]. Водночас подальше просування та інтеграція України до світових економічних процесів та інтеграція до світових економічних організацій, таких як Світова організація тор-

гівлі та ін. формують потребу в необхідності відмови від державної підтримки вітчизняних банків або її суттєвого зменшення, створення рівних умов для вітчизняних та іноземних банків на внутрішньому ринку банківських продуктів України. Це виступає важливим чинником виникнення реальної небезпеки та загрози вітчизняному ринку банківських продуктів та економіці України в цілому.

Навіть загальний аналіз асортименту та якості вітчизняних банківських продуктів показує, що вартість вітчизняних банківських продуктів для клієнта є вищою за вартість продуктів на світових ринках. Для підтвердження цього достатньо порівняти відсотки по кредитах та депозитам на ринках банківських продуктів різних країн.

Виходячи із вищезазначеного, теоретично можливі наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності національної банківської системи України:

1. Впровадження серйозних реформ банківської системи України, спрямованих на її зміцнення. До таких перетворень можна віднести політику Національного банку, спрямовану на підвищення власного капіталу банків, заохочення створення банківських філій за кордоном, інтенсифікацію моніторингу банків, розширення асортименту банківських продуктів, оптимізацію золотовалютного запасу країни, удосконалення системи розрахунків клієнтів банків при здійсненні міжнародних операцій тощо. Зазначене реформування банківської системи України повинно здійснюватись при інтенсифікації реформування інших галузей економіки при одночасному обмеженні державою доступу іноземних банків до українського ринку банківських продуктів.

2. Отримання від світової спільноти певного перехідного періоду

для завершення системних реформ в Україні та зміцнення власної банківської системи. Зазвичай, під таким терміном розуміють 5–7 років, тобто мається на увазі, що цього терміну буде цілком достатньо для підвищення конкурентоспроможності українських банків до безпечного рівня. Якщо такий термін буде замалий, то допускається можливість його продовження на кілька років.

3. Повна лібералізація українського банківського ринку з метою припливу до країни потужного іноземного капіталу для розвитку процесів суспільного відтворення. Це призведе до банкрутства біля третини вітчизняних банків та часткової втрати незалежності банківської системи України. При цьому ті українські банки, що залишаться на вітчизняному ринку, суттєво зменшать власну частку на ньому. Внаслідок цього для національного капіталу існує реальна загроза втрати понад половини банківського ринку. Це розглядається як плата за розвиток галузей виробництва вітчизняного ВВП, тобто частина українського банківського капіталу має бути принесена в жертву заради розвитку капіталу у виробничому секторі.

4. Відмова від інтеграції банківської системи України до світової, створення власної системи, несхожої на закордонні аналоги, тобто свій особистий шлях (по аналогії з Китаєм та окремими арабськими країнами) або навіть створення абсолютно несхожої ні на кого власної банківської системи, що забезпечить ефективне функціонування національної економіки при адекватності взаємостосунків із міжнародними банківськими та платіжними системами, світовими фінансовими установами.

На нашу власну думку, жодна із зазначених моделей розвитку

банківської системи України не відповідає вимогам сьогодення. Перший варіант розвитку має наступні недоліки. По-перше, масштабні реформи банківської системи в умовах існуючої політичної нестабільності та загострення боротьби між різними гілками влади можуть призвести до втрати довіри певного значного кола вкладників та втрати системою суттєвого обсягу ресурсів, у той час коли реформи потрібні для збільшення капіталу банків, відкриттю закордонних філій тощо. По-друге, у банківській системи навіть без втрати національного капіталу не вистачає ресурсів для здійснення масштабного реформування та створення конкурентноздатної закордонної мережі філій. Навіть за дуже високих темпів розвитку українських банків вони не зможуть досягти конкурентноздатності навіть у середньостроковій перспективі. По-третє, зазначене реформування на певний термін (особливо на початку масштабних реформ) дещо послабить вітчизняні банки, що потребує створення в країні більш сприятливих умов для вітчизняних банків та безумовно викличе незадоволення міжнародної банківської, фінансової та політичної спільноти.

Отримання для банківської системи перехідного періоду, з одного боку, нереальне, а з іншого, як свідчить практика реформування інших галузей, не приведе до суттєвих позитивних наслідків, тому що всі зазначені недоліки у попередній моделі розвитку все одно залишаються. Крім того, для отримання певного терміну для перехідного періоду треба чітко усвідомлювати, від чого до чого треба переходити та якою має бути мета перетворень, а в Україні не існує ні моделі, ні плану дій, ні усвідомлення завдань та реальних механізмів їх здійснення.

Повна лібералізація ринку банківських послуг є найбільш реальним

сценарієм розвитку, але вона має дуже суттєвий недолік, який полягає у тому, що це призведе до переходу банківського капіталу України у вигляді механізмів формування, функціонування та перерозподілу фінансових ресурсів до іноземних установ та організацій, що неминує призведе до негативних наслідків у середньостроковій перспективі. До таких наслідків можна віднести переміщення податкової бази банківської системи до країн походження іноземних банків в Україні, можливу монополізацію ринку банківських продуктів України іноземними банками, кредитну та фінансову залежність від приватного іноземного капіталу підприємств, що виробляють національний продукт, послаблення курсу національної валюти тощо.

Четвертий варіант може існувати лише теоретично, тому що він впроваджує в банківську систему України певні неринкові елементи та відносини. Взагалі вірогідність наявності будь-якого «особливого» шляху в економіці існує лише теоретично. Певна специфіка «китайської моделі» неприйнятна до України внаслідок величезної різниці у ресурсній базі та багатьох інших чинників. Україна не має настільки потужну економіку, щоб дозволити собі черговий економічний експеримент, особливо з такою важливою її складовою як банківська система.

Українська банківська система опинилася в умовах, коли, з одного боку, вітчизняний банківський капітал знаходиться у небезпеці, що загрожує і іншим економічним процесам та явищам в Україні, а з іншого боку – відсутні традиційні та очевидні шляхи вирішення проблеми. В таких умовах доцільно застосовувати дещо незвичайні (але не надзвичайні) заходи, які, з одного боку, є достатньо надійними та ефективними, а з іншого – опрацьованими та перевіреними.

На наше тверде переконання, вирішити проблему можливо шляхом

впровадження інноваційних інтегрованих банківських послуг, здатних суттєво підвищити якість вітчизняних банківських продуктів і підвищити ефективність використання обмеженої кількості фінансових ресурсів вітчизняної банківської системи, тобто в сучасних економічних умовах підвищення конкуренції на ринку банківських продуктів як в межах національного ринку банківських продуктів, так і на міжнародному ринку банківського капіталу актуальним є інноваційний підхід до впровадження та просування банківських продуктів на основі банківського маркетингу. Основні напрями інноваційного розвитку банківського маркетингу співпадають з основними напрямками наукових досліджень ринку банківських продуктів. Такими напрямками інноваційного розвитку є наступні:

- впровадження інноваційних банківських послуг;
- розширення асортименту банківських продуктів при одночасному вдосконаленні існуючих;
- інтеграція банківської системи України у світову та європейську банківську систему;
- передумови та напрями підвищення капіталу та конкурентоспроможності українських комерційних банків;
- механізми вдосконалення керованості банківської системи України з боку Національного банку.

Дослідження асортименту банківських продуктів показує, що основним резервом впровадження та розвитку маркетингових інновацій є наступні види банківських продуктів:

1. Банківські послуги, насамперед, послуги по розрахунково-касовому обслуговуванню клієнтів.
2. Інтернет-продукти комерційних банків, які найбільшою мірою

потребують інноваційних підходів для подальшого розвитку. Такі продукти можна умовно класифікувати наступним чином:

- інтернет-банкінг по організації віддаленого доступу клієнта до поточного рахунка у банку;
- інтернет-рахунки або інтернет-послуги по здійсненню розрахунків (обмінних операцій, накопичення тощо) в межах самої мережі Інтернет. Цей напрям є найбільш інноваційним для клієнтів Українських банків;
- мобільний банкінг, який поєднує переваги інтернет-послуг та можливості операторів стільникового зв'язку.

3. Продукти, пов'язані з розширенням можливостей електронних платіжних карток, а також впровадженням нових карток на чіповій основі.

4. Продукти споживчого кредитування, пов'язані з удосконаленням заставних та інших механізмів забезпечення зворотності споживчих кредитів, та зменшенням відсоткового навантаження на позичальника.

5. Банківські кредитні продукти суб'єктам підприємницької діяльності, які забезпечуються векселями або іншими цінними паперами. Інновації цього сектору повинні торкатися, перш за все, механізму використання переказних векселів як платіжного інструмента та як механізму забезпечення боргових зобов'язань.

6. Банківські продукти стимулювання малого бізнесу в Україні.

Наступним актуальним напрямом, що потребує інноваційного підходу для проблем банківської системи України, є діяльність закордонних комерційних банків на ринку банківських продуктів України. Посилення присутності закордонних банків в Україні, з одного боку, робить більш наочним неспроможність переважної більшості вітчизняних банків конкурувати із закордонними. З іншого боку навіть

теоретичне припущення впровадження будь-яких обмежень діяльності іноземних банків в Україні дає можливість стверджувати, що Україна відмовляється від принципів ринкової економіки та вільної конкуренції і також не приводить до підвищення якості національних банківських продуктів.

Разом з тим головний акцент при впровадженні інноваційних підходів у сучасну банківську діяльність доцільно спрямувати у розробку та впровадження інтегрованих банківських послуг, які спроможні докорінно змінити ефективність функціонування банківської системи України.

Посилення конкурентної боротьби на ринку банківських продуктів як в Україні, так і за кордоном приводить до того, що науковці все більше схиляються до необхідності поглибленого дослідження інноваційних банківських продуктів комерційних банків, таких як інтегровані банківські послуги. Як відомо, підприємства виникли внаслідок розділення праці, що обумовило розвиток науково-технічного прогресу та суттєві соціальні трансформації. Комерційний банк є підприємством, котре веде господарську діяльність в ринкових умовах для отримання прибутку. Банк, як і будь-яке підприємство, реалізує банківські продукти за однаковими для всіх ринків маркетинговими законами. Особливістю банківської діяльності є той факт, що внаслідок специфічного механізму формування та використання ресурсів банк не може збанкрутувати за об'єктивних причин. Негативний результат діяльності комерційного банку може бути отриманий виключно внаслідок недбалості, непрофесійності або зловживаннями керівництва банківської установи.

Науковими дослідженнями вітчизняних вчених доведено, що

гарантована прибутковість банку та банківської системи полягає у механізмі формування дешевих ресурсів шляхом використання залишків на поточних рахунках клієнтів та багаторазовому їх збільшенню внаслідок механізму мультиплікації в процесі кредитування [15]. Джерелом додаткових (звичайних с точки зору прибутковості в порівнянні з іншими підприємствами небанківського сектору) є банківські послуги та залучення депозитів. При цьому логіка просування банківських послуг аналогічна логіці просування будь-яких послуг на будь-якому ринку. Логіка просування депозитних продуктів банку представляє особливий інтерес для подальшого розвитку банківського сектору економіки.

Суть залучення депозитів до банку полягає в тому, що клієнти не можуть одночасно тримати гроші у нагромадженні та обігу, що обумовлює наявність вибору у відкритті поточного або депозитного рахунку. При цьому обидві категорії грошових ресурсів (залишки на поточних та депозитних рахунках) формують ресурси комерційного банку, тобто обидві групи грошей залучаються до кредитних операцій та приймають участь в мультиплікаційних процесах банківської системи. Принциповою відмінністю цих видів банківських ресурсів є розмір доходу, який вони приносять банку та банківській системі. Незаперечним є той факт, що залишки на поточних рахунках є джерелом безкоштовних або дуже дешевих ресурсів банку [18; 19]. Депозити коштують банку певних витрат у вигляді відсотків на рівні, що дозволяє отримати банківську маржу.

Приймаючи до уваги, що природа формування банківських ресурсів та їх використання суттєво відрізняється від природи продажу

банківських послуг, можливо припустити доцільність виникнення нового банківського продукту (інтегрованої банківської послуги), який поєднує механізм формування ресурсів при використанні депозитного та поточного рахунків. Одним із прикладів такого поєднання може бути поточний рахунок клієнта банку, який передбачає щоденне нарахування відсотків (аналогічно депозиту) на фактично наявну суму грошей на рахунку. Безумовно, доцільним є встановлення розміру відсотків, що суттєво (приблизно вдвічі) менше, ніж відсотки по депозитах. Це дозволить банку дотриматись звичайної рентабельності, але виведе на ринок принципово новий банківський продукт, який, з одного боку, максимально відповідає потребам споживачів банківських продуктів в умовах глобалізації та посилення конкурентної боротьби, а з іншого – може докорінно змінити саму банківську систему, привести вимоги до конкурентоспроможності на ринку банківських продуктів до стандартів та правил будь-яких ринків та секторів економіки. Це, в свою чергу, повинно позитивно вплинути на діяльність банківської системи, її адекватність процесам і правилам, властивим усім ринкам і підприємствам.

Наявність в Україні ринку банківських продуктів обумовлює необхідність маркетингового дослідження механізмів їх просування. Для цього потрібно чітко усвідомлювати той факт, що просування банківських послуг і просування інших банківських продуктів суттєво відрізняються. Всі банківські продукти умовно можна поділити на продукти, пов'язані з ринком капіталу: кредитні та депозитні продукти, гарантії, заставні операції тощо та банківські послуги. Виходячи зі специфіки банківських механізмів формування, функціонування та розподілення капіталу, визначальними для отримання банком при-

бутку, безумовно, є кредитні операції комерційних банків, котрі детально описані в наукових роботах Брітченко І.Г. та багатьох вітчизняних вчених. Саме кредитні операції на ринку капіталу дозволяють банку використовувати залишки на поточних рахунках клієнтів як безоплатні ресурси для формування кредитного портфелю, котрий багаторазово збільшується внаслідок наявності мультиплікаційного ефекту в процесі кредитування.

При цьому фахівці, які досліджували ці питання, недостатньо уваги приділили банківським послугам. Саме послуги банку, перш за все, послуги по розрахунково-касовому обслуговуванню, задовольняючи відповідну потребу клієнтів, дозволяють банку використовувати переваги специфічних механізмів формування та функціонування банківського капіталу. Якість банківських послуг дозволяють не тільки залучити до банку ресурси клієнтів, що знаходяться у розрахунках. Вони дають можливість утримати клієнта та сформувати певні конкурентні переваги одного комерційного банку над іншим. Підхід до банківських послуг як до інструменту залучення ресурсів клієнтів та формування конкурентних переваг банку дозволяє застосування інноваційної стратегії у наданні послуг банками.

Застосування інноваційної стратегії при просуванні банківських послуг може полягати у використанні *традиційних* прийомів підвищення ефективності просування банківських послуг, таких як:

- розширення асортименту банківських послуг;
- підвищення якості шляхом максимального урахування потреб та побажань споживачів;
- зниження вартості послуг;
- рекламна підтримка та публік рілейшн.

Специфічними прийомами підвищення ефективності просування банківських послуг можуть бути наступні:

- стандартизація банківських послуг;
- інтегровані банківські послуги.

Під *інтегрованими банківськими послугами* слід розуміти інноваційні послуги, що дозволяють поєднати в одному банківському продукту ознаки послуги та депозитної (капіталізованої) операції. Яскравим прикладом такої операції може бути розрахунково-касове обслуговування поточних рахунків клієнтів із одночасним нарахуванням відсотків на ресурси клієнта у розмірі, що частково компенсує втрати від виведення ресурсів із нагромадження.

Як відомо, суб'єкти підприємницької діяльності в переважній більшості випадків при відкритті рахунку у банку знаходяться перед вибором спрямування фінансових ресурсів на нагромадження або у розрахункові операції. Єдиним виключенням є оформлення суб'єктом підприємницької діяльності простого або переказного векселя, котрий поєднує в собі розрахункові та накопичувальні механізми. В інших випадках клієнт повинен вибирати: витратити гроші або нагромаджувати. Окремі банки для заохочення клієнтів відкривати поточних рахунок саме у власному банку використовують практику нарахування невеличких відсотків по залишках клієнта на поточних рахунках. Розмір таких нарахувань знаходиться у межах 0,5–1,5 %. Ці відсотки не можуть суттєво компенсувати втрати клієнтів від вилучення його ресурсів із мультиплікаційних процесів. Одночасно ці нарахування дозволяють створити конкурентні переваги певного комерційного банку над іншими.

Просування інноваційних інтегрованих банківських послуг має на увазі посилення конкурентних переваг банку, який впроваджує якісно нові принципи у розрахунковому обслуговуванні. Зазначені конкурентні переваги полягають у тому, що банк встановлює відсоткову ставку по залишках на поточному рахунку, яка не просто заохочує, а й частково компенсує суттєву долю (приблизьно 50 %) наявних або потенційних втрат клієнтів від вилучення його ресурсів із мультиплікаційного процесу. Розмір відсоткової компенсації в такому випадку доцільно прив'язувати не до процентної політики окремого комерційного банку, а відображати у відсотках від облікової ставки НБУ. Це наочно та переконливо порівнює відсоткову політику окремого банку по відношенню до макроекономічних тенденцій та дозволяє неупереджено аналізувати її з відсотковою політикою інших банків.

Так, наприклад, можливість отримання клієнтом банку 50 % компенсації від розміщення ресурсів на поточному рахунку комерційного банку, з одного боку, дає суттєві переваги окремому банку при залученні клієнтів на розрахунково-касове обслуговування до певного банку, а з іншого – значно полегшує вибір клієнта при визначенні розміщення ресурсів у накопиченні або здійсненні поточних платежів.

Безумовно, актуальним і принципово важливим при впровадженні інтегрованих банківських послуг є розрахунок і обґрунтування оптимального розміру компенсації. При цьому ефективність математичної моделі відповідних розрахунків буде визначати не тільки доцільність і ефективність впровадження інтегрованих банківських послуг, але і ефективність функціонування комерційного банку і банківської системи.

2.3. Специфіка маркетингових досліджень та вплив макроекономічних процесів на впровадження інтегрованих

банківських послуг і відповідні маркетингові стратегії

Актуальність дослідження маркетингової стратегії банку на ринку послуг полягає у тому, що, як справедливо вважають гранди маркетингової науки, вплив банків на маркетингові процеси є як фактором зовнішнього середовища, так і як фактором внутрішнього середовища у випадку наявності взаємозв'язків підприємства з комерційними банками [1; 30; 31; 36]. У сучасних умовах важко уявити підприємство, яке не має таких зв'язків внаслідок неможливості здійснення розрахункових операцій без відкриття поточного рахунку в банку, тобто банківські послуги по розрахунково-касовому обслуговуванню підприємств є складовою зовнішнього та внутрішнього середовища одночасно. Крім того, ринок банківських послуг сам по собі є ринком, який потребує маркетингових досліджень. По мірі економічного розвитку, формування та розвитку ринку банківських продуктів, збільшення обсягів державного бюджету України та підвищення ефективності використання обігових коштів підприємств дослідження цього ринку набувають все більшої актуальності.

В умовах підвищення конкуренції на ринку банківських послуг, приходу на ринок великої кількості іноземних банків виникає потреба у розробці методології адекватності маркетингових досліджень сучасним вимогам комерційних банків, їх споживачів, економіки та суспільства, узагальненню поглядів та науковому обґрунтуванні сучасних методологічних підходів та удосконаленню наукових поглядів на процеси маркетингового дослідження ринку банківських послуг України.

Зазначені аспекти маркетингових досліджень ринку банківських послуг та його специфіки в Україні в сучасній вітчизняній еконо-

мічній науці перебувають у процесі вирішення. Теоретичні аспекти становлення та функціонування ринку банківських продуктів досліджуються у роботах В. Базилевича, М. Бурмаки, І. Брітченко, О. Василика, Н. Кузнєцової, С. Львовчкіна, А. Мороза, А. Пересади, Н. Рязанової, М. Савлука, І. Софіщенка, В. Федосова, В. Юшенка, В.П. Ходаківської, В.В. Беляєва та ін. Взаємозв'язок фінансового ринку з розвитком економічних систем та національної економіки розглядаються у працях І. Брітченка, О. Білоруса, В. Бородюка, О. Васюренко, В. Гейця, Б. Губського, Б. Данилишина, С. Дорогунцова, О. Другова, Б. Кваснюка, В. Науменка, О. Папаїки, Т. Смовженко та інших.

З теорії маркетингу відомо, що існують якісні і кількісні маркетингові дослідження. Прикладом якісних досліджень є вивчення ставлення споживачів до конкретного продукту (послуги) [31; 32; 33]. Специфіка переважної більшості банківських продуктів полягає, в першу чергу, від її кількісних характеристик. Так, ставлення до банківського кредиту буде знаходитися у прямій залежності від розміру відсотків за кредит, а ставлення до страхування – від розміру страхового внеску. Тому емпіричні данні відіграють визначальну роль як у кількісних, так і у якісних дослідженнях ринку банківських продуктів. Класична теорія маркетингу припускає маркетингові дослідження на основі первинних (польові) та вторинних даних (кабінетні: статистичні дані, звіти, аудит тощо). При цьому збір первинних даних здійснюється виключно при недостатності вторинних [32; 33]. Специфічною вимогою до емпіричних даних при дослідженні ринку банківських продуктів є їх абсолютна точність та достовірність. Як відомо, польові дослідження можуть забезпечити точність дослідження лише з певною вірогідністю або відхиленням. Окрім того, польові

дослідження не є офіційними даними і не можуть враховувати всі фактори, що впливають на тенденції ринку. Україна також має достатньо високий рівень збору та обробки вторинної інформації, значна частка фіксує процеси та події, що відбуваються саме у банківському секторі. До такої системи збору інформації належить статистична інформація Держкомстату України, Національного банку України, Мінфіну та Торгово-промислової палати України.

Голова Держкомстату України О. Осауленко в інтерв'ю газеті «Урядовий кур'єр» (від 5.12.06 № 229) відзначає: «Дві третини галузей статистики визнано такими, що практично повністю відповідають вимогам ЄС, а решта знаходиться на стадії активного реформування. У поточному році МВФ провів моніторинг щодо дотримання Україною вимог Спеціального стандарту поширення даних, до якого наша країна приєдналася ще у січні 2003 р. Результати моніторингового звіту свідчать, що Україна в повному обсязі виконує свої зобов'язання щодо стандарту, а з ряду показників навіть перевищує його вимоги» [131]. Не меншим рівнем достовірності та професійності відрізняються емпіричні дані, що оприлюднюються на сайті Національного банку України. З цього можна зробити висновок про достатність вторинної інформації для маркетингових досліджень фінансового ринку, а необхідність проводити польові дослідження виникає в ексклюзивних випадках, що не є характерними в цілому і навряд чи можуть характеризувати стан загальнонаціонального ринку банківських продуктів [130].

Українські вчені вважають банківський сектор складовою фінансового ринку. Так, Ходаківська В.П. і Беляєв В.В. вважають, що «фінансовий ринок поділяється на два основних елементи: грошовий ринок (ринок

короткострокових капіталів або грошових коштів, що виступають у платіжних засобах) і ринок середньострокових та довгострокових капіталів (або грошових коштів), що представляють інвестиційний фактор у розвитку економіки» [119]. «Структура фінансового ринку в інституційному розумінні складається, перш за все, із кредитно-фінансових інститутів (банків та інших установ) і ринку цінних паперів» [119]. Одночасно банки відіграють значну роль при формуванні ринку цінних паперів. Так, колектив авторів під керівництвом А.М. Мороза відзначає те, що банки можуть провадити наступні види діяльності на фондовому ринку: діяльність з ведення реєстрів власників іменних цінних паперів, депозитарну діяльність як зберігачі, розрахунково-клірингову діяльність по угодах із цінними паперами [89]. Жуков Є.Ф. виділяє чотири функції банків: посередництво в кредитуванні і в платежах; мобілізація грошових доходів та заощаджень і перетворення їх в капітал; створення кредитних засобів обігу [50]. Інші вважають, що інфра-структурою регіонального ринку капіталу є сама банківська система [14].

Із такою точкою зору можна погодитись при розробці маркетингової стратегії просування банківських продуктів, які безпосередньо пов'язані з залученням грошових ресурсів або інвестуванням вільних коштів, тобто в умовах функціонування ринку капіталу. Водночас, такий підхід абсолютно не дозволяє розробити стратегію на ринку банківських послуг у зв'язку з тим, що послуги є специфічним товаром, на просування якого не розповсюджуються ринкові закони обігу капіталу. При цьому розгляд ринку банківського капіталу без

відповідної прив'язки його до ринку банківських послуг неможливо. Це відбувається внаслідок того, що формування та функціонування механізму збільшення та розподілення грошових ресурсів клієнтів завдяки використанню мультиплікаційного ефекту, що виникає у процесі банківського кредитування, починається з відкриття клієнтом поточного рахунку, тобто з надання клієнту розрахунково-касових послуг [14]. Крім того, специфіка організації розрахунків між підприємствами, яка дозволяє банку активно впливати на ринок капіталу свідчить про те, що банківські послуги по відкриттю та обслуговуванню поточних рахунків клієнтів є первинними і системоутворюючими по відношенню до ринку банківського капіталу. Але вони залишаються послугами, тобто потребують специфічної стратегії властивій саме ринку послуг.

Загострення конкуренції на ринку банківських продуктів наглядно зображено у табл. 2.2. Аналіз даних таблиці свідчить про те, що грошова маса в Україні за останні 6 років збільшилася у понад 8 разів. Обсяги кредитного портфелю банків за останні 6 років збільшилися в понад 12,5 разів, депозити банків – у понад 27 разів [131]. Таке збільшення ємності ринку банківських продуктів відбувалось не за рахунок знецінення грошей, а навпаки, за умов їх зміцнення. Так, відсотки за кредитами зменшилися у понад 2,6 рази, а облікова ставка НБУ – у понад 3 рази.

Таблиця 2.2

**Показники діяльності банківської системи України
(дата останньої модифікації: 9/08/2007)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Грошова маса, млн грн	32 252	45 755	64 870	95 043	125 801	194 071	261 063
Грошова база, млн грн	16 780	23 055	30 808	40 089	53 763	82 760	97 214
Облікова ставка НБУ (на кінець періоду), %	27,0	12,5	7,0	7,0	9,0	9,5	8,5
Процентні ставки банків у національній валюті, %							
– за кредитами	40,3	31,9	24,8	20,2	17,9	16,4	15,4
– за депозитами	13,5	11,2	7,8	7,1	7,8	8,5	7,6
Вимоги банків за наданими кредитами, млн грн	19 574	28 373	42 035	67 835	88 579	143 418	245 226
Зобов'язання банків за коштами, залученими на рахунки суб'єктів господарювання та фізичних осіб, млн грн	18 738	25 674	37 715	61 617	82 959	132 745	184 234
Зобов'язання банків за коштами, залученими на рахунки фізичних осіб, млн грн	6 780	11 338	19 302	32 396	41 611	73 202	106 715
– у національній валюті	3 481	6 566	11 601	18 875	22 116	42 176	57 837
– в іноземній валюті	3 299	4 772	7 701	13 521	19 495	31 026	48 878
Офіційний курс національної грошової одиниці до іноземних валют (на кінець року), грн							
– 100 доларів США	543,45	529,85	533,24	533,15	530,54	505,00	505,00
– 100 євро	505,68	466,96	553,29	666,22	721,75	597,16	665,09
Середній офіційний курс національної грошової одиниці до іноземних валют, грн							
– 100 доларів США	544,02	537,21	532,66	533,27	531,92	512,47	505,00
– 100 євро	502,89	481,36	503,01	602,44	660,94	638,99	633,69

Із урахуванням змін облікової ставки спостерігається збільшення ємності ринку банківських продуктів у десятки разів по кожному напрямі. Суттєві зрушення відбулись не тільки у кількісних показниках ринку банківських продуктів, але і в якісних його характе-

ристиках. Жоден з існуючих ринків в Україні, будь-то товарний ринок праці, споживчий ринок, цінних паперів, страхових послуг, сировини, тощо не має такої активної динаміки. Дана динаміка забезпечується не завдяки підвищенню якості та привабливості інвестиційного капіталу для споживача. При рості привабливості грошей спостерігається і зростання відсотків як наслідок перевищення попиту над пропозицією (як видно із табл. 2.2, спостерігається зворотна тенденція). В Україні таке загострення конкурентної боротьби відбувається внаслідок суттєвого розширення асортименту банківських послуг та їх якості. Враховуючи те, що банківська система є офіційною інфраструктурою та найпотужнішим гравцем на валютному ринку України, важко заперечувати визначальну роль послуг по обміну іноземної валюти на ринку банківських продуктів України.

Наступною специфічною ознакою маркетингових досліджень ринку банківських послуг є окремі підходи до дослідження ринку капіталів та ринку послуг. Це відбувається внаслідок логіки маркетингових досліджень [31–33] та специфіки банківської діяльності, яка передбачає дотримання банківської таємниці. Дослідження ринку капіталу доцільно здійснювати методом екстраполяції тренду, який враховує індекси та показники динаміки ринку капіталу у попередні періоди. При цьому доцільно враховувати як тенденції вітчизняного, так і світового фінансового ринків капіталу. Ринок фінансових послуг значно більшою мірою залежить не від закономірностей обігу капіталу, властивому фінансовому ринку всіх країн, а від уподобань та традицій споживачів окремої країни, рівня їх обізнаності, економічної культури та освіти, політичної системи і навіть емоційного сприйняття ринкових процесів.

Вітчизняні науковці вважають, що «важливим етапом розробки маркетингової стратегії фінансових інститутів, що діють на фінансовому ринку, є визначення характеристик споживачів і на основі цього – сегментація ринку» [32]. Такий підхід може бути застосовано і до банківських послуг. Можна відокремити два головних сегменти ринку: споживачі – фізичні особи (громадяни) та споживачі-підприємства. Обидва сегменти знаходяться під безпосереднім фінансовим впливом банківської системи та повністю співпадають з основними сегментами просування банківських продуктів.

При сегментуванні ринку банківських послуг спостерігається стійка тенденція по підвищенню ролі споживачів-фізичних осіб як при дослідженні ринку капіталів, так і при дослідженні ринку послуг. Центр уваги та просування банківських продуктів зміщується в бік людини як головного їх споживача. Банківські кредити надаються при зобов'язанні клієнта здійснювати розрахункові операції виключно через поточний рахунок банку-кредитора. Це відбувається внаслідок того, що банк у більшій мірі зацікавлений в гарантованому наданні послуг протягом тривалого періоду часу, ніж у відсотках за кредит. Для того, щоб переконатись у зазначених тенденціях, достатньо ознайомитись на офіційних *WEB*-сайтах зі структурою кредитного портфеля таких провідних вітчизняних банках як Приватбанк, Аваль, Укрсоцбанк, Укрсиббанк, Укрексімбанк, Родовід, Ошадбанк тощо.

Маркетингова стратегія банку на ринку послуг повинна враховувати особливу роль держави при формуванні та регулюванні ринку. Без забезпечення діяльності банківської системи як єдиної системи, котра не може існувати окремо від інших банків, неможливо, з одного боку,

створити єдиний стандарт на головну банківську послугу – обслуговування поточних рахунків, а з іншого – забезпечити таку ефективність банківської діяльності, при якій невеличка кількість банківських установ здатна забезпечити обслуговування величезної кількості клієнтів. Кількість фінустанов, у порівнянні з кількістю інших підприємств, зображено у табл. 2.3 [132]. Якщо врахувати, що кількість комерційних банків, які обслуговують підприємства, громадян і зазначені фінустанови нараховує менше 200 од., зрозумілим стає, що надання такої кількості послуг можливо при системній організації банківської діяльності.

Таблиця 2.3

Кількість суб'єктів ЄДРПОУ за галузями економіки на 1 січня 2007 р.

	Код секції КВЕД ¹	Суб'єкти ЄДРПОУ			
		усього	в % до загальної кількості	у тому числі	
				із статусом юридичної особи	без статусу юридичної особи
Усього		1 133 200	х	1 073 652	59 548
в тому числі:					
– сільське господарство, мисливство, лісове господарство	A	86 792	7,66	85 342	1 450
– рибальство, рибицтво	B	1 671	0,15	1 606	65
– промисловість		119 181	10,51	112 560	6 621
– добувна промисловість	C	3 323	0,29	2978	345

Продовж. табл. 2.3

	Код секції КВЕД ¹	Суб'єкти ЄДРПОУ			
		усього	в % до загальної кількості	у тому числі	
				із статусом юридичної особи	без статусу юридичної особи

– переробна промисловість	<i>D</i>	110 534	9,75	105 455	5 079
– виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	<i>E</i>	5 324	0,47	4 127	1 197
– будівництво	<i>F</i>	76 934	6,79	74 020	2 914
– торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	<i>G</i>	288 089	25,42	272 268	15 821
– діяльність готелів та ресторанів	<i>H</i>	20 914	1,85	19 323	1 591
– діяльність транспорту та зв'язку	<i>I</i>	34 770	3,07	30 727	4 043
Фінансова діяльність	<i>J</i>	17 154	1,51	11 031	6 123
– операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємствам	<i>K</i>	127 192	11,22	119 419	7 773
– державне управління	<i>L</i>	50 234	4,43	47 369	2 865
– освіта	<i>M</i>	40 747	3,60	38 411	2 336
– охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	<i>N</i>	27 510	2,43	25 970	1 540
– надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту	<i>O</i>	141 866	12,52	137 916	3 950
– діяльність домашніх господарств	<i>P</i>	38	0,00	37	1

Наведені дані наочно демонструють, що питома вага фінустанов у загальній кількості підприємств складає 1,5 %, а вага банків набагато менша. Процеси формування попиту і пропозиції на інших ринках знаходяться у величезній залежності від ефективності функціонування

незначної кількості підприємств фінансового сектора економіки і ще меншої кількості банків, які за своєю чисельністю поступаються навіть чисельності готелів та ресторанів. А якщо вирахувати частку підприємств, що визначають «погоду» на фінансовому ринку, тобто банків, то ми побачимо, що їх частка складе менше 0,2 % відсотка від загальної чисельності підприємств. Важливість дослідження впливу механізмів державного контролю банківської діяльності підкреслює і те, що на цьому ринку найбільшу частку займають приватні підприємства, що робить особливо актуальним моніторинг цього ринку з метою забезпечення економічної безпеки держави та дотримання принципів справедливої конкуренції на ринку. Так, в Україні функціують біля 200 комерційних банків і лише два є державними, всі решта – приватні [131].

Інтегровані банківські послуги дозволяють суттєво підвищити ефективність використання наявних фінансових ресурсів вітчизняної банківської системи. В умовах, що склалися вони виступають практично безальтернативним інструментом коригування перевищення попиту на грошові ресурси над відповідною пропозицією. Українська банківська система функціонує в умовах дефіциту фінансових ресурсів. Наведений вище порівняльний аналіз фінансових можливостей банків США та України це яскраво підкреслює. Причому зазначена тенденція лише підсилюється. Так, за даними НБУ чиста міжнародна інвестиційна позиція України на 01.01.2005 р. складала – 24 371 млн дол США, на 01.01.2006 р. – 29 613 млн дол. США., а на 1.01.2007 р. зменшилась до 44 309 млн дол. США (додаток Г) [131; 132], тобто за 2006 р. між-

ародна інвестиційна позиція України погіршилася майже на 67 %. Перевищення попиту на фінансові ресурси над пропозицією об'єктивно формує відсоткові ставки по кредитах українських банків у 2–3 рази вище за відсотки по кредитах банківської системи Європи та США.

Інтегровані банківські послуги дозволяють, з одного боку, використовувати фінансові ресурси, котрі традиційно були вилучені із мультиплікаційних процесів банківської системи та спрямовані на нагромадження, а з іншого – компенсувати володарям ресурсів, залучених до мультиплікаційних процесів, частину втрат, пов'язаних з відмовою від традиційних механізмів накопичення. Те, що саме інтегровані банківські послуги є найпотужнішим ресурсом національної банківської системи України, свідчить той факт, що вони оптимізують роботу по зобов'язанню комерційних банків, котрі, за даними Асоціації українських банків на станом на 01.10.2007 р., складають 419660,70 млн грн, у той час, коли загальні активи банків складають 473645,70 млн грн, а балансовий капітал складає 53984,99 млн грн (додаток Д) [135]. тобто банківські зобов'язання складають 88,6 % від всіх активів національної банківської системи України. У той же час, за даними Національного банку України, на кінець 2006 р. грошова маса становила 261 063 млн грн (додаток Е). Депозити у комерційних банках, за даними НБУ, (зобов'язання банків за коштами, залученими на рахунках суб'єктів господарювання та фізичних осіб), на кінець 2006 р. становлять 184 234 млн грн, що складає 70,6 % від грошової маси (додаток Ж) [131], тобто зобов'язання комерційних банків у 2007 р. в 1,6 рази перевищили грошову масу у попередньому році.

Аналіз динаміки грошової маси свідчить про стійке зростання обсягу грошей в Україні, що дозволяє з достатнім ступенем вірогідності стверджувати, що актуальність використання інтегрованих банківських послуг буде посилюватися (рис. 2.1). Посилення актуальності інтегрованих банківських послуг у майбутньому підтверджується і постійним збільшенням залишків на депозитних та поточних рахунках комерційних банків [135]. Динаміку зростання зобов'язань банків за коштами, залученими на рахунки суб'єктів господарювання та фізичних у банках України, зображено на рис. 2.2.

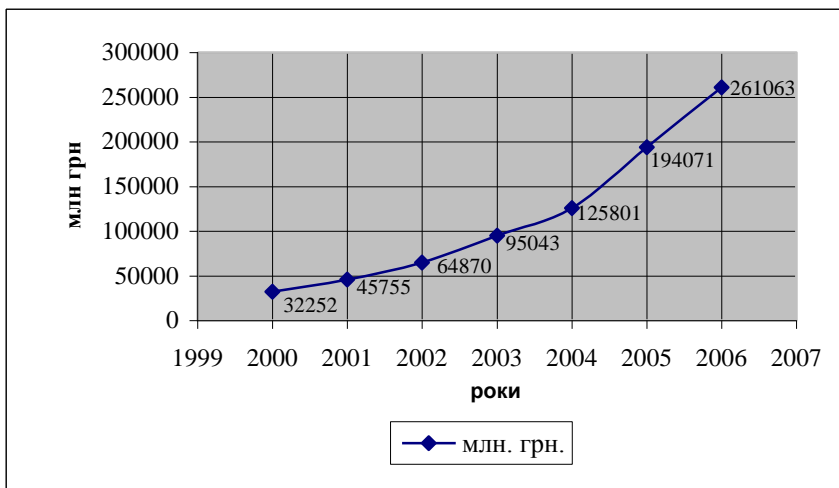


Рис. 2.1. Динаміка зростання грошової маси в Україні (за даними НБУ)

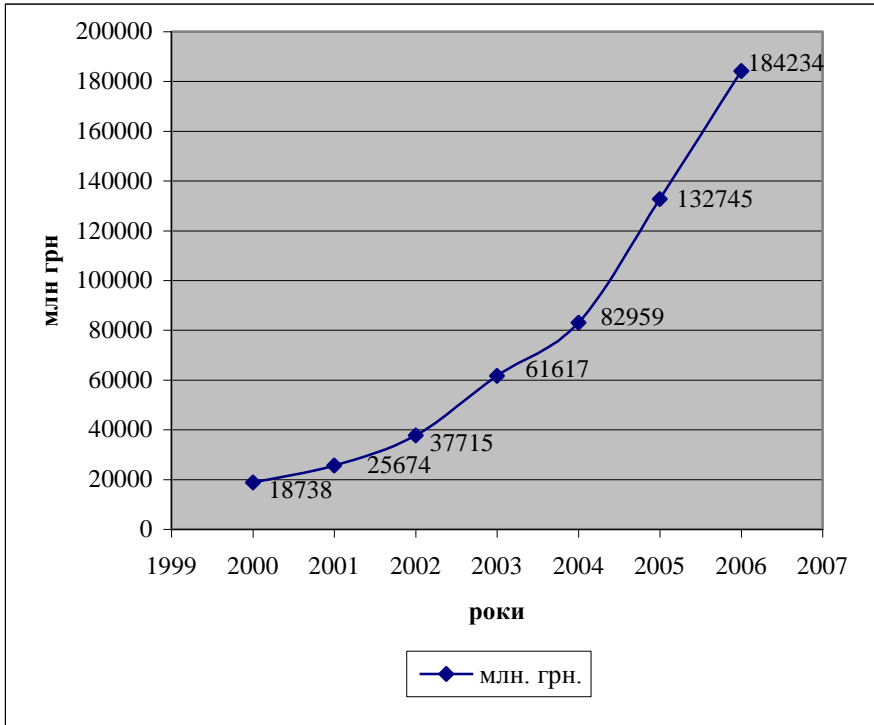


Рис. 2.2. Динаміка зростання зобов'язань банків за залученими на рахунки коштами (за даними НБУ)

Якщо врахувати той факт, що певна частка активів комерційних банків (приблизно 5–7 %) з різних об'єктивних обставин у будь-якій країні світу завжди є проблемною або сумнівною, то стає зрозумілим, що майже всі реальні робочі активи вітчизняної банківської системи формуються за рахунок зобов'язань, використання яких може бути оптимізоване при використанні інтегрованих банківських послуг.

Знаковим є порівняльний аналіз динаміки та співвідношення депозитних вкладів у національній та іноземних валютах. Зазначені параметри схематично зображено на рис. 2.3 [131].



Рис. 2.3. Динаміка співвідношення депозитів у національній валюті України до депозитів в іноземній валюті за даними НБУ, разів

Аналіз депозитних вкладів у гривні та в іноземній валюті (додаток Ж) свідчить, що незважаючи на те, що протягом 1996–2007 рр. гривня як валюта вкладу, переважала у виборі клієнтів банків, але валютні депозити формують значну частку банківських ресурсів, котра коливається в межах 35–50 %. Значні коливання при виборі валюти формують додаткові валютні ризики та загрози, небажані для банківської системи [131].

Порівняльний аналіз зобов'язань комерційних банків та депозитів у банках з доходами державного бюджету України додатково підтверджує важливість та актуальність впливу інтегрованих банківських послуг на макроекономічні показники економіки України та процеси суспільного відтворення (додатки Ж, И). Так, доходи зведеного державного бюджету України, за даними Державного комітету статистики у 2006 р., складають 171,8 млрд грн (додаток И) [132]. Депозити у комерційних банках у 2006 р. склали 107,2 % у порівнянні з доходами державного бюджету України, тобто тільки накопичення у вітчизняній

банківській системі перевищують річний розмір державного бюджету. А порівняння з загальними зобов'язаннями комерційних банків свідчить про те, що вони перевищили доходи державного бюджету України більше, ніж у два рази.

Порівняння динаміки збільшення доходів державного бюджету з динамікою зростання депозитів у комерційних банках свідчить про підвищення актуальності механізмів оптимізації використання ресурсів банків за допомогою інтегрованих банківських послуг не тільки для банківської системи, але і для механізмів формування та функціонування державних фінансів України. Роль цього фактора важко перебільшити, тому що зазначені механізми впливу інтегрованих банківських послуг на бюджетні процеси виходять навіть за межі економіки і є важливою складовою національної безпеки України. Динаміка доходів державного бюджету України наочно зображено на рис. 2.4 [131].

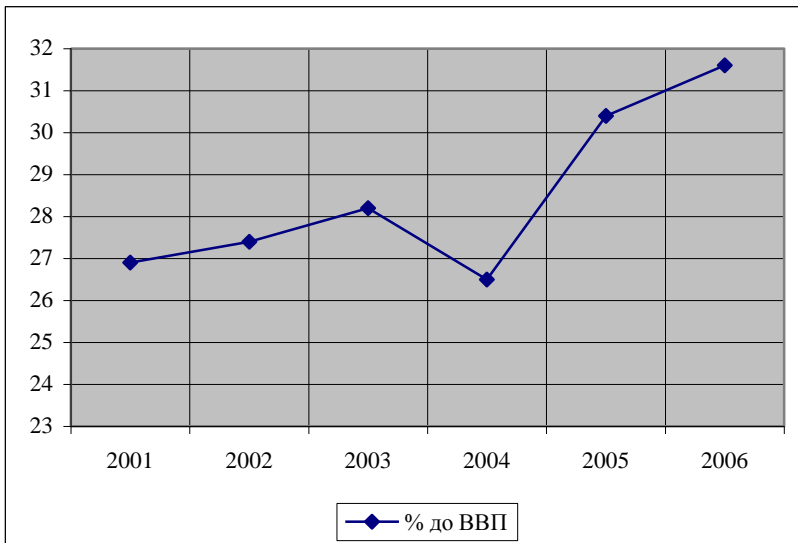


Рис. 2.4. Динаміка доходів державного бюджету України у % до валового внутрішнього продукту за 2001–2006 рр. (за даними НБУ)

Приймаючи до уваги глобальну фінансову кризу 2006–2007 рр. банківської системи США, котра була викликана значними обсягами неповернення споживчих кредитів комерційних банків, стає зрозумілим, що робочі активи банків навіть у розвинутих країнах можуть бути значно меншими за зобов'язання та визначально впливати на рентабельність банківської діяльності. Розповсюдження наслідків банківської кризи на світову економіку у 2007–2008 рр., з одного боку, додатково підсилює тезу про те, що банківська система України не може розраховувати на суттєве кардинальне покращення фінансових можливостей завдяки запозиченням на світових ринках капіталу, а з іншого – підтверджує ідею про те, що підвищення великого значення технології і стратегії впровадження банківських продуктів та послуг навіть на ринках країн із розвинутою економікою, тобто навіть суттєві переваги у розмірі капіталу, обсягах мультиплікаційних можливостей, макроекономічних показників, привілейованій позиції на ринку (у тому числі і світовому), рівні професіоналізму працівників, загальному рівні розвитку економіки, бізнесу і ділової активності, тощо не гарантують автоматичної прибутковості банківського бізнесу. Інтегровані банківські послуги є інноваційним продуктом, котрий дозволяє суттєво покращити позицію банку на ринку без наявності відповідних переваг та без залучення додаткової фінансової допомоги з за кордону.

На користь доцільності використання інтегрованих банківських послуг може свідчити наступний приклад.

Звичайна українська сім'я у липні 2007 р. розмістила 100 тис. грн в депозит вітчизняного банку під 12 % річних з щомісячною виплатою відсотків. Протягом 2007 р. облікова ставка НБУ складала 8 %, а з

1 січня 2008 р. НБУ підвищив розмір облікової ставки до 10. Підвищення рівня облікової ставки НБУ свідчить про певні зміни на грошовому ринку в бік подорожчання ресурсів. Водночас зазначені зміни і тенденції ринку не будуть враховані банком і відсотки по депозиту не будуть переглянуті, тобто споживач банківських продуктів опиняється перед вибором: або розірвати укладену у липні угоду з банком і втратити майже всі відсотки, отримані за минулі півроку, або погодитись зі втратою як мінімум 2 % від суми вкладу за останнє півріччя до липня 2008 р. (тобто клієнт фактично втрачає 1 % річних або 1 000 грн за період дії банківського вкладу). Насправді при розташуванні грошей у банківський депозит клієнт не може отримати реальної вартості грошей у часі. Це пов'язано з тим, що реальна вартість грошей у часі є середнє арифметичне від відсотків по кредитах і депозитам. Таким чином, клієнт теоретично завжди отримує лише часткову компенсацію при розміщенні депозитного вкладу. Ця часткова компенсація складає 90–95 % від реальної вартості грошей у часі, але вона все одно залишається частковою компенсацією. Якщо додати до зазначених «природних втрат» клієнта банку ще втрати від зміни вартості грошей у часі (зміни облікової ставки НБУ), певні ризики та незручності, пов'язані зі строковою природою депозитного вкладу, то абсолютно зрозумілим стає той факт, що банківська система за будь-яких умов лише частково компенсує клієнту вартість грошей у часі при застосуванні традиційного механізму нагромадження ресурсів у вигляді банківського депозиту. Під ризиками та незручностями банківського депозиту маються на увазі певні ризики, пов'язані з ліквідністю окремого комерційного банку, ризики щодо

валюти депозиту тощо. При депонуванні грошей клієнт втрачає можливість користуватися часткою зазначених ресурсів навіть для дуже короткострокових періодів, наприклад, кілька днів. Іноді, маючи у банку довгостроковий депозит, клієнт користується короткотерміновими кредитами у вигляді овердрафта по кредитній карті тощо. Сплата незначних сум по таких невеличких кредитних операціях опосередковано зменшує розмір компенсації по банківському депозиту. Це відбувається внаслідок того, що потреба у короткострокових овердрафтових кредитах виникає у споживача при наявності власних ресурсів у банку, але за умов неможливості безпосереднього користування ними тривалий термін.

Як ми бачимо, банківські депозити лише частково компенсують втрати клієнту від вартості грошей у часі (90–95 % від вартості грошей у часі). Водночас розміщення грошових ресурсів на поточному рахунку у банку дозволяє отримати клієнту певну суму компенсації (5–10 % від вартості грошей у часі). Принципова різниця між поточними та депозитними рахунками полягає у розмірі компенсації та режимі користування грошима клієнта. Інтегровані банківські послуги передбачають встановити для поточного рахунку розмір компенсації за використання грошових ресурсів на рівні, середньому між поточними та депозитними рахунками (приблизно 50 %), та залишити вільним режим користування ресурсами властивий режиму поточного рахунку. Нарахування компенсації на ресурси, що знаходяться на поточному рахунку, повинно здійснюватися щоденно в залежності від сум, фактично присутніх на рахунку на певну дату.

При цьому економічне значення поточних та депозитних рахунків принципово відрізняються. Поточні рахунки клієнтів формують ресурсну базу комерційного банку, яка внаслідок мультиплікаційного ефекту, що виникає при банківському кредитуванні, здатна багаторазово збільшуватись і використовуватись в процесі кредитування. Депозитні рахунки в мультиплікаційних процесах участі не беруть. Банківська система значно більше зацікавлена в збільшенні залишків на поточних рахунках у порівнянні з залишками на депозитах. Водночас зазначене збільшення в масштабах всієї банківської системи можливо виключно внаслідок переводу клієнтами частки ресурсів спрямованих на нагромадження у процеси суспільного споживання. Застосування інтегрованих банківських послуг створює умови для переводу значної частки ресурсів із депозитних рахунків на поточні. Наступною перевагою інтегрованих банківських послуг є створення потужної мотивації для фізичних осіб-споживачів банківських послуг використовувати поточні рахунки у банках (платіжні доручення, пластикові картки, чеки тощо) для здійснення розрахункових операцій замість готівкового обігу. Збільшення залишків на поточних рахунках банків та обігу грошей по них здатне суттєво підвищує кредитні можливості вітчизняної банківської системи шляхом більш ефективного використання наявних фінансових ресурсів без їх додаткового залучення із зовнішніх джерел.

Негативним наслідком маркетингової стратегії застосування інтегрованих банківських послуг для комерційних банків є те, що при встановленні більшого розміру компенсації за використання ресурсів на поточних рахунках клієнтів підвищується вартість відповідних

ресурсів не тільки для нових клієнтів банку, але і для тих, використання ресурсів яких раніше здійснювалось банком майже безкоштовно.

Наявність позитивних та негативних наслідків при розрахунку ефекту від впровадження інтегрованих банківських послуг, потреба у точному розрахунку оптимального розміру компенсації, розрахунок розміру компенсації, що враховує фактичні щоденні залишки на поточному рахунку формують особливу роль методики та математичної моделі здійснення відповідних розрахунків.

Методика визначення оптимального розміру компенсації ресурсів на поточних рахунках клієнтів повинна враховувати наступні фактори, які впливають на відповідні банківські процеси і механізми, а саме:

- фактичний розмір ресурсів, що знаходяться на поточних рахунках клієнта;
- сукупний розмір компенсації за використання ресурсів на поточних рахунках;
- розмір фінансових ресурсів, котрий формується внаслідок використання грошей на поточному рахунку певного клієнта;
- розмір ресурсів, що створює комерційний банк внаслідок використання залишків на поточному рахунку клієнта у кредитному мультиплікаторі;
- плата банку за формування та функціонування мультиплікаційного ефекту;
- вплив коливань ресурсів на поточних рахунках на загальні ресурси банку;
- втрати банку від просування нового продукту на ринку банківських послуг;

– додатковий дохід від продажу новим клієнтам супутніх банківських послуг (платіжних карток, дистанційного доступу до рахунку тощо).

Впровадження та використання інтегрованих банківських послуг, безумовно, повинно здійснюватись після ретельного прорахунку та обґрунтування економічної доцільності та ефективності на наукових засадах. Водночас впровадження зазначених послуг відкриває нові можливості для комерційного банку та клієнта, які важко і навіть неможливо порахувати при побудові математичної моделі. Інтегровані банківські послуги мають суттєві переваги та відкривають нові можливості для комерційного банку, його клієнта і держави. Розглянемо окремо переваги для кожного учасника ринку банківських продуктів.

Для клієнта маркетингова стратегія впровадження та використання інтегрованих банківських послуг створює наступні переваги та можливості:

1. Можливість отримання додаткової компенсації за ресурси на поточних рахунках незалежно від наявності депозитного рахунку.
2. Можливість поєднання розрахункових банківських інструментів з механізмами накопичення.
3. Додаткова мотивація для ведення всіх розрахунків через банки.
4. Зменшення потреби у невеликих короткострокових кредитах або їх суттєва компенсація розміром компенсації за ресурси на поточному рахунку.
5. Уникнення небажаних ризиків та незручностей, що виникають внаслідок користування депозитним рахунком.
6. Орієнтація на використання більш сучасних та спеціалізованих

фінансових інструментів для забезпечення відповідних гарантій при небажаних подіях у майбутньому в порівнянні з банківським депозитом.

7. Опосередковане або пряме зменшення вартості супутніх банківських продуктів.

8. Розширення асортименту банківських послуг та функціональної спрямованості поточного рахунку, яке перетворюється із звичайного інструмента платежу на «розрахунковий гаманець», який змінює філософію стосунків клієнта з банком.

Для клієнта банку – фізичної особи – використання інтегрованих банківських послуг – це нова філософія стосунків з комерційним банком. Значна кількість клієнтів розміщує гроші на депозитних рахунках як страховий резерв для забезпечення певних потреб у так звані «скрутні часи», тобто для платіжоспроможності у випадку хвороби, непрацездатності, дорожньо-транспортної пригоди, інших негараздів. Використання банківського депозиту не є оптимальним механізмом забезпечення при небажаних подіях, тому що настання такої події потребує, зазвичай, дострокового повернення депозиту або його частки, що приводить до втрати клієнтом відсотків. Інтегровані банківські послуги, з одного боку, створюють більше переваг для прихильників банківських гарантій при настанні небажаних подій, а з іншого – формують усвідомлення користування спеціалізованими фінансовими інструментами в зазначених випадках, такими як договори страхування, пенсійні фонди та ін.

Маркетингова стратегія застосування інтегрованих банківських послуг дозволяє змінити функціональне призначення поточного рахунку клієнта. Клієнт отримує мотивацію для акумулювання всіх доходів на

власному поточному рахунку. Подальша сплата за товари та послуги можлива шляхом акцептування виставлених до клієнта рахунків та вимог. Це дозволяє планувати витрати клієнта з одночасним підвищенням платіжної дисципліни, створює можливість для ефективного контролю за цільовим використанням отриманих державних або спонсорських фінансових ресурсів. Наведемо кілька прикладів такого використання. В сучасних умовах демографічної кризи в Україні держава запровадила різні механізми грошової допомоги сім'ям. Зарахування грошової допомоги на поточний рахунок за умов використання зазначеної суми виключно шляхом акцептування витрат на ліки або дитячі товари унеможливує зловживання грошовою допомогою, при виплаті такої допомоги готівкою. Аналогічні механізми можуть використовуватися при використанні будь-яких видів адресної або цільової державної допомоги, перевірці використання грошей за призначенням, що унеможливує використання зазначених ресурсів не за призначенням або третіми особами, що не мають права на зазначену допомогу з боку держави. Використання поточних рахунків фізичних осіб суттєво спрощує сплату всіх видів податків та обов'язкових платежів, підвищує платіжну дисципліну. В майбутньому при формуванні бюджету країни шляхом все більшого відокремлення участі особи у бюджетному процесі, при переході на страхову медицину та індивідуалізацію освітнього бюджету важко переоцінити.

Для комерційного банку маркетингова стратегія впровадження інтегрованих банківських послуг створює наступні переваги та можливості:

1. Впровадження інноваційних банківських послуг, розширення асортименту банківських продуктів і підвищення їх якості і привабливості.
2. Підвищення конкурентоспроможності комерційного банку шляхом

збільшення можливостей для маневру на ринку банківських продуктів, можливість більш чіткого визначення специфіки та спеціалізації певного банку, підвищення ефективності використання мультиплікаційних можливостей при наданні банківських кредитів, позбавлення ринку міжбанківських кредитів.

3. Можливість залучення додаткових ресурсів на поточні рахунки клієнтів шляхом спрямування значної частки банківських депозитів на поточні рахунки для подальшого споживання.

4. Можливість залучення значної частки ресурсів на поточні рахунки фізичних осіб, котрі раніше використовували готівку для здійснення поточних розрахунків.

5. Можливість активного просування супутніх банківських продуктів.

6. Можливість широкого залучення цільових державних виплат до поточних рахунків та подальше їх використання у кредитному мультиплікаторі.

7. Можливість доведення переваг певного комерційного банку до широкого кола споживачів банківських продуктів.

8. Можливість широкого залучення доходів працівників банку до формування фінансових ресурсів банку (особливо актуально для великих системних банків).

9. Можливість часткового забезпечення споживчих кредитів поточними надходженнями на розрахунковий рахунок клієнта.

Для держави стратегія впровадження та використання інтегрованих банківських послуг створює наступні переваги та можливості:

1. Підвищення конкурентоспроможності банківської системи України.

2. Підвищення ефективності використання обмежених фінансових ресурсів банківською системою України.

3. Оптимізація валютної політики комерційних банків та їх

клієнтів внаслідок того, що депозитні рахунки можуть відкриватися в різних валютах, а поточні рахунки – виключно у національній валюті України і, як наслідок, зміцнення національної валюти України.

4. Підвищення соціальної захищеності клієнтів комерційних банків.

5. Створення можливостей для ефективної співпраці держави з фізичними особами при отриманні цільової державної допомоги, сплаті податків, виконанні зобов'язань тощо.

6. Детінізація розрахункових операцій клієнтів банків.

7. Подальший розвиток ринку банківських послуг.

8. Впровадження інноваційних технологій, що супроводжують розрахункові операції на поточних рахунках (дистанційний доступ до рахунку «клієнт-банк», розрахунки платіжними картками через апарати еквайрінгу, банкомати, електронні *POS*-термінали тощо.

9. Підвищення свідомості та інформованості громадян-клієнтів комерційних банків.

Вищезазначені переваги інтегрованих банківських послуг не є вирішальними при формуванні методики та математичної моделі ефективного використання перелічених послуг, але разом з тим значення цих переваг важко переоцінити; воно обов'язково повинно враховуватись при прийнятті рішення щодо впровадження послуги та при розробці маркетингової стратегії її використання.

РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ПОСЛУГ

3.1. Аналіз ринку банківських послуг України

Український ринок банківських послуг складається із сукупності банківських послуг, котрі надають вітчизняні комерційні банки своїм клієнтам. Специфіка ринку банківських послуг, з точки зору зручності для наукових досліджень, має певні переваги перед ринками інших продуктів та послуг. Основними перевагами досліджень ринку банківських послуг є наступні:

- інформація про банківські послуги та банки, що їх пропонують, є відкритою та доступною як для споживачів, так і для науковців (банки зобов'язані публікувати результати фінансової діяльності, вони зацікавлені у розповсюдженні інформації про банківські послуги для їх подальшого просування тощо);

- переважна більшість комерційних банків має власні сайти в мережі Інтернет, котрі регулярно оновлюються та містять вичерпну інформацію щодо умов надання послуг клієнтам. Гарна технічна озлобленість, наявність сучасних телекомунікацій та зацікавленість банків у нових клієнтах сприяє збору та повноті інформації про банківські послуги;

- переважна більшість банків подає звітність до Асоціації українських банків, що полегшує здійснення порівняльного аналізу діяльності банків.

- Національний банк України регулярно оприлюднює як результати діяльності окремих банків, так і динаміку результатів діяльності всієї банківської системи.

Разом з цим дослідження ринку банківських продуктів шляхом збору та узагальнення потреб та мотивацій клієнтів банків, необхідних для збору первинних даних або проведення «польових досліджень», суттєво ускладнюється внаслідок наявності банківської таємниці та відповідного менталітету банківських клієнтів, котрі внаслідок функціонування численних фінансових пірамід та значної заборгованості по вкладам в Ощадбанку колишнього СРСР ментально не готові до розкриття особистої інформації щодо власних стосунків з банками та мотивації щодо споживання банківських послуг.

Унаслідок зазначених обставин аналіз ринку банківських продуктів, а також достовірності статистичної інформації, зазначеній у попередньому розділі, доцільним є здійснення досліджень ринку банківських продуктів за використанням вторинних факторів. Дослідження ринку банківських послуг повинно бути комплексним, тобто враховувати фактори макро- та мікро середовища [32; 33]. Внаслідок того, що інтегровані банківські послуги виступають як інноваційна форма та складова традиційних банківських технологій та механізмів, то доцільним є врахування не всієї гами факторів, а лише тих, що суттєво впливають на інтегровані банківські послуги, або самі суттєво змінюються внаслідок їх впровадження. Серед макроекономічних факторів це економічні та соціальні, а серед мікроекономічних – дослідження ринку як такого та поведінки конкурентів.

На нашу думку, саме кон'юнктурні дослідження поведінки та маркетингової стратегії конкурентів є вирішальними при дослідженні ринку банківських продуктів. Дослідження інших факторів у нашому випадку також впливають на ефективність впровадження та просу-

вання інтегрованих банківських послуг, але їх вплив не носить визначальної ролі, яка формує безпосередню залежність підвищення конкурентоспроможності комерційного банку та використанням інтегрованих послуг. Це ствердження посилюється також тим фактором, що внаслідок специфіки банківського товару – грошей, а головних послуг комерційного банку – розрахунково-касового обслуговування сучасний асортимент банківських послуг є певною формою просування зазначених банківських продуктів, адаптованих під конкретний сегмент ринку, і відрізняється лише маркетинговою стратегією оволодіння певним сегментом ринку і майже не відрізняється економічними чинниками рентабельності та прибутковості банківської діяльності.

Акцент на дослідження поведінки банків-конкурентів замість досліджень поведінки споживачів при просуванні послуг доцільно робити внаслідок специфіки стосунків банку з клієнтами при споживанні ними послуг. Зазначена специфіка полягає у наступному: незважаючи на те, що інтегровані банківські послуги є інноваційними та такими, що дозволяють суттєво підвищити конкурентоспроможність банку, одночасно вони, з одного боку, будуються на базі традиційних, гарно відомих та розповсюджених послуг, з іншого – при споживанні саме банківських послуг клієнт намагається діяти максимально раціонально, його мотивація та логіка прийняття рішень є достатньо зрозумілими та передбачуваними. Наприклад, під час оформлення депозиту у комерційному банку при наявності інших рівних факторів (аналогічний рівень довіри до банку, наявність філій банків у конкретному населеному пункті, однаковій культурі обслуговування тощо) споживач обере той вид депозиту, котрий забезпечить йому найбільшу

прибутковість, що логічно витікає із економічної доцільності розміщення вільних грошей у депозит. Тобто, справедливою є думка про те, що мотивація дій споживача банківських послуг формується більшою мірою внаслідок усвідомлення економічної доцільності споживання послуги і значно меншою мірою під впливом емоційних факторів, таких як мода, прихильності споживачів до товарної марки тощо.

Для аналізу ринку банківських послуг доцільно застосувати наступний план дослідження ринку банківських послуг:

1. Збір даних про стан ринку банківських продуктів:

- інформація про асортимент банківських депозитів;
- інформація про розмір відсоткової ставки по депозитах;
- частка депозитів у залучених ресурсах банку;
- частка, що припадає на депозити фізичних та юридичних осіб;
- співвідношення та обсяги депозитів юридичних та фізичних осіб.

2. Порівняльний аналіз відсоткових ставок по інтегрованим банківським послугам та традиційним депозитам.

3. Визначення як перехід банку від звичайних депозитів до інтегрованих банківських послуг вплине на конкурентоспроможність банку.

Для проведення дослідження ринку банківських продуктів, на нашу думку, доцільним є використання методів традиційного аналізу, котрий передбачає аналіз суті вторинних даних, який становить ланцюжок логічних міркувань та методи кореляційного і регресивного аналізу, що дають змогу визначити зв'язок та щільність зв'язку між результативною ознакою і змінними величинами, а також кабінетні дослідження та спостереження. Застосування зазначених методів разом з факторним аналізом, статистичними, евристичними та іміта-

ційними методами, на нашу думку, дозволяє формувати висновки, які дозволяють вирішити поставлені завдання.

Для оптимального вибору об'єкта якісного дослідження ринку банківських продуктів евристичним методом доцільним є створення фокус-групи комерційних банків, котрі достатньо повно відображають тенденції на ринку. Для формування фокус-групи можна застосувати метод невипадкової вибірки банків. До складу фокус-групи доцільно включити наступні банки, діяльність яких може адекватно відображати стан та тенденції ринку:

- шість-сім банків з групи лідерів за рейтингом Української асоціації банків (УАБ);
- шість-сім банків, що займають середню позицію в рейтингах УАБ;
- Укрексімбанк та Ощадбанк як державні банки, котрі відносяться до лідерів ринку та здійснюють на ринку банківських послуг стратегію, схвалену Кабінетом Міністрів України;
- Умовний середньостатистичний комерційний банк, котрий умовно відображає опосередковані середні показники всіх вітчизняних банків.

Разом з тим для певних регіонів України така вибірка не є репрезентативною внаслідок того, що банківські механізми формування та функціонування капіталу мають значну регіональну специфіку, обґрунтовану та висвітлену українськими науковцями [7; 11]. Внаслідок того, що розгалужену мережу банківських представництв та філій мають лише лідери та претенденти вітчизняного ринку банківських продуктів, то переважна більшість вітчизняних банків, котрі займають середні місця в рейтингах Асоціації українських банків, не мають філій у переважній більшості регіонів України. Тому, наприклад, для Полтавщини доцільним є дослідження всіх або

переважної більшості банківських установ, що представлені на регіональному ринку. Це дозволяє максимально повно розкрити стан та тенденції ринку банківських послуг. Крім того, переважна більшість клієнтів банків схильна відкривати поточні рахунки за місцем свого географічного перебування: населення – за місцем постійного проживання, бізнесові структури – за місцем реєстрації та фактичної підприємницької діяльності. Це обумовлює важливість та актуальність досліджень ринку банківських послуг саме на регіональному ринку. Тому регіональний ринок є типовим та вирішальним при прийнятті рішень споживачами банківських послуг та банківського менеджменту при прийнятті рішень щодо певної маркетингової стратегії на ринку.

Із точки зору якості банківських послуг, перш за все, дослідження потребують послуги про відкриття та обслуговування поточних (розрахункових) рахунків фізичних та юридичних осіб. Це відбувається внаслідок того, що логіка розташування коштів на депозитних рахунках є достатньо прогнозованою, вона переважно залежить від терміну вкладу, відсоткової ставки та уявлення споживача про надійність банку. Потреба та логіка дій споживача при відкритті поточного рахунку залежить від набагато більшої кількості факторів, до яких можуть бути віднесені наступні: вартість відкриття поточного рахунку, розмір мінімального залишку на рахунку, наявність послуги про видачу платіжної картки до поточного рахунку, вартість обслуговування платіжних доручень клієнта (як в межах банку, так і клієнтам інших банків), вартість касового обслуговування та наявність інкасаторських послуг, вартість оформлення довідок про стан рахунку, наявність послуги дистанційного доступу до рахунку (Інтернет-банкінг, система «клієнт-банк», телебанкінг, «мобільний

банкінг» тощо), вартість закриття рахунку, наявність пільгових тарифів для пільгових верств населення та ін.

Умови надання банківських послуг, які банки пропонують фізичним особам у Полтавській області, подані у табл. 3.1.

Із даних табл. 3.1 та 3.2 не простежується маркетингова стратегія окремого банку по просуванню певного виду банківського продукту. Важко простежити і комплексний підхід у просуванні банківських послуг. Навіть при наявності маркетингової стратегії у окремого банку така стратегія є абсолютно невідомою і тим більше незрозумілою споживачу. Тому, зазвичай, банки асоціюються у свідомості громадян як підприємства, котрі постійно збагачуються шляхом отримання непомірно великої платні за власні послуги та надзвичайно великих відсотків за кредитами тощо. За таких умов споживач не може відчутти партнерське відношення банку до підприємця або пересічного громадянина. Відсутність зрозумілої та науково-обґрунтованої маркетингової стратегії посилюється тим негативним фактом, що маркетингова політика просування банківських послуг не враховує головну банківську перевагу перед іншими бізнес-структурами – можливість багаторазового збільшення залучених на поточні рахунки коштів клієнтів внаслідок мультиплікаційного ефекту, що виникає в процесі кредитування.

Аналіз сайтів в мережі Інтернет свідчить про те, що аналогічна продуктова та маркетингова стратегія комерційних банків розповсюджується на всі регіони України. Відсутність системного впровадження маркетингової політики на ринку банківських послуг обумовлюється також недостатньою увагою держави щодо стимулювання механізмів залучення готівкових розрахунків на поточні рахунки комерційних банків.

Таблиця 3.1

**Умови надання банківських послуг
фізичним особам Полтавської області**

Послуги	Банки													
	ЗАТ КБ «Приватбанк»	ВАТ «Райффайзен-банк»	АКБ соціального розвитку «Укрсоцбанк»	ЗАТ «Промінвестбанк»	АКБ «Укрсиббанк»	ВАТ «Державний експортно-імпорتنний банк України»	АБ «Полтава-банк»	АКБ «Правекс-банк»	АТ «Індекс-банк»	ВАТ «Сведбанк»	АБ «Діамант-банк»	КБ «Надра»	«ПУМБ»	
Вартість відкриття поточного рахунку, грн	30	50	0	30	30	30	10	10	-	5	40	-	30	
Наявність послуги «Клієнт-банк», +/-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	
Вартість оформлення платіжної картки, грн	30	20–50	0	100	10	30	-	26–50	-	0	-	-	30	
Вартість здійснення одного платежу, грн	у межах банку	1	0,75–0	0,5	1	0,2	0	0,3	0,5	-	0,1	0,5	-	0,6
	за межі банку	1	0,75–0	0,5	1	0,5	0,5	0,5	1	-	0,5	0,7	-	1
Оформлення довідки про стан рахунку, грн	8	50	10–20	50	40	20	20	11–27	-	10	50	-	60	
Плата за закриття рахунку, грн	0	0	0	0	0	0	0	0	-	0	0	-	30	
Комісія за видачу готівки, %	1	0,7–1	1	1	0,6–0,75	1	0–1	0–1	-	0–1	1	-	0,6	
Наявність пілг	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	+	
Наявність послуги інкасації	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	+	-	

Виходячи із умов надання просування послуг у Полтавській області,

можна зробити висновок про суттєві недоліки рекламної діяльності банків по просуванню власних продуктів.

Умови надання банківських послуг, які банки пропонують юридичним особам у Полтавській області, зображено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Умови надання банківських послуг юридичним особам
Полтавської області**

Банки	ЗАТ КБ «Приватбанк»	ВАТ «Райффайзен-банк»	АКБ соціального розвитку «Укрсоцбанк»	ЗАТ «Промінвестбанк»	АКБ «Укрсиббанк»	ВАТ «Державний експортно-імпортний банк України»	АБ «Полтава-банк»	АКБ «Правекс-банк»	АТ «Індекс-банк»	ВАТ «Сведбанк»	АБ «Діамант-банк»	КБ «Надра»	«ПУМБ»
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Вартість відкриття поточного рахунку, грн	37–75	50	23–95	50	1	30	30	80	20	0–60	1	30–199	50
Наявність послуги «Клієнт-банк»	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+
	вартість, грн	59	50	63	60–100	1–50	50	28–50	49	60	25	50	9–90
Вартість оформлення корпоративної картки, грн	30	20–50	19	40	10	30	0	26–50	5	0	0	160	0

Продовж. табл. 3.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Вартість здійснення одного платежу, грн	0,25 – 0,75	1,5 0	2	1,50	1,50	0,50 – 0,75	1,20 – 1,50	1,0 6	2	0–1	1– 1,50	0,4 0–1	1
Оформлення довідки про стан рахунку, грн	100 – 200	10	0	50	40	15	10– 25	15	30	10	20– 30	10	10 – 20
Плата за закриття рахунку, грн	49	100	100	100	0	250	50	160	200	1– 50	100 – 150	0	0
Комісія за видачу готівки, %	0,75 –1	1	0,7 –1	1	0,75	0,75 –1	0,75 –1	0,7	0,9	0,75	0,3– 0,8	1	0,6 – 0,8
Наявність пільг	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	+
Наявність послуги інкасації	+	+	+	+	+	+	+	–	–	–	–	+	–

Так, при спілкуванні з працівниками банків під час збору інформації про умови надання банківських послуг у жодному банку не було звернуто увагу на ціль та місію банку в цілому та її специфіки у регіоні, жоден з працівників банків Полтавщини не акцентував увагу потенційного споживача на переваги споживання продуктів та обслуговування саме в їхньому банку. Рекламна діяльність досліджених банків спрямована на просте інформування про діяльність банку, певні банківські послуги, результат діяльності певного банку, тобто реклама спрямована на поінформування більше про банк, ніж про його банківські продукти і тим більше – про їх переваги перед конкурентами. Це відбувається внаслідок того, що відсутність маркетингової стратегії при просуванні послуг призводить до ситуації, при якій навіть працівники конкуруючих банків, котрі не володіють

концептуальними аспектами продуктової політики свого банку та банків конкурентів, не володіють асортиментом, логікою появи нових та ідеологією встановлення тарифів на існуючі банківські послуги. Це створює значні перешкоди в окреслених питаннях для потенційних споживачів, котрі переважно не мають економічної освіти і не здатні моніторити дрібниці та подробиці користування послугами певного банку. Прості і зрозумілі тарифи на інтегровані банківські послуги при одночасній прозорій та обґрунтованій маркетинговій стратегії банку здатні дуже швидко і легко переконати клієнта у перевагах їх споживання.

Окремі банки, такі як АТ «Індекс-банк» та КБ «Надра», взагалі не мають в асортименті своїх послуг розрахунків операції для фізичних осіб, що суттєво знижує їх конкурентоспроможність у регіоні. Вартість окремих послуг та здійснення платежів у різних банків одного регіону може в кілька разів відрізнятись поміж собою. Найбільша різниця спостерігається при наданні послуг юридичним особам. Так, вартість відкриття рахунку юридичних осіб у АБ «Діамант-банк» та АКІБ «Укрсиббанк» у 80 разів менше за аналогічну вартість у АКБ «Правекс-банк» та в десятки разів менша, ніж в інших банках. Вартість підключення до системи «клієнт-банк» АКІБ «Укрсиббанк» у середньому в 4–5 разів менша за аналогічну вартість у ЗАТ «Промінвестбанк». Плата за закриття рахунку коливається від 0 грн у АКІБ «Укрсиббанк», КБ «Надра» та банку «ПУМБ» до 200 грн та 250 грн у банках АТ «Індекс-банк» та ВАТ «Державний експортно-імпортний банк України» відповідно. У декілька разів відрізняється вартість здійснення платежів, вартість оформлення корпоративних карт юри-

дичним особам тощо. Схоже явище спостерігається і при просуванні банківських послуг фізичних осіб. Так, вартість відкриття поточного рахунку коливається від 0 та 5 грн у банках АКБ Соціального розвитку «Укрсоцбанк» та ВАТ «Сведбанк» до 40 і 50 грн у банках АБ «Діамант-банк» та ВАТ «Райффайзен-банк» відповідно. Вартість оформлення платіжної картки фізичної особи коливається від 0 грн у банках ВАТ «Сведбанк» та АКБ Соціального розвитку «Укрсоцбанк» до 100 грн у ЗАТ «Промінвестбанк». У декілька разів відрізняється вартість здійснення одного платежу фізичної особи у різних банках регіону тощо.

Суттєва різниця у вартості та умовах надання банківських послуг свідчить про те, що на ринку банківських продуктів ціна формується не внаслідок впливу попиту та пропозиції або науково-обґрунтованої маркетингової стратегії банку, а внаслідок ситуативних факторів, що не пов'язані з об'єктивними ринковими законами. Неможливо також простежити і логіку формування ціни на банківські послуги з точки зору інших маркетингових методів ціноутворення [21; 23; 24], а саме:

1. Методом аналізу витрат. Ціни на банківські послуги не було встановлено зазначеним методом внаслідок того, що:

– жоден із працівників банку (включаючи керівника) не зміг пояснити, яким чином формується ціна на банківські послуги;

– об'єктивно розрахувати собівартість банківської послуги вкрай важко і майже неможливо, тому що переважну більшість факторів, що впливають на обсяги продажу послуг, неможливо передбачити, наприклад, неможливо передбачити кількість платежів клієнта в майбутньому, термін користування рахунком, розмір ресурсів, що

будуть залишатись на його рахунку для обрахування доцільності при мультиплікаційному ефекті, кількість та обсяги операцій по отриманню готівки, інкасації тощо. Без урахування зазначених вище факторів визначення собівартості банківської послуги практично неможливе;

– ціни практично у всіх банків регіону формуються столичними метрополіями і є однаковими для всіх регіонів. При цьому собівартість банківських послуг у всіх регіонах України не може бути однаковою. Це підтверджує те, що ціни на банківські послуги не було встановлено методом аналізу витрат.

2. Метод аналізу цін конкурентів (метод аналогів). Як свідчать дані табл. 3.1 та 3.2, різниця в ціні у кілька десятків разів не може свідчити про застосування цього методу, тим більше, що жоден із опитуваних працівників банку не володів ціновим асортиментом конкурентів. Як виключення, керівники окремих банків володіли інформацією про ціни на окремі послуги у декількох банків-конкурентів. Переважна більшість працівників банку не могли точно назвати повний асортимент та ціни на банківські продукти їх банку без допомоги колег або без пошуку даної інформації у відповідних службових паперах. Це також підкреслює, що при встановленні ціни на послуги цінову політику банків-конкурентів не було враховано.

3. Метод ціноутворення, орієнтований на попит. Цей метод також не використовувався внаслідок того, що жоден із банків не проводив відповідних маркетингових досліджень щодо попиту споживачів на ціну банківських послуг. Це також підкреслює той факт, що ціна на банківські послуги окремого банку є однаковою в усіх регіонах. Виходячи з того, що попит на банківські послуги однаковим в усіх

регіонах бути не може, тому можна стверджувати, що зазначений метод також на використовувався.

Відсутність маркетингової стратегії на ринку банківських послуг викликана внаслідок відсутності чіткого усвідомлення керівництвом комерційних банків, вітчизняними науковцями, котрі досліджують банківські процеси і механізми, особливої ролі розрахункових послуг банків у формуванні залучених ресурсів банку шляхом використання залишків на поточних рахунках для подальшого їх мультиплікаційного збільшення в процесі банківського кредитування. Науковців, котрі досліджували окремі питання просування банківських послуг в Україні можна умовно поділити на дві групи. Перша – ті, хто розглядає банківські послуги (особливо розрахункові послуги) як один з багатьох видів послуг банку для забезпечення його доходності. При цьому не враховується функція розрахункових послуг як найважливішого джерела при формуванні залучених ресурсів у вигляді залишків на поточних рахунках клієнтів банку. Не враховується така важлива роль розрахункових послуг і при мультиплікаційному збільшенню ресурсів банку в процесі кредитування. До цієї групи науковців відносяться: Т.С. Смовженко, О.В. Васюренко, О.О. Другов, В.В. Рисін, А.М. Мороз, О.М. Мозговий, А.В. Нікітін, А.А. Пересада, В.М. Ковальов, С.Я. Євєцьких, В.В. Раровська, С.Т. Скибенко, С.П. Прасолова, Л.О. Цветкова та ін. Зазначені автори також не розглядають маркетингову стратегію впровадження та просування банківських послуг.

До другої групи науковців можна віднести науковців-маркетологів, котрі розглядають маркетингову стратегію просування банківських послуг як звичайну стратегію оволодіння будь-яким ринком. Такі

наукові підходи не враховують банківської специфіки та особливої ролі банківських послуг у формуванні залучених ресурсів [15] та функціонуванні мультиплікатора при розробці відповідної маркетингової стратегії [39]. До зазначеної групи науковців можна віднести: дослідження колективу авторів під керівництвом Т.С. Смовженко акцентує увагу на важливість державного захисту ринку банківських послуг та недостатньо уваги приділяє розкриттю інноваційних можливостей при формуванні залучених ресурсів банку [109]. Аналогічної точки зору дотримується О.В. Васюренко, котрий вважає, що «найбільш важливим і суттєвим джерелом формування та збільшення ресурсної бази виступають депозитні операції»; банківські послуги розглядаються ним як додаткове джерело формування зобов'язань у випадку недостатності депозитних вкладів [24].

До зазначеної групи науковців можна віднести: А.А. Мазаракі, А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, В.Г. Герасимчук, Н.П. Гончарова, С.А. Гурьянова, В.Я. Кардаш, А.О. Старостіна, Е.О. Азарян, Л.Ф. Романенко та ін. У той же час останні наукові дослідження роблять наголос на важливості та актуальності зазначених питань для стійкого розвитку економіки України [104].

Маркетингова стратегія впровадження інтегрованих банківських послуг ґрунтується на чіткому усвідомленні наступних аксіоматичних стверджень, котрі, на нашу думку, є безспірними та логічно витікають одне із одного.

1. Банківські послуги, що забезпечують розрахунково-касові операції клієнтів комерційних банків є найбільш важливим банківським продуктом. Вони формують стрижень прибутковості банку вна-

лідок формування найважливішого банківського ресурсу – залишків на поточних рахунках клієнтів.

2. У сучасних економічних умовах на ринку банківських послуг України відсутня маркетингова стратегія по їх просуванню.

3. Оптимальна стратегія банку по просуванню послуг повинна задовольняти наступним критеріям:

- бути максимально зрозумілою (спрощеною) для пересічного споживача, максимально доступною по ціні, максимально вигідною по умовам надання та асортименту, наочно демонструвати її перевагу перед конкуруючими банками, простою для спілкування працівника банку з клієнтом;

- повинна бути спрямованою не на отримання доходу від надання послуги, а для залучення вільних коштів клієнтів на поточні рахунки банку;

- сприяти формуванню позитивного та соціально-орієнтованого іміджу банку;

- бути аналогічною при просуванні послуг як юридичним, так і фізичним особам;

- мати інноваційну спрямованість, тобто вирішувати завдання підвищення конкурентоспроможності комерційного банку принципово новими методами, що раніше не застосовувались на ринку банківських послуг;

- бути зручною та доступною для використання в усіх регіонах України;

- базуватися на стандартних принципах ведення банківського бізнесу;

– створювати переваги для комерційного банку, що їх впроваджує.

4. Саме інтегровані банківські послуги відповідають всім переліченим вище критеріям та здатні повністю задовольнити попит споживачів.

5. Упровадження інтегрованих банківських послуг суттєво підвищує конкурентоспроможність комерційного банку, створює значні переваги та дозволяє оволодіти значною часткою банківського ринку практично в усіх його сегментах і, як наслідок, збільшить прибутковість банку та зміцнить його позиціонування на ринку.

6. Упровадження інтегрованих банківських послуг є корисним для суспільства внаслідок створення механізму максимального задоволення потреб споживачів.

У випадку впровадження банком інтегрованих банківських послуг орієнтовні умови надання банківських послуг фізичним та юридичним особам будуть виглядати, як зображено у табл. 3.3. З таблиці ми бачимо, що простежується певна маркетингова стратегія надання банківських послуг, котра полягає у максимальному залученні будь-яких клієнтів на розрахункове обслуговування в банк шляхом створення максимально привабливих умов по наданню банківських послуг. Така стратегія спрямована на оволодіння усіма сегментами ринку одночасно, створення позитивного іміджу банка-партнера, обізнаності клієнтів про банк, просування побічних банківських продуктів (обмінні операції, інкасаторські та консалтингові послуги, операції з векселями, цінними паперами, акредитивами, банківськими гарантіями тощо), максимальне залучення готівкової грошової маси на поточні банківські рахунки шляхом мотивації суб'єктів здійснення таких розрахунків, формування фінансових ресурсів для ефективного фун-

кціонування мультиплікаційних процесів при кредитуванні певним банком, підвищення конкурентоспроможності банку на регіональному і, як наслідок, макроекономічному рівні.

Таблиця 3.3

Умови надання банківських послуг юридичним та фізичним особам банком, що впровадив інтегровані банківські послуги

	Вартість відкриття поточного рахунку, грн	Наявність послуги «Клієнт-банк»		Вартість оформлення корпоративної картки, грн	Вартість здійснення одного платежу, грн	Оформлення довідки про стан рахунку, грн	Плата за закриття рахунку, грн	Комісія за видачу готівки, %	Наявність пільг	Наявність послуги інкасації
		+/-	вартість, грн							
Банк, що впровадив інтегровані послуги	0	+	0	0	0	0	0	0	+	+

3.2. Специфіка кооперативних банків та переваги впровадження інноваційних інтегрованих банківських послуг

Відповідно до закону України «Про кооперацію» [56] та закону України «Про споживчу кооперацію» [57], кооператив – це юридична особа, утворена фізичними або юридичними особами, які добровільно об’єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. Метою кооперації є задоволення економічних, соціальних та інших потреб членів коопе-

ративних організацій на основі поєднання їх особистих та колективних інтересів, поділу між ними ризиків, витрат і доходів, розвитку їх самоорганізації, самоуправління та самоконтролю.

Під кооперативним банком ми розуміємо не організаційну форму його функціонування або формальної реєстрації в державному реєстрі Національного банку України. Незалежно від організаційно-реєстраційної та управлінської форми функціонування кооперативного банку треба розуміти, що головна мета такого банку – задовольнити потреби засновників банку у споживанні членами кооперативу банківських послуг на умовах, що є більш сприятливим у порівнянні з умовами надання таких послуг на відповідному ринку і тільки потім – отримання прибутку від банківської діяльності.

З огляду на вищезазначене, метою створення кооперативного банку повинно бути задоволення потреб його членів. Традиційні умови ведення банківського бізнесу дозволяють задовольнити переважно одну потребу власників кооперативного банку – потребу в отриманні дивідендів на власний пай (акцію) від ведення банківського бізнесу заснованим ними кооперативним банком. При споживанні інших послуг кооперативного банку засновник такого банку майже не відчуває переваг від його функціонування. Так, розміщення вільних коштів на депозитні рахунки співвласниками кооперативного банку здійснюється практично на умовах, майже ідентичних умовам, що склалися на ринку депозитів, тобто володіння пасом у банку не впливає на відсотки по депозиту, додаткові гарантії повернення вкладу при неплатоспроможності банку тощо. Аналогічна ситуація відбувається і при користуванні поточними рахунками. Умови і тарифи розрахунко-

вого обслуговування комерційних банків для його співвласників аналогічні або мало чим відрізняються від тарифів більшості вітчизняних банків. Виникає логічне запитання про доцільність створення та функціонування кооперативних банків у випадку, коли вони практично є звичайними господарськими товариствами головною, або єдиною метою створення котрих є отримання прибутку та дивідендів у банківському секторі.

Уявимо собі гаражний кооператив, який створено для того, щоб члени кооперативу задовольняли свої потреби переважним чином шляхом здачі в оренду автомобільних боксів замість користування ними по цільовому призначенню. Безумовно, що одним з можливих доходів гаражного кооперативу може і повинен бути дохід від здачі в оренду вільних боксів, але тільки за умов, що всі члени кооперативу мають можливість задовольнити свої потреби у паркуванні автомобілів. Так і доходи кооперативного банку повинні бути важливим, але другорядним явищем після задоволення потреб співвласників банку у користуванні банківськими послугами.

Інтегровані банківські послуги дозволяють створити механізм вирішення мети при створенні саме кооперативного банку. Виходячи з того, що інтегровані банківські послуги дозволяють поєднати поточний та депозитний рахунок, їх застосування може створити особливі умови для співвласників кооперативного банку при споживанні банківських послуг. Так, відкриття та обслуговування поточного рахунку співвласника кооперативного банку з одночасним нарахуванням відсоткової ставки на фактичний залишок коштів на поточному рахунку у розмірі 50 % облікової ставки НБУ або у розмірі відсотків

по міжбанківським кредитам (у залежності від маркетингової та продуктової стратегії певного банку) дає можливість, з одного боку, створити певні переваги для засновників кооперативного банку, а з іншого – спрямовувати ресурси банку, котрі традиційно витрачаються кооперативним банком, на покупку грошей на міжбанківському ринку для підтримання поточної ліквідності на додаткові доходи співвласників банку, що, в свою чергу, створює додаткове джерело для купівлі співвласниками банку паїв (акцій) майбутніх додаткових емісій. Тобто, інтегровані банківські продукти дозволяють спрямовувати ті ресурси банку, котрі традиційно складали собівартість формування ресурсної бази, на розвиток співвласників кооперативного банку.

Застосування інтегрованих банківських послуг кооперативними банками повинно здійснюватись в комплексі з іншими заходами по задоволенню потреб співвласників та клієнтів банку. До таких заходів можна віднести наступні: повна відмова від плати за обслуговування поточних рахунків, створення механізму спрощеної процедури отримання кредиту під заставу паю (частки) власника кооперативного банку, подальшої інтеграції не тільки поточних та дебіторських рахунків, але і кредитних, що дозволяє перейти на єдині багатofункціональні рахунки з відсотковим обслуговуванням відповідного дебетового або кредитового сальдо в залежності від лімітів пропорційно частці співвласника у статутному капіталі банку тощо. Але першим та, безумовно, важливішим кроком по наданню банківській діяльності реального кооперативного змісту є впровадження інтегрованих банківських послуг по обслуговуванню поточних рахунків з частковою компенсацією за використання вільних залишків на них. Це

є надзвичайно актуальним наслідком природи функціонування банківської системи, заснованій на мультиплікаційному використанні залишків на поточних рахунках у процесі кредитування.

Переваги впровадження інтегрованих банківських послуг у діяльність кооперативних банків створюють конкурентні переваги кооперативної діяльності у банківському секторі в порівнянні з кредитними спілками та кооперативами. Кредитні товариства як неприбуткові суб'єкти господарської діяльності надають споживчі кредити своїм засновникам на більш вигідних у порівнянні з банківською системою умовах. Впровадження інтегрованих банківських послуг в діяльність кооперативних банків дозволяє не тільки покращити умови для кредитування своїх співвласників, але і повністю їх задовольнити при обслуговуванні поточних розрахунків та депозитних вкладах. Крім того, використання мультиплікаційного ефекту банківської системи та можливість отримання додаткового прибутку на свою частку в статутному капіталі банку не залишають жодних шансів кредитним спілкам у конкурентній боротьбі між ними та кооперативними банками на ринку парабанківських послуг, що об'єктивно призведе до поступового перерозподілення ресурсів кредитних спілок до кооперативних банків.

Розглянемо потенціал впровадження інтегрованих банківських послуг на прикладі діяльності банку АБ «Укоопспілка». Офіційні дані про діяльність банку АБ «Укоопспілка» відповідно до діючого законодавства оприлюднені на його офіційному сайті в мережі Інтернет [137].

Відповідно до балансу банку (додаток К) станом на 31 грудня 2006 р.

власний капітал банку складав 65 997 тис. грн, загальні зобов'язання банку – 136 614 тис. грн, тобто залучені ресурси становлять приблизно половину від загальних зобов'язань. З балансу видно, що коефіцієнт адекватності регулятивного капіталу банку в середньому за 2006 р. становить 53,71 % (за нормативами НБУ – не менше 10 %), що свідчить, з одного боку, про досить високу межу захисту кредиторів та вкладників банку від передбачених збитків банку, а з іншого – про великі нереалізовані можливості банку по залученню ресурсів. Це підтверджується коефіцієнтом адекватності основного капіталу, котрий в середньому за 2006 р. становить 29,08 % (мінімальне нормативне значення – 4 %) [137].

Аналіз діяльності лідерів банківського ринку свідчить про доцільність максимального використання можливостей по залученню ресурсів. Так, виходячи з балансу АБ «Приватбанк», оприлюдненому на офіційному сайті банку [133] станом на 31.01.2008 р., банк власний капітал банку складав 5 647 780 114 грн, залучений – 52 418 270 082 грн (додаток Л), тобто коефіцієнт адекватності регулятивного капіталу банку складав біля 11 %. Це свідчить про те, що лідери вітчизняного банківського ринку намагаються максимально використовувати залучені ресурси для найбільш ефективного функціонування мультиплікаційного ефекту. Прагнення максимального використання залучених ресурсів у межах, що дозволяють нормативи НБУ, спостерігається у всіх лідерів ринку, в чому неважко переконатися шляхом перегляду сайтів провідних вітчизняних банків.

Із балансу та звіту про фінансові результати АБ «Укоопспілка»

(додатки К, М) [137] видно, що банк не веде операцій з цінними паперами, операцій з векселями, не здійснює інвестиції в асоційовані та дочірні компанії, не імітує боргові цінні папери, не отримує кредити від Національного банку України, не капіталізує дивіденди і не має нерозподіленого прибутку.

Доходність діяльності АБ «Укоопспілка» досягається головним чином за рахунок отримання процентів від кредитування суб'єктів господарської діяльності (72 % від загальної суми доходів). Процентні витрати за депозитами складають в середньому 23 % від загальної суми витрат. Комісійні доходи за операціями з клієнтами банк отримує в основному від комісії за касове обслуговування та продаж і купівлю валюти [137]. Витрати за коштами на розрахункових рахунках клієнтів та комісійні витрати за розрахунково-касове обслуговування складають лише 2 % від загальної суми витрат. Структуру доходів та витрат АБ «Укоопспілка» зображено на рис. 3.1 та рис. 3.2.

Кредитний портфель банку (73 412 тис. грн) сформований переважно з залучених ресурсів (70 617 тис. грн); при цьому цей кредитний портфель забезпечує чистий процентний дохід у розмірі 13 208 тис. грн, що відповідає приблизно 18 % річних. Залучені ресурси потребують процентних витрат 4 151 тис. грн, що відповідає приблизно 6 % річних, котрі складаються з відсотків за користування депозитами (від 15 % до 19 % річних відповідно до тарифів банку) (додатки К, Л) та плати за залишок вільних коштів на рахунку у розмірі 1 % відповідно до тарифів банку (додаток Н). Класична банківська маржа для АБ «Укоопспілка» за 2006 р. складає $18 \% - 6 \% = 12 \%$.

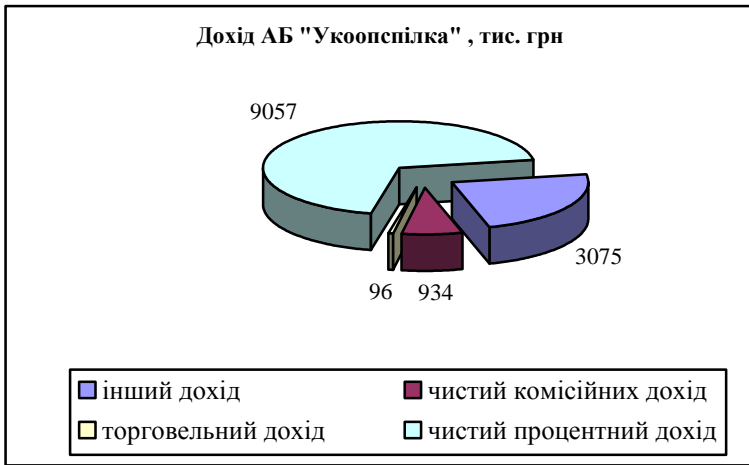


Рис. 3.1. Структура доходів АБ «Укоопспілка» у 2006 р.

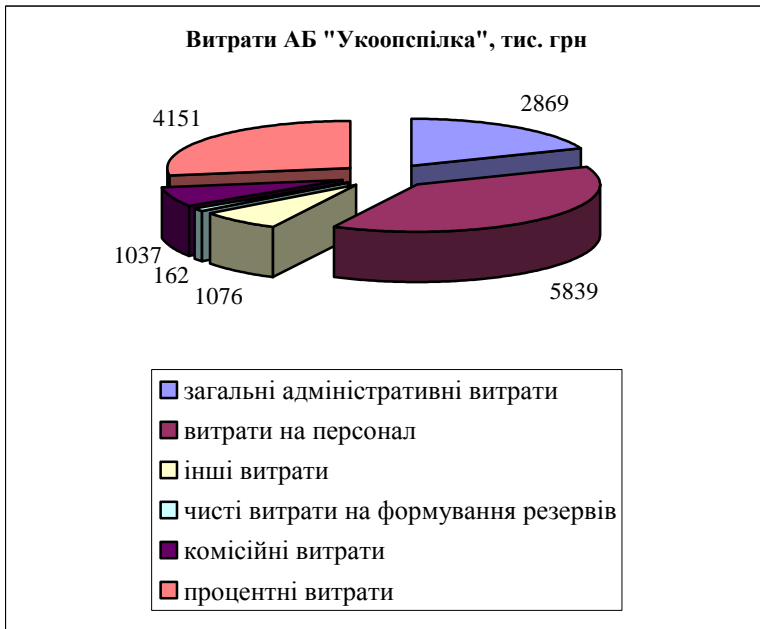


Рис. 3.2. Структура витрат АБ «Укоопспілка» у 2006 р.

Припустимо, що шляхом впровадження інтегрованих банківських послуг АБ «Укоопспілка» додатково залучить на поточні рахунки 70 000 тис. грн при сплаті за залишок вільних коштів на рахунку у розмірі, які в 6 разів перевищують діючі тарифи банку (тобто 6 % замість 1 %). Це, з одного боку, дозволить відмовитись від депозитів, які, відповідно до діючих тарифів банку, практично дорівнюють відсотковій доходності його кредитного портфеля, а з іншого – за умов збереження рівня доходності кредитного портфеля дозволить банку отримати додатковий дохід у розмірі $70\,000 \cdot (18\% - 6\%) = 8\,400$ тис. грн, що майже втричі перевищує чистий комісійний дохід банку (3 075 тис. грн). Витрати за коштами на розрахункових рахунках клієнтів та комісійні витрати за розрахунково-касове обслуговування складають лише 2 % від загальної суми витрат, що складає приблизно 200 тис. грн [137]. Це дозволяє банку повністю відмовитися від плати за обслуговування поточних рахунків, що суттєво підвищує його конкурентоспроможність на ринку банківських послуг.

Зазначений дохід не просто забезпечує додатковий прибуток, йому властиві наступні принципові риси, що дозволяють кардинально змінити продуктову політику та маркетингову стратегію банку. Найважливішими рисами зазначеного механізму отримання додаткового доходу банку є наступні:

1. Зазначений механізм дозволяє задовольнити потребу співвласників банку у якісних та дешевих банківських послугах, що повністю відповідає меті та принципам створення кооперативного банку.
2. Зазначений відсотковий дохід визначено без урахування мультиплікаційного ефекту, котрий в кілька раз підвищує ефективність впровадження інтегрованих банківських послуг.

3. Зазначений механізм дозволяє повністю відмовитись від плати за розрахунково-касове обслуговування поточних рахунків клієнтів, що перетворює банк у надзвичайно привабливого партнера, створює позитивний імідж, дозволяє залучити велику кількість додаткових клієнтів (у тому числі через втрату клієнтів конкуруючими банками), дозволяє економити значні кошти на рекламі та просуванні послуг певного банку, виконувати банку важливу соціальну функцію.

4. Отримання зазначеного відсоткового доходу може бути здійснено без зміни постійних витрат банку на загальні адміністративні витрати, котрі відповідно до структури банківських витрат (рис. 3.2) займають дуже суттєву частку у витратах банку.

5. Даний механізм дозволяє банку перетворитися з покупця ресурсів на міжбанківському ринку на їх постійного постачальника, створює можливість акумулювання кредитних ресурсів для більш об'ємних інвестиційних проектів, формувати джерела для подальшого розвитку мережі філій та регіональних представництв.

6. Банк шляхом дуже простої та зрозумілої продуктової політики, яка не потребує додаткового ліцензування, або витрат на персонал, технології, або обладнання суттєво підвищує власну конкурентоспроможність на ринку банківських продуктів.

7. Надлишок кредитних ресурсів дозволяє створити пільгові кредитні умови для співвласників кооперативного банку, що поглиблює кооперативну спрямованість та призначення банку.

Перелічені переваги впровадження інноваційних інтегрованих банківських продуктів, що є вельми важливими та актуальними для банків, котрі займають умовну середню позицію в рейтингу конку-

рентоспроможності (за даними Асоціації українських банків, рейтингових агенцій, публікацій вчених та аналітиків), до яких з певною мірою вірогідності можна віднести АБ «Укоопспілка», внаслідок їх специфічного становища на ринку банківських продуктів. Специфіка їх позиціонування на ринку полягає у тому, що великі системні банки, котрі мають розгалужену мережу регіональних представництв та філій, є конкурентоспроможними, достатньо відомими і такими, що користуються значною довірою клієнтів як наявних, так і потенційних. Такі банки, як правило, вичерпали або майже вичерпали встановлені Національним банком обмеження по розміру капіталу щодо залучення депозитів. Менш конкурентоспроможні банки, котрі є за маркетинговою класифікацією або «послідовниками», або «ніше-рами», як правило, мають (як це показано на прикладі АБ «Укоопспілка») дуже суттєвий резерв для залучення поточних та депозитних рахунків. Таке становище є недоліком або слабким місцем таких банків як АБ «Укоопспілка» при традиційних механізмах просування банківських продуктів. Водночас при виводі на ринок принципово нових інноваційних інтегрованих банківських послуг це перетворюється з недоліку банку на перевагу. АБ «Укоопспілка» може будь-якої миті шляхом зміни тарифної та відсоткової політики щодо відкриття та обслуговування поточних рахунків клієнтів у комплексі з інтенсивною рекламою та іншими засобами просування банківських послуг достатньо швидко (в лічені дні) залучити до банку значну кількість нових споживачів (у тому числі колишніх клієнтів конкуруючих банків). У той же час лідери ринку банківських продуктів позбавлені можливості впровадження такої стратегії просування. Внаслідок наступного комплексу факторів:

1. Зобов'язання лідерів ринку значною мірою сформовані депозитними вкладками, термін дії яких закінчиться в майбутньому, дія більшості депозитних договорів може бути або пролонгована за бажанням вкладника, а норматив адекватності капіталу НБУ не дозволяє лідерам здійснити суттєву експансію інтегрованих банківських послуг на ринку. Структуру зобов'язань, пов'язаних з кредитуванням АБ «Приватбанк» станом на 31.12.2007 р., зображено на рис. 3.3 [133].

2. Головна мета лідерів банківського ринку – отримання прибутку від банківської діяльності та збереження лідуючого становища на ринку, що обумовлює певний консерватизм при формуванні маркетингової стратегії та продуктової політики банку, котрий на ментальному рівні суперечить можливості відмови від отримання доходів за здійснення розрахункового обслуговування клієнтів і, тим більше, суттєвого підвищення компенсаційних відсотків за користування залишками грошей на поточних рахунках клієнтів.

3. Офісний персонал та технічні потужності великих банків, що домінують на ринку банківських послуг, зазвичай, перевантажені значною кількістю клієнтів. Впровадження інтегрованих послуг може призвести до їх збільшення в кілька разів, що, незважаючи на розгалужену мережу філій та регіональних представництв лідерів ринку, може суттєво знизити якість обслуговування наявних клієнтів.

4. Додаткові витрати банку, пов'язані з втратою доходів за обслуговування поточних рахунків та додатковим відсотковим навантаженням, можуть привести до суттєвого погіршення рентабельності банку, що не завжди може бути компенсовано за рахунок обсягів збільшення клієнтської бази.

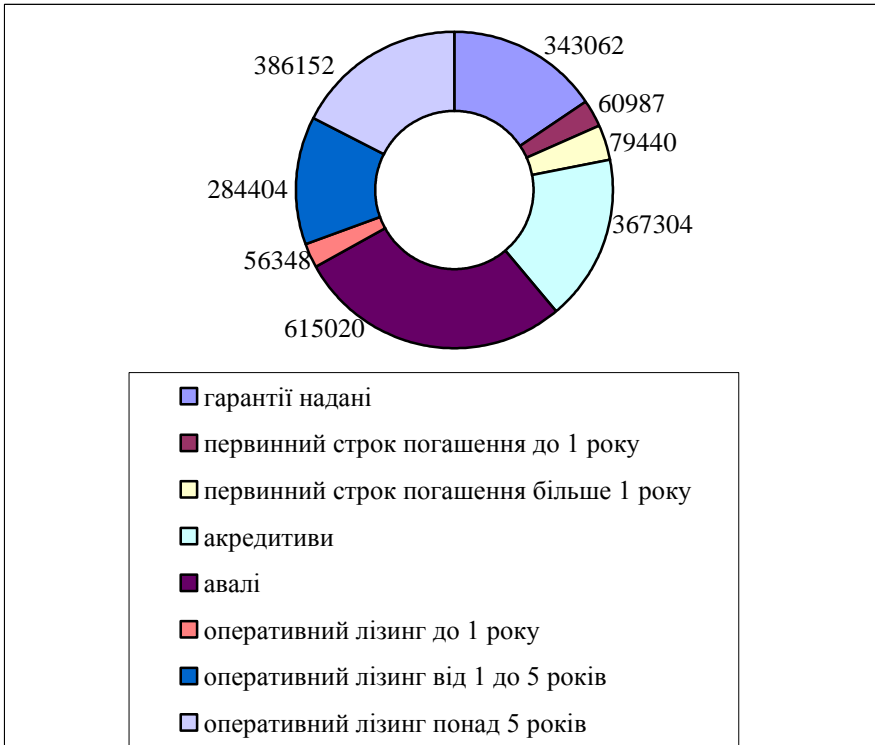


Рис. 3.3. Структура зобов'язань АБ «Приватбанк», тис. грн

Перелічені аргументи свідчать про те, що інтегровані банківські послуги найбільш актуальні для банків, що займають середнє становище у банківських рейтингах. Філософія впровадження інтегрованих банківських послуг полягає в тому, що середній банк, котрий програє у конкурентній боротьбі більш потужній банківській системі, може впровадити нову продуктову політику, котра завдяки величезній привабливості дозволить банку суттєво (в кілька разів) збільшити кількість клієнтів, що призведе до значного збільшення ресурсів, котрі внаслідок мультиплікаційного відтворення будуть багаторазово збіль-

шені і продані у вигляді кредитів, або на міжбанківському ринку. Наявність великої кількості клієнтів великих банків та теоретична потреба у залученні великої кількості нових клієнтів, що в декілька разів перевищує наявну клієнтську базу, при впровадженні інтегрованих банківських послуг ставить під сумнів можливість або значну ефективність від впровадження інтегрованих банківських послуг лідерами ринку. Застосування такої маркетингової стратегії аутсайде-рами також не дасть масштабний економічний ефект внаслідок відсутності у більшості аутсайдерів ринку банківських філій, або наявності їх незначної кількості (максимум 1–2 філії). Для банків, котрі займають серединне становище, як АБ «Укоопспілка», котрий має 10 філій та 5 відділень, впровадження інтегрованих банківських послуг дає можливість підвищити конкурентоспроможність та створює додаткові умови та стимули для подальшого розвитку філіальної мережі в Україні.

Не менш важливі інтегровані банківські послуги для АБ «Укоопспілка» є внаслідок того, що асортимент та якість банківських продуктів у лідерів ринку значно вище за аналогічні показники у банків, що займають серединне становище. Так, в асортиментному ряді банківських продуктів у багатьох банків – «претендентів» (в тому числі АБ «Укоопспілка») відсутні такі принципово важливі з точки зору банківського бізнесу продукти як: операції з векселями та цінними паперами, акредитиви, банківські гарантії, розгалужена мережа по обслуговуванню платіжних карток, трастові операції тощо. Конкурувати в асортименті та якості просування на ринок вексельних гарантій або акредитивів з лідерами ринку майже неможливо внаслідок нерівних можливостей по міжнародному визнанню таких банків,

можливостей по отриманню та моніторингу міжнародних банківських рейтингів (вартість рейтингування провідними міжнародними рейтинговими агенціями коливається від 60 до 300 тис. євро на рік). Суттєва різниця в розмірах власного та іншого капіталів банків-лідерів та банків-послідовників не дозволяє останнім вкладати значні капітали в розвиток мережі банкоматів та *pos*-терміналів для адекватного конкурентного рівня у можливостях по розвитку продуктів, пов'язаних з платіжними картками. Різниця в розмірі капіталів не дозволяє цим банкам конкурувати на зовнішніх ринках по залученню сіндицированих міжнародних кредитів. Це перетворює інтегровані банківські послуги практично на єдиний адекватний ринковий механізм, здатний підвищити конкурентоспроможність банку та перерозподілити значний сегмент ринку на користь банків-претендентів. Крім того, для кооперативних банків інтегровані послуги виступають практично єдиною можливістю задовольнити безпосередній попит у банківських послугах для пайовиків або співвласників банку.

Унаслідок наявної різниці у стартових умовах, фінансових можливостей, охоплення ринку, розвинутості регіональної мережі представництв концепція впровадження інтегрованих банківських послуг у банках-лідерах ринку та банках-претендентах буде відрізняться. Так концепція провадження інтегрованих послуг банками-претендентами (в тому числі АБ «Укоопспілка») буде наступною:

1. Установлення «нульового» тарифу на розрахунково-касове обслуговування як для нових клієнтів банку, так і для наявних. Тарифи та умови обслуговування поточних рахунків юридичних і фізичних осіб повинні бути максимально спрощеними та схожими.

2. Установлення розміру компенсації за користування банком вільних залишків на поточних рахунках клієнтів. Розмір компенсації прораховується для кожного конкретного банку, виходячи з рентабельності банківського бізнесу та маркетингової стратегії банку.

3. Активне інформування потенційних споживачів про наявність на ринку інтегрованих банківських послуг та рекламування їх переваг перед традиційними банківськими продуктами.

4. Підтримання традиційної політики на ринку депозитів під час виведення інноваційних банківських послуг на ринок і на етапі зростання та зрілості життєвого циклу товару. Поступове зменшення обсягів залучених у депозити ресурсів по мірі виводу інтегрованих банківських послуг на етап зрілості та можливою відмовою від депозитів у разі гіперактивного просування інтегрованих послуг.

5. Заміщення міжбанківських кредитів для підтримання поточної ліквідності банку-претендента ресурсами, додатково залученими на поточні рахунки. Розширення кредитного портфеля банку. Продаж надлишків ресурсів (при наявності) на міжбанківському ринку.

6. Удосконалення та продаж супутніх банківських продуктів споживачам інтегрованих банківських послуг.

7. Спрямування отриманих прибутків від впровадження інтегрованих послуг на подальший розвиток мережі регіональних представництв та філій для підсилення мультиплікаційного ефекту використання кредитних ресурсів певним банком, оволодіння новими регіональними сегментами ринку, підвищення конкурентоспроможності банку.

Концепція провадження інтегрованих послуг банками-лідерами:

1. Установлення «нульового» тарифу на розрахунково-касове обслуговування для нових клієнтів банку та встановлення режиму лояльності для наявних (поступове зменшення тарифів) при дотриманні принципу однакових умов для фізичних і юридичних осіб, що обслуговуються в банку.

2. Установлення розміру компенсації за користування банком вільних залишків на поточних рахунках клієнтів.

3. Активне інформування потенційних споживачів про наявність на ринку інтегрованих банківських послуг та рекламування їх переваг перед традиційними банківськими продуктами.

4. Повна відмова від продовження залучення депозитів банку, продовження обслуговування наявних депозитів до повного розрахунку по ним.

5. Заміщення депозитних ресурсів банку вільними залишками на поточних рахунках при проведенні політики на міжбанківському ринку відповідно до поточної ситуації та дотримання вимог Національного банку України.

6. Подальше розширення асортименту та удосконалення супутніх банківських продуктів, активне їх просування в комплексі з інтегрованими банківськими послугами.

7. Спрямування отриманих прибутків від впровадження інтегрованих послуг на подальше збільшення капіталу банку, підвищення конкурентоспроможності банку, вихід на закордонні ринки або поглинання малих банків на вітчизняному ринку, інвестиції в наукові дослідження щодо створення та впровадження більш нових та сучасних банківських продуктів.

Як ми бачимо, обидві концепції схожі кроки при різному їх

наповненню залежно від можливостей банку та їх позицію ванні на банківському ринку. Спільний алгоритм впровадження та просування інтегрованих банківських послуг зображено на рис. 3.4.



Рис. 3.4. Алгоритм впровадження і інтегрованих банківських послуг

Окрім того, до переваг впровадження інтегрованих банківських послуг належить також споживча природа надання таких послуг, котра в повній мірі відповідає меті підприємств споживчої кооперації – максимальне задоволення потреб споживачів [56; 57], у даному випадку – споживачів банківських послуг.

3.3. Інтегровані послуги як альтернатива депозитним операціям

У зв'язку з тим, що інтегровані банківські послуги виконують функцію ефективного механізму залучення ресурсів комерційного банку, доцільним є порівняльний аналіз маркетингової стратегії на даному сегменті ринку депозитних продуктів та запропонованих послуг. При цьому потрібно не тільки дослідити розмір відсотків по депозитах у різних банків, а ще й відстежити конкретну маркетингову стратегію просування депозитних продуктів на ринку. Потрібно також порівняти механізми міжбанківського ринку як альтернативне джерело для інтегрованих послуг та депозитів банку.

Специфічною особливістю просування депозитних продуктів є широкий спектр їх різновидів, тобто практично всі банки пропонують широкий асортимент депозитів. Так, Правекс-банк для фізичних осіб пропонує наступні види депозитних продуктів: Євродолар, Правекс-капітал, Правекс-стандарт плюс, для пенсіонерів, для членів клубу постійних клієнтів, у національній валюті, депозитні картки тощо. Для юридичних осіб Правекс-банк пропонує наступні види депозитних вкладів: вклад «Депозитна лінія», вклади для *VIP*-клієнтів, депозити інших банків тощо [138]. Відсоткові ставки по вкладах у Правекс-банку зображено у табл. 3.4.

Банк «Укоопспілка» пропонує наступні види депозитів: капітал, перспективний, стандарт, пенсійний [137]. Відсоткові ставки по вкладах в Банк «Укоопспілка» зображено у табл. 3.5 та 3.6. Приватбанк пропонує наступні депозитні продукти: вклад «До запитання», строковий депозит, поточний депозит, ощадний сертифікат, вклад «Підприємницький», вклад «Золотий запас», вклад «Стандарт», вклад «Комбі», вклад «Копілка», тощо [133]. Відсоткові ставки по вкладах у КБ «Приватбанк» зображено у табл. 3.7.

Таблиця 3.4

Відсоткові ставки у Правекс-банку (%)

Строки розміщення	Для сум вкладу від 10 тис. до 99 999,99 грн		Для сум вкладу більше 100 000,00 грн	
	у національній валюті України для сум вкладу більше 100 000,00 грн	у доларах США (Євро) для сум вкладу від 10 000,00 до 49 999,99 дол. США (Євро)	у національній валюті України для сум вкладу від 10 000,00 до 99 999,99 грн	у доларах США (Євро) для сум вкладу більше 50 000,00 дол. США (Євро)
від 1 дня до 1 місяця	до 5,5 %	до 7,0 % / 4,0 %	до 6,0 %	до 7,5 % / 5,0 %
2 місяці	до 7,0 %	до 7,5 % / 5,0 %	до 7,5 %	до 8,0 % / 6,0%
3 місяці	до 11,5 %	до 9,0 % / 6,5 %	до 12,0 %	до 9,5 % / 7,0%
6 місяців	до 12,5 %	до 9,5 % / 7,5 %	до 13,0 %	до 10,0 % / 8,0 %
9 місяців	до 13,5 %	до 10,0 % / 8,0 %	до 14,0 %	до 10,5 % / 8,5 %
12 місяців	до 14,5 %	до 10,5 % / 8,5 %	до 15,0 %	до 11,0 % / 9,0 %
15 місяців	до 14,7 %	до 10,5 % / 8,5 %	до 15,2 %	до 11,0 % / 9,0 %
18 місяців	до 14,8 %	до 10,5 % / 8,5 %	до 15,3 %	до 11,0 % / 9,0 %
24 місяця	до 15,0 %	до 10,5 % / 8,5 %	до 15,5 %	до 11,0 % / 9,0 %

Таблиця 3.5

Відсоткові ставки по депозитних вкладах юридичних осіб АБ «Укоопспілка»

Термін	Сума	Тариф
В іноземній валюті		
30–60 днів	від 10 000 USD до 50 000 USD	2 % річних
	від 50 001 USD до 100 000 USD	2,3 % річних
	вище 100 000 USD	2,5 % річних
61–90 днів	від 10 000 USD до 50 000 USD	3 % річних
	від 50 001 USD до 100 000 USD	3,5 % річних
	вище 100 000 USD	4 % річних
91–180 днів	від 10 000 USD до 50 000 USD	5 % річних
	від 50 001 USD до 100 000 USD	5,5 % річних
	вище 100 000 USD	5,8 % річних

Продовж. табл. 3.5

Термін	Сума	Тариф
181–270 днів	від 10 000 USD до 50 000 USD від 50 001 USD до 100 000 USD вище 100 000 USD	6 % річних 6,3 % річних 6,5 % річних
271–366 днів	від 10 000 USD до 50 000 USD від 50 001 USD до 100 000 USD вище 100 000 USD	6,7 % річних 6,9 % річних 7 % річних
У національній валюті		
30–90 днів	від 50 000 грн до 500 000 грн від 500 001 грн до 1 000 000 грн вище 1 000 000 грн	15 % річних 17 % річних 18 % річних
91–366 днів	від 50 000 грн до 500 000 грн від 500 001 грн до 1 000 000 грн вище 1 000 000 грн	16 % річних 18 % річних 19 % річних
більше 366 днів	Незалежно від суми	19 % річних

Таблиця 3.6

**Тарифи по депозитних вкладах
фізичних осіб АБ «Укоопспілка»**

Назва вkladу	Строк	% ставка		Сплата відсотків	Поповлення вkladу та особливості
		грн	долар		
Капітал	12 міс. та 3 дні	16,1	9	в кінці строку	мінімальна сума вkladу 2 000 грн або 500 доларів
	9 міс.	до 22	–		
	6 міс.	до 21	8		
	3 міс.	13	7		
Перспективний	12 міс. та 3 дні	14,5	9	щоквартально	
	9 міс.	14	8,5		
Стандарт	12 міс. та 3 дні	14	8,5	щомісячно	
	9 міс.	13,5	8		
Пенсійний	12 міс. та 3 дні	15	9	щомісячно	при наявності пенсійної книжки

Таблиця 3.7

Тарифи Приватбанку по вкладах у гривні

Вид вкладу	Строк вкладу	Відсоткова ставка, базовий %	Бонус за активацію договору по телефону
Вклад «Стандарт» на 3 місяці**	3 місяці	11,75 % річних	+ 0,25 % річних
Вклад «Стандарт» з щомісячною виплатою відсотків**	3 місяці	11,25 % річних	+0,25% річних
Вклад «Стандарт» на 6 місяців**	6 місяців	12,25 % річних	+ 0,25 % річних
Вклад «Стандарт» з щомісячною виплатою відсотків**	6 місяців	12,0 % річних	+ 0,25 % річних
Вклад «Комбі»	6 місяців	11,75 % річних	+ 0,25 % річних
Вклад «Копилка»**	6 місяців	12,0 % річних	+ 0,25 % річних
Пенсійний накопичувальний**	6 місяців	12,75 % річних	нема
Вклад «Стандарт» на 9 місяців**	9 місяців	12,2 % річних	+ 0,3 % річних
Вклад «Стандарт» на 12 місяців**	12 місяців	14,00 % річних + купон	+ 0,5 % річних
Вклад «Стандарт» на 12 місяців (Ощадбанк)**	12 місяців	15,50 % річних	+ 0,5 % річних
Вклад «Стандарт» з щомісячною виплатою відсотків**	12 місяців	13,5 % річних + купон	+ 0,5 % річних
Вклад «Стандарт» з щомісячною виплатою відсотків (Ощадбанк)**	12 місяців	15,0 % річних	+ 0,5 % річних
Вклад «Комбі»	12 місяців	13,25 % річних + купон	+ 0,5 % річних
Вклад «Копилка»**	12 місяців	13,75 % річних	+ 0,5 % річних
Приватвклад**	12 місяців	6,0 % річних	+ 0,5 % річних

Продовж. табл. 3.7

Вид вкладу	Строк вкладу	Відсоткова ставка, базовий %	Бонус за активацію договору по телефону
До запитання**	12 місяців	1,00 % річних	+ 0,5 % річних
Пенсійний накопичувальний**	12 місяців	14,75 % річних	немає
Строковий пенсійний**	12 місяців	14,25 % річних + купон	немає
Строковий пенсійний (Ощадбанк)**	12 місяців	16,0 % річних	немає
Вклад «Копилка дітям»**	12 місяців	13,75 % річних	+ 0,5 % річних
Депозит <i>VIP</i>	12 місяців	14,00 % річних	+ 0,5 % річних
Вклад «Підприємницький»	3 місяці	11,75 % річних	немає
Вклад «Підприємницький»	6 місяців	12,25 % річних	немає
Вклад «Підприємницький»	12 місяців	14,00 % річних	немає

Примітка.

* Мінімальна сума вкладу 1 000 грн (з 10.01.07 р.).

** Для вкладів в «Комбі» – 1 500 грн.

Для вкладів «Копилка», «Пенсійний накопичувальний» – 10 грн.

ВАТ «Укрексімбанк» пропонує наступні види вкладів: класичний прибутковий, накопичувальний, ощадний, депозити у банківських металах тощо. ОАО «Морський транспортний банк» пропонує наступні види вкладів: строковий, морський, накопичувальний, інвестиційний, ощадний, пенсійний, вклад «повноліття», капітал плюс, комфортний, поточний, тощо [130]. Відсотки по вкладам Морського транспортного банку зображено у табл. 3.8 [130]. Тарифи по депозитах АБ «Полтава-банк» наведено у додатку П.

Таблиця 3.8

Ставки залучення депозитів фізичних осіб ЗАТ «Морський Транспортний Банк»

Назва вкладу		Національна валюта				Дол. США				Євро			
		3–6 міс. (92– 182 дн.)	6–12 міс. (183– 365 дн.)	12–18 міс. (367– 540 дн.)	біль- ше 18 міс. (540 дн.)	3–6 міс. (92– 182 дн.)	6–12 міс. (183– 365 дн.)	12–18 міс. (367– 540 дн.)	біль- ше 18 міс. (540 дн.)	3–6 міс. (92– 182 дн.)	6–12 міс. (183– 365 дн.)	12–18 міс. (367– 540 дн.)	біль- ше 18 міс. (540 дн.)
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
«Строковий» (базові умови) %	щомісячно	9,0	11,5	13,0	14	7,5	8,8	9,3	10,0	7,0	7,5	8,0	8
	у кінці строку	9,2	12,1	13,8	15	7,5	9,1	9,7	10,7	7,2	7,8	8,4	8,4
«Морський», %	щомісячно	–	–	–	–	7	8,3	8,8	9,5	6,5	7,0	7,5	7,5
	у кінці строку	–	–	–	–	7	8,6	9,2	10,1	6,7	7,3	7,9	7,9
«Інвестиційний», %	щомісячно	8,0	10,5	12,0	13	–	–	–	–	–	–	–	–
	у кінці строку	8,17	11,0	12,7	14	–	–	–	–	–	–	–	–
«Накопичувальний», %	щомісячно	8,0	10,5	12,0	13	7	8,3	8,8	9,5	6,5	7,0	7,5	7,5
	у кінці строку	8,17	11,0	12,7	14	7	8,6	9,2	10,1	6,7	7,3	7,9	7,9

Продовж. табл. 3.8

1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Поточний вклад, %	щомісячно	7–30 днів 3,0 % від 30 днів 4,0 %				7–30 днів 2,0 % від 30 днів 3,0 %				7–30 днів 1,7 % від 30 днів 2,5 %			
«Повноліття», %	щомісячно	–	–	–	14	–	–	–	10,0	–	–	–	8
	у кінці строку	–	–	–	15	–	–	–	10,7	–	–	–	8,4
Ощадний, %	у кінці строку	–	–	13,8	15	–	–	9,7	10,7	–	–	8,4	8,4
Вклад «Пенсійний»	щомісячно	9,5	12,0	13,5	14	–	–	–	–	–	–	–	–
	у кінці строку	9,7	12,7	14,3	15	–	–	–	–	–	–	–	–
Капітал +, %	щомісячно	Базові ставки по строкам відповідно, ставки по санкціонованому овердрафту 24 % – у гривні, 16 – у доларах США (Євро)											
«Комфортний», %	у кінці строку	–	–	7,5	–	–	–	4,0	–	–	–	3,0	–
«Строковий» нерезиденти, %	щомісячно	–	–	–	–	6,0	6,0	6,0	6,0	–	–	–	–
	у кінці строку	–	–	–	–	6,0	6,2	6,3	6,4	–	–	–	–

Спільними для зазначених банків та переважної більшості комерційних банків України при просуванні депозитних продуктів є наступні риси:

- у маркетинговій стратегії банку при просуванні депозитних продуктів зроблено наголос на асортименті вкладів;
- маркетингову стратегію банків спрямовано на залучення «довгих ресурсів», тобто депозитні ставки по вкладах збільшуються одночасно зі збільшенням терміну вкладу;
- значна частка депозитів формується в іноземній валюті;
- відповідальні працівники майже усіх банків не володіють всім асортиментом наявних депозитів банку та умовами їх впровадження і практично не обізнані про умови просування депозитних продуктів конкурентів;
- маркетингові стратегії банків при просуванні депозитних продуктів відрізняються в залежності від юридичного статусу клієнта. Практично усіма банками розроблені окремі стратегії для юридичних та фізичних осіб.
- маркетингова стратегія просування депозитних продуктів не прив'язана до відповідної стратегії по просуванню розрахункових банківських послуг та інших банківських продуктів;
- депозити інших комерційних банків не розглядаються банками-позичальниками як альтернативний механізм залучення ресурсів і використовуються як механізм підтримання поточної ліквідності банку на «пожежний» випадок.

Інтегровані банківські послуги мають суттєву перевагу для клієнта банку, держави, банківської системи та самого банку при формуванні залучених ресурсів банку. Водночас масштабне впровадження інтегро-

ваних банківських продуктів, котре замінить велику долю депозитних ресурсів (або здійснить їх повну заміну) при формуванні банківських позик, може бути здійснено виключно за умов ефективного функціонування ринку міжбанківських кредитів. Інтегровані банківські послуги дозволяють, з одного боку, залучити великі ресурси під відсотки, які значно менші розміру звичайних депозитних відсотків, а з іншого – суттєво збільшують вірогідність щоденних коливань ресурсів та їх непередбачуваність при розробці маркетингової стратегії банку при просуванні кредитних продуктів. Іншими словами, при впровадженні інтегрованих послуг зменшення вартості ресурсів банку відбувається за рахунок збільшення їх непередбачуваності.

Тому при використанні традиційної маркетингової стратегії банки згодні виплачувати підвищений відсоток при залученні більш великих ресурсів для забезпечення їх передбачуваності та прогнозованості.

Виходячи з того, що у випадку зменшення поточних ресурсів на рахунках клієнтів банку, що впровадив інтегровані послуги, одночасно відбувається збільшення залишків на поточних рахунках інших банків. Це дозволяє залучити ті самі розміри тимчасово «втрачених» ресурсів шляхом їх запозичення на міжбанківському ринку. Зворотна тенденція буде спостерігатися при тимчасовому формуванні сумарних залишків на поточних рахунках клієнтів банку у значно більшому розмірі, ніж середньозважені показники таких залишків. При цьому розмір надлишкових ресурсів, котрий банк продає на міжбанківському ринку, та доходи від продажу можуть бути направлені на покриття збитків на покупку недостатніх ресурсів для здійснення поточних розрахунків клієнтів. Головне для банку – передбачити коливання ресурсів на поточних рахунках своїх клієнтів. Але, за будь-яких умов,

при збільшенні кількості клієнтів та обігу коштів на їх поточних рахунках та суттєвих коливань зазначених сум середньозважений розмір дешевих ресурсів банку безумовно збільшиться. Маркетингова стратегія банку по впровадженню інтегрованих послуг значною мірою буде залежати від розрахунку ефективної відсоткової політики. Зазначена відсоткова політика обов'язково повинна враховувати тенденції ринку міжбанківських кредитів.

Тому прогнозування коливань поточних ресурсів та ефективна робота на міжбанківському ринку кредитних ресурсів при впровадженні інтегрованих банківських послуг виступають головною передумовою їх впровадження. Розмір середньої відсоткової ставки на міжбанківському ринку у березні, за даними НБУ, подано у табл. 3.9 [131]. Відсоткові ставки по банківським депозитам за даними НБУ подано у табл. 3.10 [131].

Таблиця 3.9

Основні показники стану міжбанківського ринку за березень 2008 р.

Дата	Загальний обсяг надання кредитних ресурсів, млн грн	Середньозважена відсоткова ставка, %	
		усього	у т. ч. за операціями овернайт
03	4127,6	8,5	8,3
04	4243,0	6,8	6,4
05	4558,1	5,2	4,8
06	5169,1	5,4	5,0
07	4941,8	8,5	8,3
11	5694,3	9,7	9,9
12	6136,5	15,7	15,6
13	4563,4	18,1	18,5
14	4901,4	17,9	17,6
17	5099,3	19,0	19,3
18	5204,0	18,8	18,9
19	5518,7	17,3	17,3
20	4615,4	16,6	16,4

Одним із недоліків просування традиційних депозитних продуктів банків є той факт, що навіть простий перелік усіх видів вкладів, існуючих у банку, та умов їх надання займає забагато часу при спілкуванні працівника банку з клієнтом. Як свідчить практика спілкування з відповідальними працівниками банків, співробітники банку не завжди вільно володіють всіма умовами при оформленні депозитів внаслідок їх значної кількості. Тим більше вони не володіють маркетинговою стратегією конкурентів та перевагами банківських продуктів свого банку. В окремих випадках працівники банку можуть пояснити переваги одного депозитного вкладу над іншим, що надаються в їх банку. Клієнту важко зорієнтуватися у безлічі депозитних продуктів різних банків і він може прийняти рішення на підставі випадкових обставин (включно і відмову від оформлення банківського вкладу), що не пов'язані з маркетинговою стратегією банку та ефективністю рекламної діяльності.

Таблиця 3.10

**Середньозважені ставки в річному обчисленні,
за строковими депозитами фізичних осіб у 2007 р., %**

Період	Інтегральна	У т. ч.:	
		у національній валюті	в іноземній валюті
січень	10,6	13,6	7,9
лютий	10,9	13,6	8,5
березень	10,8	13,5	8,4
квітень	10,7	13,6	8,4
травень	10,9	13,7	8,6
червень	10,8	13,4	8,5
липень	10,8	13,4	8,4
серпень	10,9	13,4	8,5
вересень	11,0	13,4	8,5
жовтень	11,2	13,5	8,7
листопад	11,3	13,6	8,7

Перехід до інтегрованих банківських послуг можливий за умов зміни сегментування ринку банківських послуг. Як видно з аналізу ринку депозитів, банки здійснюють окрему тарифну політику та різні умови залучення депозитів для юридичних та фізичних осіб. Доцільним є сегментування ринку в залежності від розміру залученого капіталу замість суб'єкта його залучення. Для банку доцільним є створення рівних умов для всіх типів клієнтів. Різницю можуть скласти умови по залученню клієнтів відповідно до розміру їх ресурсів. Треба відмітити, що окремі банки частково вже почали впровадження зазначеної стратегії. Так Приватбанк впровадив індивідуальне обслуговування *VIP*-клієнтів [133], Правекс-банк впроваджує окремі тарифи для постійних клієнтів тощо [138].

Упровадження інтегрованих банківських послуг, окрім спрощення процедури оформлення вкладу, створення умов для обслуговування значно більшої кількості клієнтів, ніж при традиційних банківських продуктах виконує важливе завдання по зміцненню курсу національної валюти України. Це надає інтегрованим банківським послугам важливу суспільну функцію, значущість якої важко переоцінити. В асортименті банківських депозитів значне місце займають вклади в іноземній валюті. Для обслуговування валютного боргу комерційні банки вимушені певну частку своїх резервів зберігати в іноземній валюті та витримувати відповідну валютну позицію. Крім того, власники депозитних рахунків при придбанні валюти для оформлення вкладу створюють відповідний попит на неї. При впровадженні інтегрованих послуг переважна більшість клієнтів обере відкриття поточних рахунків у національній валюті України. Це об'єктивно

відбудеться внаслідок того, що для здійснення поточних розрахунків в межах України відповідно до діючого законодавства клієнт повинен відкривати поточний рахунок у гривні. Перехід клієнтів від традиційних банківських продуктів до інтегрованих послуг призведе до переформатування кон'юнктури ринку на користь гривні, що сприятиме її зміцненню.

Найбільш суттєвими перевагами для клієнтів банку інтегрованих банківських послуг у порівнянні з традиційними депозитними вкладами є наступні:

- можливість користування грошима будь-якої миті при збереженні розміру відсотків;
- додаткова гарантія по збереженню грошей, котра складається у можливості забрати гроші при зниженні довіри клієнта до банку;
- створення простої і зрозумілої схеми заощаджень;
- можливість використання сучасних технологій доступу до вкладу при обслуговуванні поточних рахунків;
- зрівняння умов обслуговування юридичних та фізичних осіб.

Найбільш суттєвими перевагами для суспільства при використанні інтегрованих банківських послуг у порівнянні з традиційними депозитами є наступні:

- посилення конкуренції та підвищення конкурентоспроможності комерційних банків та банківської системи;
- зміцнення національної валюти України;
- залучення додаткових ресурсів до банківської системи;
- підвищення соціальних стандартів внаслідок більш якісного задоволення потреб споживачів банківських продуктів (соціальна функція).

Аналіз відсотків, що сплачують банки Полтавщини по залишкам на поточних рахунках клієнтів, подано в табл. 3.11.

Таблиця 3.11

**Виплати банків Полтавщини за користування
коштами клієнтів на поточних рахунках**

Назва банку	Річна відсоткова ставка для фізичних осіб	Річна відсоткова ставка для юридичних осіб
ЗАТ КБ «Приват-Банк»	0	1
ВАТ «Райффайзен банк-Аваль»	0	0,01–1,5
АКБ соціального розвитку «Укрсоцбанк»	0	0
ЗАТ «Промінвестбанк»	0	0
АКІБ «Укрсиббанк»	0	1,5
ВАТ «Державний експортно-імпорتنний банк України»	0–2	2
АБ «Полтава-банк»	0,5	0,1
АКБ «Правекс-банк»	0	0,5
АТ «Індекс-банк»	0	1
ВАТ «Сведбанк»	0,5	0,01–4
ПУМБ	0,2	0
АБ «Діамант-банк»	0,3	0,3
«Надра»	1-2	2

Із даних табл. 3.11 видно, що при формуванні маркетингової стратегії просування банківських послуг по розрахунковому обслуговуванню поточних рахунків клієнтів банки повторюють ту ж стратегію і ті ж самі помилки, як і при стратегії просування депозитних продуктів. Так, банки застосовують різні тарифи для юридичних та фізичних осіб, проводять незрозумілу для клієнта політику щодо розміру відсотків за користування вільними залишками; відсотки по поточних рахунках не прив'язані до розміру ресурсів на поточному рахунку клієнта; спостерігається великий розрив у розмірі відсоткових

ставок (від 0 % до 4 %); відсоткова політика по поточних рахунках не прив'язана до місії та мети банку тощо.

Окремий інтерес представляє тариф по депозитному вкладу «Поточний» (табл. 3.8). Даний вид вкладу дозволяє знімати та поповнювати суму вкладу в будь-який час. Відсотки по такому вкладу практично дорівнюють відсоткам по користуванню вільними коштами на поточних рахунках клієнтів. Єдина різниця поточного депозиту від інтегрованого банківського рахунку полягає у тому, що з даного рахунку клієнт не може здійснювати розрахункові платежі і отримувати на нього платежі від інших контрагентів. Водночас існування такого роду рахунків формує передумови для виникнення інтегрованих послуг, засвідчує їх економічну доцільність та підкреслює їх логічне походження із депозитних рахунків. Схожа ситуація спостерігається у Правекс-банку. Плата по депозиту менше місяця складає 5,5 % річних (табл. 3.4), що також майже дорівнює платі банків Полтавщини за залишки на поточних рахунках (табл. 3.11). Одночасно для сум більше 100 000 гривень за той же строк депозиту Правекс-банк встановив плату у розмірі 6 % річних, тобто тарифний план Правекс-банку спрямований на стимулювання збільшення розміру залучених ресурсів. При впровадженні інтегрованих послуг таке збільшення може відбутися у настільки великих розмірах, що виникне потреба заміщення депозитних продуктів залишками на поточних рахунках. Тому встановлення розміру компенсації за кошти на поточному рахунку приблизно на 7–8 % може повністю замінити більш дорогі депозити.

Цікавим є те, що розмір компенсації по поточним рахункам окремих банків досягає 3–4 %; у той же час окремі значення за

операціями овернайт при міжбанківському кредитуванні в табл. 3.10 дорівнюють 5–8 %. Це свідчить про те, що граничні піки коливань відсоткових ставок по міжбанківським кредитам та виплат по поточним рахункам при традиційній маркетинговій стратегії в окремі дати дуже приближаються один до одного і теоретично можуть бути заміщені майже без відчуття економічних втрат для банку. Але в інші періоди розрив сягає більш значних обсягів.

Але якщо порівняти середньозважені інтегральні ставки в річному обчисленні за строковими депозитами фізичних осіб у 2007 р. (табл. 3.10) та середньозважені показники міжбанківського ринку за березень 2008 р. (табл. 3.9), то можна зробити висновок про те, що зазначені механізми формування залучених ресурсів банку є взаємо заміщуваними. Так, середня ставка на міжбанківському ринку дорівнювала 12,9 %, а середня інтегральна ставка по депозитах дорівнювала 10 %, і яка, в свою чергу, підвищилася до березня 2008 р. і практично зрівнялася з міжбанківською. Розбіжність в 2 % є несуттєвою, тому що навіть розбіжність у відсотках по поточних рахунках при традиційному банківському обслуговуванні складає 4 % (табл. 3.11). Якщо врахувати те, що для акумулювання великого розміру ресурсів на поточних рахунках потрібно утримувати значно більшу кількість персоналу і відповідні приміщення, ніж для оформлення позики на міжбанківському ринку, то за рахунок того, що постійні витрати, що складають собівартість банківських послуг, при міжбанківських позиках вищі, то можна стверджувати про рівнозначну економічну цінність як механізмів залучення ресурсів через депозитні ресурси, так і та через міжбанківське кредитування.

У той же час при впровадженні інтегрованих банківських послуг буде спостерігатися тенденція по заміщенню депозитів ресурсами на поточних рахунках. Це призведе до зменшення відсоткової ставки на міжбанківському ринку та збільшенню відсотків по депозитах. Це відбудеться внаслідок того, що пропозиція грошей на міжбанківському ринку зросте внаслідок більш ефективного функціонування мультиплікаційних процесів і більшого залучення грошей, що обертаються поза банківською системою. Збільшення пропозиції призведе до падіння відсотків на міжбанківському ринку. Одночасно зменшиться попит на депозитні продукти з боку банкірів, а клієнти здатні будуть класти гроші в депозит при відсотках значно більших, ніж по інтегрованих послугах. Як наслідок, це призведе до виведення депозитних ресурсів з міжбанківського ринку, котрий буде виконувати переважно свою головну функцію – забезпечення поточної ліквідності комерційних банків та вирівнювання коливань щоденних залишків на поточних рахунках банківських клієнтів. Міжбанківський ринок з ринку капіталу перетвориться на додатковий інструмент просування банківських послуг по розрахунковому обслуговуванню клієнтів. З цього можна зробити висновок про те, що маркетингова стратегія просування інтегрованих банківських послуг здатна суттєво вплинути на формування процесів суспільного нагромадження та на ринок міжбанківських кредитів. Характерною особливістю такого впливу буде все більший відхід від ринку капіталу та подальший розвиток послуг банків (перш за все – розрахункових), більш повного задоволення споживачів банківських послуг при формуванні механізму суспільного нагромадження, все більшої участі в механізмах

нагромадження на капіталів суб'єктів господарювання та населення, а саме – банківських механізмів використання грошової маси. Саме ефективність таких механізмів і виступає запорукою і основою суспільного нагромадження замість акумулюючої функції банківській системи, котра просто сумує нагромадження її клієнтів та використовує для власного прибутку при традиційних послугах. При інтегрованих послугах суспільство користується банківськими механізмами разом із самими банками. Банківська конкуренція при цьому регулює суспільну частку в цих механізмах ринковими методами.

РОЗДІЛ 4. ІМІТАЦІЙНА МОДЕЛЬ ОПТИМІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ ПРИ ЗАСТОСУВАННІ ІНТЕГРОВАНИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

4.1. Концепція і обґрунтування імітаційної моделі оптимізації структури банківських ресурсів при застосуванні інтегрованих послуг

Для розрахунку ефекту та ефективності від впровадження та використання інтегрованих банківських послуг доцільним є побудова імітаційної моделі, котра здатна наочно відобразити взаємозв'язки між змінами в структурі пасивів комерційного банку, розміром залучених ресурсів, доходністю банківської діяльності, розміром відсотків по банківським кредитам тощо. Дана модель може не тільки довести переваги інтегрованих банківських послуг для підвищення конкурентоспроможності банківської системи, але може бути використана у практичній діяльності банку при формуванні та реалізації маркетингової стратегії комерційного банку на ринку банківських продуктів.

Головна мета імітаційної моделі – побудувати математичну залежність розміру ресурсів, залучених через інтегровані банківські послуги і розмір компенсації клієнтам за споживання цих послуг та відсотковою ставкою по кредитах певного комерційного банку, тобто розкрити залежність між корисністю інтегрованих послуг для клієнта і конкурентоспроможністю кредитних продуктів комерційного банку. Алгоритм зв'язків та впливу інтегрованих послуг на конкурентоспроможність комерційного банку показано на рис. 4.1. Імітаційна модель призна-

чена розкривати кількісні показники запропонованого алгоритму, показувати, як зміниться привабливість використання інтегрованих послуг при зміні кількісного виміру одного або кількох факторів, що впливають на них та формують зазначені залежності. Крім того, модель повинна висвітлювати основні залежності та взаємозв'язки, що виникають в процесі впровадження та використання інтегрованих банківських послуг із урахуванням мультиплікаційного ефекту.



Рис. 4.1. Алгоритм зв'язків та впливу інтегрованих послуг на конкурентоспроможність комерційного банку

Для формування та побудови даної імітаційної моделі визначимо її

основні параметри та концептуальні підходи до її основних залежностей. Основними джерелами ресурсів комерційного банку є: власні кошти банку, депозити (на перехідний період – до закінчення терміну депозитного вкладу) та залишки на поточних рахунках клієнтів, тому можна сформуванати ряд показників та величин їх виміру для використання у розрахунках:

DO – розмір залучених ресурсів на банківські депозити, грн;

DI – розмір залучених ресурсів на поточні рахунки клієнтів при використанні інтегрованих послуг, грн;

VDO – витрати на обслуговування наявних у банку депозитів, грн;

VDI – витрати банку на обслуговування поточних рахунків, грн;

ZDV – загальний розмір витрат на залучення ресурсів банку, грн;

ZVR – загальна вартість ресурсів комерційного банку, % річних;

PDO – розмір відсотків по депозитних вкладах, % річних;

PDI – розмір відсотків по поточним рахункам (розмір компенсації для споживачів інтегрованих послуг), % річних;

T – термін використання депозитів, поточних послуг тощо, років;

j – *j*-ий залучений банком депозит, од.;

n – кількість залучених банком депозитів, кількість клієнтів, од.;

k – *k*-й клієнт, що користується інтегрованими послугами, осіб;

PP – запланований (бажаний) дохід власників банку, грн;

VK – розмір власного капіталу банку, грн;

AD – доля депозитів у пасиві балансу комерційного банку, %;

AI – доля залишків на поточних рахунках банку у пасиві балансу, %;

APV – частка запланованих (бажаних) доходів власників банку, %.

SR – облікова ставка Національного банку України, % річних;

MD – депозити, залучені від інших банків, грн;

IP – інші пасиви, грн;

VP – витрати на просування банківських продуктів, грн;

SB – сальдо балансу комерційного банку, грн.

Розкриємо основні залежності та пропорції, що виникають при залученні ресурсів комерційного банку. При розрахунку основних факторів та зв'язків, що охоплюють структуру та механізми формування залучених ресурсів (пасивних операцій банку), треба враховувати вартість і структуру наданих банком кредитів (активних операцій), тобто їх треба відокремлювати при розрахунках, міжбанківські кредити як ті, що залучені банком, так і надані. Як свідчить аналіз даних офіційних сайтів комерційних банків, частка міжбанківських кредитів в ресурсній складовій незначна. Так, станом на 31.12.2006 р. АБ «Укоопспілка» надав міжбанківських кредитів на суму 3 223 тис. грн, що складає 4,6 % від загальної кількості активів; у той же час залучені кредити АБ «Укоопспілка» в балансі відсутні (додаток К). Лідер банківського ринку – КБ «Приватбанк» – на 31.01.2008 р. мав виданих міжбанківських кредитів на суму 4 749 180 032,60 грн, що становить 8,2 % від загальних активів балансу. Розмір залучених кредитів на ту ж дату склав 6 020 339 464,93 грн, тобто різниця між залученими та наданими міжбанківськими кредитами склала 1 271 159 432,33 грн, що відповідає 2,2 % від валюти балансу КБ «Приватбанк» (додаток Л). Аналогічні пропорції спостерігаються і при аналізі балансів інших комерційних банків.

Незважаючи на невеликий розмір міжбанківських кредитів в

загальному обсягу ресурсів банку, при впровадженні інтегрованих послуг їх пропорція може суттєво змінитись. Банк, що впровадить інтегровані послуги, буде все менше залучати ресурси на міжбанківському ринку та все більше продавати. Це не тільки приведе до зміни результатів діяльності банку, але і змінить тенденції попиту та пропозиції на міжбанківському ринку і, як наслідок вартість міжбанківських кредитів, що посилить ефект від впровадження інтегрованих послуг. При побудові імітаційної моделі не будемо враховувати вартість міжбанківських кредитів, тому, як зазначено вище, переважна більшість кредитів, наданих іншим банкам, компенсує депозити, залучені на міжбанківському ринку.

Концепція запропонованої імітаційної моделі не передбачає побудову розрахункового механізму для прорахування всіх факторів, що впливають на формування ресурсів та банківську діяльність. Ми ставимо за мету побудову моделі, яка наглядно продемонструє закономірності та конкурентні переваги впровадження і використання інтегрованих банківських послуг. Ми переконані, що запропонована модель може і повинна бути перероблена і адаптована під кожний окремий комерційний банк відповідно до наявних маркетингових стратегій, мети та місії банку, побажань його власників тощо. Так, наприклад, у моделі не враховано резервування ресурсів під банківські гарантії, котрі можуть суттєво вплинути на результати банківської діяльності. Внаслідок того, що банківські гарантії є важливою, але не дуже розповсюдженою банківською послугою, ми не відокремлювали цей чинник у нашій моделі. Специфіка надання банківських гарантій (особливо для суб'єктів зовнішньоекономічної

діяльності) потребує окремого і дуже серйозного дослідження, яке ми плануємо здійснити в майбутньому.

Орієнтація імітаційної моделі на зв'язок інтегрованих банківських послуг із вартістю кредитів комерційного банку обумовлює і відсутність врахування економічних нормативів Національного банку України, що регулюють банківську діяльність, норматив мінімального розміру регулятивного капіталу (Н1), норматив адекватності регулятивного капіталу (Н2), норматив адекватності основного капіталу (Н3), норматив миттєвої ліквідності (Н4) тощо. Це пов'язано також з тим, що переважна більшість первинних даних для імітаційної моделі береться з балансів комерційних банків, котрі вже враховують вимоги нормативів НБУ. Разом з тим удосконалення запропонованої моделі шляхом врахування економічних нормативів можливо і в деяких випадках є доцільним.

Розглянемо взаємозв'язки імітаційної моделі, які характеризують пасивні операції комерційного банку. Витрати на обслуговування депозитного вкладу визначаються за формулою (4.1):

$$VDO = DO \cdot PDO \cdot T. \quad (4.1)$$

Ураховуючи те, що банки зазвичай залучають велику кількість депозитів на різні терміни та під різні відсотки, витрати на обслуговування депозитних вкладів доцільно рахувати за формулою (4.2):

$$VDO = \sum_{j=1}^n DO_j \cdot PDO_j \cdot T_j. \quad (4.2)$$

Аналогічно попередній формулі, визначаються витрати банку на обслуговування поточних рахунків, залучених завдяки інтегрованим банківським послугам (формула 4.3). При цьому у зазначених раніше прикладах ми розглядали розмір PDI на рівні 50 % від облікової ставки НБУ (SR), а T при обрахуванні витрат банку за поточними рахунками має дорівнювати 1, тобто одній банківській добі тому, що банк не знає, чи буде його клієнт користуватися поточним рахунком та інтегрованими послугами наступного банківського дня. Головним показником у формулі (4.3) стає розмір компенсації за користування коштами клієнта на поточному рахунку. Зазначені витрати розраховуються як інтегрований показник з урахуванням кількості клієнтів, що користуються поточними рахунками. Незважаючи на те, що раніше ми згадували єдиний розмір компенсації по інтегрованих послугам, у даній формулі допускається можливість застосування різного розміру процентів для різних клієнтів внаслідок диференційованого ставлення до клієнтів з різним розміром оборотів по рахунку або наявності додаткового стимулювання для постійних клієнтів у залежності від певної маркетингової стратегії комерційного банку:

$$VDI = \sum_{k=1}^n DI_k \cdot PDI_k \cdot T_k = \sum_{k=1}^n DI_k \cdot PDI_k. \quad (4.3)$$

Загальний розмір витрат на обслуговування залучення ресурсів банку визначається за формулами (4.4) або (4.5):

$$ZDV = VDO + VDI + PP + VP. \quad (4.4)$$

Загальний розмір витрат на обслуговування залучених ресурсів банку може також бути визначеним за формулою (4.5). При цьому дохід власників банку заплановано в розмірі облікової ставки НБУ ($PP = VK \cdot SR$) внаслідок того, що, на нашу думку, розумним є планування доходу власника у розмірі вартості грошей у часі. Безумовно, кожний окремий власник або акціонер банку діє на свій розсуд та керується власною мотивацією. Разом з тим вартість грошей у часі у вигляді облікової ставки НБУ є своєрідним сигналом для власника про доцільність продажу або купівлі частки (паю, акції) у даному банку. Облікова ставка виступає опосередкованою та середньою вартістю всіх капіталів на вітчизняному ринку:

$$ZDV = \sum_{j=1}^n DO_j \cdot PDO_j \cdot T_j + \sum_{k=1}^n DI_k \cdot PDI_k \cdot T_k + VK \cdot SR + VP. \quad (4.5)$$

Загальну вартість ресурсів певного комерційного банку можна визначити за формулою (4.6). Визначена вартість має велике значення при подальшому розрахунку вартості кредитів, що надаються банком. Плановий або бажаний розмір доходу на власний капітал розраховується по аналогії з формулою (4.5):

$$ZVR = VDO \cdot \Delta D + VDI \cdot \Delta I + VK \cdot \Delta PV(SR). \quad (4.6)$$

Взаємозв'язок активної та пасивної частини запропонованої моделі здійснюється через сальдо (валюту) балансу, пасивна частина якої розраховується за формулами (4.7) або (4.8):

$$SB = DO + DI + VDO + VDI + PP + VK + MD + IP + VP. \quad (4.7)$$

$$SB = \Delta D \cdot SB + \Delta I \cdot SB + \Delta PV(SR) \cdot SB + VK \cdot SB + MD + IP + VP. \quad (4.8)$$

Підставляючи в наведену формулу відповідні дані вартості витрат на обслуговування наявних банківських депозитів (формула (4.2)) та залишків на поточних рахунках, створених в наслідок впровадження інтегрованих послуг (формула (4.3)), отримаємо формулу (4.9), котра повною мірою розкриває описані взаємозалежності. З наведеної формули неважко вирахувати залежність розміру банківської компенсації за користування коштами клієнтів на поточних рахунках при інтегрованих послугах:

$$SB = DO + DI + \sum_{k=1}^n DO_j \cdot PDO_j \cdot T_j + \sum_{k=1}^n DI_k \cdot PDI_k + \quad (4.9)$$

$$+ SR \cdot VK + VK + MD + IP + VP.$$

Розглянемо взаємозв'язки імітаційної моделі, які характеризують активні операції комерційного банку. В активній частині розглянемо виключно ту частину активних банківських операцій, котра пов'язана з банківськими кредитами. В дійсності банки здійснюють великий перелік активних операцій. Але саме банківські кредити (точніше, їх вартість), як було доведено раніше, є головним критерієм конкурентоспроможності банку. Це відбувається внаслідок формування та функціонування мультиплікаційного ефекту в процесі банківського кредитування, описаного вище.

Аналіз балансів комерційних банків свідчить про те, що на кредитування клієнтів (не банків) спрямовується понад 50 % активів комерційних банків. Так, станом на 31 грудня 2006 р. АБ «Укоопспілка» на кредити направив 73 412 тис. грн, що складає 53,7 % від загальних активів банку (додаток К). КБ «Приватбанк» станом на 31.01.2008 р. надав

кредитів юридичним та фізичним особам в розмірі 47 337 143 490 грн, що складає 81,5 % від загальної кількості активів (додаток Л). Зазначені дані наведено без урахування кредитів, виданих на міжбанківському ринку. Аналіз даних балансів і зазначених та багатьох інших банків свідчить про суттєву роль саме кредитів клієнтам у формуванні активної частини банківського балансу.

Виступаючи в ролі традиційного банківського продукту, банківські кредити є найважливішим фактором банківського прибутку, конкурентоспроможності та надійності банку. Зв'язок ресурсів, залучених через інтегровані послуги і вартості банківських кредитів, є головним пріоритетом імітаційної моделі. Умовним змістом цього зв'язку виступають його основні показники (фактори) та валюта балансу комерційного банку, котра змінюється відповідно до зміни показників (факторів).

Основними показниками активної частини моделі є наступні:

RK – розмір ресурсів, спрямований банками на кредитування, грн;

T – термін надання банківського кредиту, роки;

PVK – вартість банківського кредиту для клієнта, % річних;

DK – розмір доходу від кредитування, грн;

i – *i*-й банківський кредит;

n – кількість наданих банком кредитів, од.;

PK – оптимальний (бажаний) дохід від кредитування, % річних;

MK – розмір кредитів наданих на міжбанківському ринку, грн;

IA – розмір інших активів, грн;

SB – сальдо балансу комерційного банку, грн.

Розмір ресурсів, спрямований, або той, що може бути спрямований у майбутньому банками на кредитування, не підраховується в нашій

імітаційній моделі тому, що він носить виключно суб'єктивний характер і залежить від відповідної кредитної політики банківського менеджменту, стратегії, місії та цілей комерційного банку.

Розмір доходу від кредитування може бути обраховано за формулами (4.10) та (4.11), але внаслідок того, що банк завжди має велику кількість клієнтів, котрі отримали кредити на різний термін та під різні відсотки. Тому більш повно розмір доходу від кредитування розраховується формулою (4.12):

$$DK = RK \cdot PVK \cdot T, \quad (4.10)$$

$$DK = RK \cdot PK \cdot T, \quad (4.11)$$

$$DK = \sum_{i=1}^n RK_i \cdot PVK_i \cdot T_i. \quad (4.12)$$

При розрахунку сальдо балансу по активним операціям банку будемо вважати, що дохід від інших активів банку заплановано на рівні доходу банку по наданим кредитам. Тому сальдо балансу може бути визначено за формулами (4.13) або (4.14):

$$SB = RK + DK + MK + IA, \quad (4.13)$$

$$SB = RK + \sum_{i=1}^n RK_i \cdot PVK_i \cdot T_i + MK + IA. \quad (4.14)$$

Формула (4.14) розкриває та дозволяє розрахувати головну залежність відсотків за надані кредити від сальдо балансу комерційного банку, а через рівність сальдо балансу активних і пасивних операцій банку простежується зв'язок відсотків по кредиту з розміром та вартістю залучених ресурсів шляхом впровадження інтегрованих

послуг. У загальному вигляді цю залежність можна оформити формулою (4.15). Зазначену формулу можна вважати математичним виразом імітаційної моделі, що характеризує основні взаємозв'язки при впровадженні інтегрованих банківських послуг:

$$\begin{aligned}
 & RK + \sum_{i=1}^n RK_i \cdot PVK_i \cdot T_i + MK + IA = \\
 = & DO + DI + \sum_{j=1}^n DO_j \cdot PDO_j \cdot T_j + \sum_{k=1}^n DI_k \cdot PDI_k \cdot T_k + \quad (4.15) \\
 & + SR \cdot VK + VK + MD + IP + VP.
 \end{aligned}$$

У залежності від цілей та завдань розрахунків у формулу (4.15) замість реальних доходів, що банк отримує від клієнта $PVK(i)$, можна підставляти значення оптимального (бажаного, запланованого або розрахункового) значення потенційного (запланованого, розрахункового) доходу кредитної діяльності (PK). У такому випадку формула (4.15) трансформується у формулу (4.16). Вона може застосовуватися для наочної демонстрації відхилення запланованих або бажаних показників від реальних, що є актуальним при наявності простроченої заборгованості, або значної частки сумнівних та неповернених кредитів:

$$\begin{aligned}
 & RK + \sum_{i=1}^n RK_i \cdot PK_i \cdot T_i + MK + IA = \\
 = & DO + DI + \sum_{j=1}^n DO_j \cdot PDO_j \cdot T_j + \sum_{k=1}^n DI_k \cdot PDI_k \cdot T_k + \quad (4.16) \\
 & + SR \cdot VK + VK + MD + IP + VP.
 \end{aligned}$$

Треба додати, що запропоноване рівняння в окремих випадках доцільно доповнити відповідним коефіцієнтом, що коригує розмір виданих кредитів та їх вартість для споживача банківських продуктів з

метою перекрити збитки (або майбутні збитки та підвищені ризики) від сумнівних та неповернених кредитів. Ми не враховуємо цей коефіцієнт внаслідок того, що механізм його застосування потребує окремого серйозного дослідження.

Важливим є показник VP – витрати на просування банківських продуктів, котрий використовується у формулах (4.7–4.9), (4.15), (4.16). Він показує розмір витрат, котрий може дозволити собі банк для фінансування заходів по просуванню товару. Головною складовою витрат на просування банківських продуктів є рекламний бюджет банку або певного банківського продукту відповідно до його маркетингової стратегії. Важливим є те, що при створенні більш привабливих умов для споживачів банківських послуг та користувачів кредитів при впровадженні інтегрованих послуг розмір витрат на просування може бути поступово зменшений внаслідок зменшення витрат на рекламу тих відсоткових переваг банку, котрі не потребують додаткових рекламних витрат. Цінова політика банку значною мірою рекламує сама себе при поступовому збільшенні кількості споживачів інтегрованих послуг та користувачів більш дешевих банківських кредитів. Формули (4.17) та (4.18) можуть бути використані для перевірки правильності вводу даних в імітаційну модель та розрахунку витрат банку на впровадження інтегрованих послуг:

$$RK + MK + IA = DO + DI + VK + IP + MD \quad (4.17)$$

$$VP = RK \cdot PK - (DO \cdot PDO + DI \cdot PDI + VK \cdot SR) \quad (4.18)$$

Інтегровані банківські послуги є пасивними банківськими операціями. Як зазначалося раніше, ефективна маркетингова стратегія

комерційного банку повинна враховувати як пасивні інтегровані послуги, так і ефективне використання залучених при їх впровадженні ресурсів банку, тобто активні операції. Найважливішими активними операціями банків є кредитування. Це означає, що доцільним є встановлення певного зв'язку між розміром залучених ресурсів банку за допомогою інтегрованих послуг та відповідною стратегією при просуванні кредитних продуктів. Незважаючи на те, що удосконалення активних банківських операцій та кредитної стратегії комерційного банку потребує окремого наукового дослідження, ми повинні розкрити основний рамковий зв'язок між інтегрованими послугами та кредитною стратегією для формування концептуального підходу щодо оцінки ефективності комплексного впровадження інтегрованих послуг та відокремити вплив активних та пасивних операцій на спільну маркетингову стратегію банку.

Наявні кредитні банківські продукти банку умовно можна розділити на дві головні групи, котрі займають найсуттєвішу частку в активній частині балансу комерційного банку:

- кредити, надані суб'єктам підприємництва та фізичним особам (звичайні кредити);
- кредити, надані іншим банкам на міжбанківському кредитному ринку (міжбанківські кредити).

Комерційний банк повинен враховувати наступні основні фактори при формуванні кредитної стратегії, котрі безпосередньо пов'язані з впровадженням та використанням інтегрованих послуг:

1. Розмір банківських ресурсів, що спрямовується на кредитування, або загальна частка виданих кредитів в активі банку.

2. Оптимальне співвідношення (частка) наданих кредитів та інших активних операцій банку.

3. Взаємозв'язок загального розміру банківських кредитів, відповідних часток наданих кредитів та інших активних операцій банку з розміром залучених ресурсів при використанні інтегрованих банківських послуг.

4. Мультиплікаційний ефект, що виникає в процесі кредитування.

Загальний зв'язок наданих кредитів та ресурсів банківської системи висвітлено вітчизняними науковцями [14; 15]. Він залежить від розміру норми резервування НБУ та розкривається формулою (1.2), яка дозволяє врахувати мультиплікаційний ефект банківської системи, зображений на рис. 1.2. Мультиплікаційний ефект від використання окремим банком залучених ресурсів у процесі кредитування відрізняється від мультиплікаційного ефекту банківської системи. Як доведено вітчизняними вченими, на відхилення мультиплікаційного ефекту від загальнобанківського впливають такі фактори як кількість філій відповідного банку, розмір його капіталу, асортимент банківських продуктів тощо [14]. При побудові концептуального зв'язку розміру ресурсів, залучених інтегрованими послугами та кредитної стратегії банку будемо використовувати загальнобанківський мультиплікаційний ефект від залучення ресурсів, тобто, умовно кажучи, для чистоти експерименту припустимо, що ступінь мультиплікаційного ефекту досліджуваного банку дорівнює мультиплікаційному ефекту всієї банківської системи. Певний банк при необхідності може скоригувати модель відповідно до власних параметрів, але в подальших розрахунках ми будемо використовувати загальні параметри мультиплікаційного ефекту властиві національній банківській системі в цілому.

Визначено основні фактори, що формують взаємозв'язки:

VK – розмір власного капіталу банку, грн;

NDI – оновлений (відкоригований) розмір залучених ресурсів на поточні рахунки клієнтів при використанні інтегрованих послуг, грн;

NDO – оновлений (відкоригований) розмір залучених ресурсів на банківські депозити, грн;

$NPDI$ – новий (відкоригований) розмір відсотків по поточним рахункам після впровадження інтегрованих послуг (розмір компенсації для споживачів за користування залишками), % річних;

ΔPV – частка запланованих (бажаних) доходів власників банку (в розрахунках може дорівнювати SR), %.

SR – облікова ставка Національного банку України, % річних;

R – норма обов'язкового резервування, встановлена НБУ, %;

PK – оптимальний (бажаний) дохід від кредитування, % річних;

MK – розмір кредитів наданих на міжбанківському ринку, грн;

MD – депозити, залучені від інших банків, грн;

VMK – вартість міжбанківського кредиту (в розрахунках може дорівнювати SR), % річних;

NPP – запланований (бажаний) дохід власників банку, грн;

EI – економічний ефект від впровадження інтегрованих послуг, грн.

Відповідно до визначених факторів бажаний дохід власників банку буде визначатися за формулою (4.19):

$$PP = VK \cdot \Delta PV. \quad (4.19)$$

За умов, що в мультиплікаційному процесі приймають участь виключно ресурси, надані в кредит, котрі при впровадженні інтегрованих послуг формуються за рахунок залишків на поточних рахунках

клієнтів, то взаємозв'язок розміру бажаного доходу власників банку, оптимальним розміром доходу від кредитування з урахуванням активності банку на міжбанківському ринку, мультиплікаційного ефекту, розміром додатково залучених ресурсів на поточні рахунки та відсоткам по ним можна описати формулою (4.20):

$$\begin{aligned}
 NPP = & (NDI + NDO - DI - DO) \cdot \frac{1}{R} \cdot PK \\
 & + (DI + DO) \cdot PK + (MK - MD) \cdot VMK - \\
 & - NDI \cdot NPDI - NDO \cdot PDO - VK \cdot SR.
 \end{aligned} \tag{4.20}$$

Ураховуючи те, що рівень доходу власників банку, котрий є достатнім для запобігання відтоку власного капіталу банку або знецінення вартості акцій комерційного банку, відповідає усередненій вартості грошей у часі, тобто обліковій ставці Національного банку України, а також необхідності зменшити дохід на рівень витрат на просування банківських продуктів). Виходимо на рівняння, описане формулою (4.2):

$$\begin{aligned}
 NPP = & (NDI + NDO - DI - DO) \cdot \frac{1}{R} \cdot PK + \\
 & + (DI + DO) \cdot PK + (MK - MD) \cdot SR - \\
 & - NDI \cdot NPDI - NDO \cdot PDO - VK \cdot SR - VP.
 \end{aligned} \tag{4.21}$$

Наведена формула може бути збагачена відповідним коефіцієнтом, котрий розкриває вплив розміру доходу банку на вартість власного капіталу банку (акцій, паїв тощо) та коригує всі зазначені фактори через зміну оптимального доходу від кредитування, котрий повинен враховувати тенденції попиту та пропозиції на фондовому ринку (курсові коливання вартості акцій). Ми не будемо виводити зазначену

залежність внаслідок того, що це не відповідає головній меті дослідження. Важливим є те, що, виходячи з наведеної формули, таку залежність можна побудувати та використовувати при формуванні маркетингової стратегії банку, спрямованій на створення мотивації для інвестування ресурсів у власний капітал комерційного банку, або прийнятті рішень по реінвестуванню отриманого банком прибутку в активні банківські операції. Для побудови імітаційної залежності більш доцільним є використання зазначених зв'язків у вигляді формули (4.21). При цьому комплексне застосування формул (4.16), (4.17) та (4.18) є системоутворюючим для побудови імітаційної моделі і розкриває основні фактори впливу інтегрованих послуг на конкурентоспроможність банку. Формула (4.22) дозволяє розрахувати економічний ефект від впровадження інтегрованих банківських послуг, котрий може бути отриманий певним комерційним банком за певних параметрів просування інтегрованих послуг при дотриманні описаних зв'язків та рівнянь за визначений проміжок часу.

$$EI = NPP - VK \cdot SR. \quad (4.22)$$

Запропонована імітаційна модель враховує суто банківську специфіку надання кредитування, надання послуг та просування банківських продуктів. Вона може бути використана для будь-якого комерційного банку незалежно від форми власності, структури управління, розміру капіталу, розгалуженості регіональних представництв та філій, асортименту банківських продуктів тощо. Разом з тим зазначена модель непридатна до використання у кредитних спілках, клірингових, трастових та інвестиційних компаніях, інших підприємствах парабанківської системи та Національному банку України.

4.2. Опис імітаційної моделі оптимізації банківської діяльності при використанні інтегрованих банківських послуг

Імітаційна модель оптимізації банківської діяльності при використанні інтегрованих банківських послуг ґрунтується на значному обсязі розрахунків. Разом з тим відповідні розрахунки не є складними. На практиці відповідна імітаційна модель може бути реалізована шляхом створення математичної програми, котра враховує концептуальні підходи та взаємозв'язки, що описано у попередньому розділі. Доцільним є дотримання певних властивостей відповідної комп'ютерної програми при її побудові та практичній реалізації:

1. Доступність у використанні, тобто програма повинна бути доступною та зрозумілою при використанні будь-яким споживачем, включно споживачів, котрі не володіють навичками професійних програмістів, комп'ютерних фахівців, математиків тощо.

2. Доступність для будь-якої програмної оболонки та можливість використовуватись на різних з точки зору технічних можливостях персональних комп'ютерів.

3. Безпечність для інших програмних продуктів при використанні.

4. Здатність враховувати всі зазначені в попередньому розділі зв'язки та пропорції, а також бути здатною до подальших адаптацій та удосконалень.

5. Займати невеликий обсяг оперативної та звичайної пам'яті комп'ютера при високій швидкості здійснення необхідних розрахунків.

6. Здатність бути прив'язаною до інших програм, наприклад, бухгалтерських, котрі можуть бути джерелом для використання відповідних цифрових даних для розрахунків.

7. Мати невелику вартість створення програми, а також її адаптації, удосконалення або синхронізації з іншими банківськими програмами.

8. Використовувати нескладну, достатньо відому та надійну мову програмування для простоти і надійності її роботи.

Поставлене завдання може бути досягнуто багатьма шляхами. Одним із оптимальних шляхів вирішення завдання є розробка для імітаційної моделі комп'ютерної програми на основі мови програмування C++. Одна із можливих програм, створених нами у відповідності до зазначених, отримала назву: «Імітаційна модель взаємодії основних показників діяльності банку при впровадженні інтегрованих банківських послуг та відповідній маркетинговій стратегії банку», скорочена назва – «Модель впровадження інтегрованих банківських послуг».

Програмне забезпечення імітаційної моделі складається з двох файлів. Перший – *ECONOMCPP.doc* містить вихідні коди розрахункових формул. Для розрахунку перемінних величин та дій з ними утворено клас *T_PARAMETERS*. В цьому документі розписано два файли: *ECONOM.h* і *ECONOM.cpp*. Перший файл з описом, а другий – з визначенням. Цей файл – головний та не залежить від способів реалізації інтерфейсу, що використовується. Другий файл (*UnitMain.doc*) – це файл реалізації алгоритмів в інтегрованому графічному середовищі *Borland C++ Builder*.

Зазначена модель відповідно до концепції, визначеній у попередньому розділі, після вводу певних значень розміру власного капіталу банку (*VK*), обсягу залучених банком депозитів (*DO*), обсягом залишків на поточних рахунках (*DI*), розміром кредитного портфелю певного

банку (*RK*), облікової ставки НБУ (*SR*), середнього розміру банківських відсотків по депозитам (*PDO*), середнього розміру банківських відсотків по залишкам на поточних рахунках (*PDI*), середнього розміру відсотків по кредитах, що надано банком (*PK*), обраховує вартість просування банківських продуктів до впровадження інтегрованих банківських послуг (*VP*) із подальшою її фіксацією.

Після розрахунку вартості просування банківських продуктів певного банку вважається, що ця вартість не буде змінюватись, тобто маркетингова стратегія впровадження інтегрованих банківських послуг, з одного боку, не потребує додаткових витрат на просування, а з іншого – не претендує на їх скорочення, але сам розмір зазначених витрат потрібно враховувати при подальших підрахунках.

Після фіксації вартості просування банківських продуктів та додаткового вводу даних про норму резервування НБУ (*R*), вартість міжбанківських кредитів (*VMK*), обсягу банківських депозитів, котрі банк планує (або може) мати після впровадження інтегрованих послуг (*NDO*), потенційних обсягів залишків на поточних рахунках клієнтів (*NDI*), розміру відсотків для компенсації клієнтам за користування залишками на поточних рахунках (*NPDI*), обсягу наданих банком міжбанківських кредитів до впровадження інтегрованих послуг (*MK*), обсягу отриманих банком міжбанківських депозитів до впровадження інтегрованих послуг (*MD*), запланованого (бажаного або можливого) обсягу наданих банком міжбанківських кредитів після впровадження інтегрованих послуг (*NMK*), запланованого (бажаного або можливого) обсягу отриманих банком міжбанківських депозитів до впровадження інтегрованих послуг (*NMD*) та інших параметрів програма обраховує

новий (потенційно можливий, плановий або бажаний) прибуток від впровадження інтегрованих банківських послуг (*NPP*) та економічних ефект, що створюється від їх впровадження (*EL*). Зазначені показники розраховуються відповідно до концепції імітаційної моделі та з урахуванням мультиплікаційного ефекту, що виникає в процесі кредитування. Це означає, що при здійсненні розрахунків вважається, що відсотковий дохід додатково залучених ресурсів при впровадженні інтегрованих послуг при спрямуванні його на кредитні операції банку адекватно збільшує залишки на поточних рахунках клієнтів банку, а у разі їх виходу за межі мережі банківських філій певного банку вони будуть поповнені залишками на поточних рахунках нових клієнтів, що залучаються завдяки впровадженню інтегрованих послуг. При розрахунку розміру мультиплікаційного ефекту певного банку умовно вважається, що він дорівнює загальнобанківському мультиплікаційному ефекту, властивому всієї національній банківській системі.

Запропонована імітаційна модель може і повинна бути удосконалена та деталізована по багатьох показниках. Так, наприклад, більш досконала імітаційна модель повинна детально обраховувати доходи від кредитного портфеля банку як суму відповідної доходності по кожному наданому кредиту з урахуванням відсотків по кредиту та терміну його використання. Цей показник також доцільно скоригувати коефіцієнтом, що корелює доходність з урахуванням неповернутих, безнадійних кредитів, відповідних ризиків тощо. У зв'язку з тим, що метою створення імітаційної моделі в нашому випадку є доведення наявності та доцільності економічного ефекту від впровадження інтегрованих послуг та розкриття основних зв'язків, що впливають на

нього, то деталізація та ретельні розрахунки «точністю до копійки» в нашому випадку не є принципово важливими.

Аналогічним є можливість удосконалення запропонованої імітаційної моделі для розрахунку прибутку комерційного банку з урахуванням впливу відповідних податків на банківську діяльність або дотримання комерційним банком певних нормативів Національного банку України (нормативи капіталу, ліквідності тощо) чи обмежень та побажань власників банку (прибутковість власного капіталу, особливі умови компенсації за залишки на поточних рахунках певним групам клієнтів у кооперативних банках тощо). Незважаючи на те, що ці аспекти банківської діяльності нами не розглядаються, запропонована імітаційна модель достатньо легко може бути адаптована до відповідних коригуючих коефіцієнтів та існуючих бухгалтерських і інших програм.

Важливою позитивною рисою запропонованої імітаційної моделі є можливість коригувати дані, що приймають участь в розрахунках відповідно до зміни зовнішніх факторів, таких як облікова ставка та норма резервування НБУ, вартість міжбанківських кредитів; маркетингової стратегії банку та її наслідків: розмір компенсації за використання ресурсів на поточних рахунках клієнтів, розмір міжбанківських кредитів та депозитів тощо. Можливість зміни будь-яких вхідних даних дозволяє моделювати (імітувати) можливі наслідки від застосування певних тактичних прийомів реалізації маркетингової стратегії банку. Імітаційна модель також наочно демонструє наявні конкурентні переваги та резерви підвищення конкурентоспроможності комерційного банку при впровадженні інтегрованих банківських послуг, дозволяє розраховувати граничні параметри певних факторів, що

формують маркетингову стратегію банку. Запропонована імітаційна модель дозволяє також наочно продемонструвати соціальний ефект та корисність впровадження інтегрованих банківських послуг в масштабі національної системи.

Математичний опис з використанням мови програмування C++ запропонованої імітаційна модель взаємодії основних показників діяльності банку при впровадженні інтегрованих банківських послуг та відповідній маркетинговій стратегії банку зображено на рис. 4.2.

```
/*ECONOM.h*/
/*Опис основного класу, конструкторів, типів даних, об'ява
іменованих констант по іменам перемінних в формул*/
#ifndef ECONOMH #define ECONOMH 1
typedef long double T_ECONOMTYPE;//тип даних для результатів
//перелічення для імен перемінних формул в формулах
        //<-перемінні першої формули
enum P_NAMES {P_START=0, T=0, RK, PK, MK, DO, DI, PDO, PDI,
SR, VK, MD, IA,
        //перемінні другої формули->
IP, VP, P_LEFT, P_RIGHT=P_LEFT, R=P_LEFT, VMK, NDO, NDI,
NPDI, NMK, NMD,
        //виграш та економічний ефект
P_END_VAR, NPP=P_END_VAR, EI, P_NUM};
//основний клас
class T_PARAMETERS
{
```

public:

T_PARAMETERS();

T_PARAMETERS(const T_PARAMETERS&);

private:

*//набір параметрів, їх кількість дорівнює P_NUM із перелічення
P_NAMES*

T_ECONOMTYPE param[P_NUM];

*//Функція підрахунку лівої та правої частин для першої
формули*

T_ECONOMTYPE Left();

T_ECONOMTYPE Right();

public:

//доступ до кожної перемінної за ім'ям

T_ECONOMTYPE& **operator**[] (int i);

//оператор копіювання

T_PARAMETERS& **operator**= (const T_PARAMETERS&);

//перевірка рівняння

// $RK+MK+IA=DO+DI+VK+IP+MD$

//повертає 0, якщо дорівнює; не 0, якщо не дорівнює

T_ECONOMTYPE check_eval();

//відкриті функції підрахунку лівої та правої частин

//для рівняння

// $RK+MK+IA==DO+DI+VK+IP+MD$

//повертає 0, якщо дорівнює; не 0, якщо не дорівнює

inline T_ECONOMTYPE eval_Left();

inline T_ECONOMTYPE eval_Right();

```

//функція для підрахунку витрат на рекламу і т. п.
//VP=RK*PK-(DO*PDO+DI*PDI+VK*SR)
T_ECONOMTYPE count_VP();
//статична функція для підрахунку VP на основі будь-яких
//параметрів. Використовується для самоперевірки
static T_ECONOMTYPE count_VP(T_ECONOMTYPE RK,
T_ECONOMTYPE PK, T_ECONOMTYPE DO, T_ECONOMTYPE
PDO, T_ECONOMTYPE DI, T_ECONOMTYPE PDI,
T_ECONOMTYPE VK, T_ECONOMTYPE SR);
//Функція для підрахунку першої формули
T_ECONOMTYPE F();
//Статична функція для підрахунку першої формули на основі
//будь-яких параметрів
static inline T_ECONOMTYPE F(T_ECONOMTYPE RK,
T_ECONOMTYPE PK,
T_ECONOMTYPE MK,
T_ECONOMTYPE IA,
T_ECONOMTYPE DO,
T_ECONOMTYPE DI,
T_ECONOMTYPE PDO,
T_ECONOMTYPE PDI,
T_ECONOMTYPE VK,
T_ECONOMTYPE SR,
T_ECONOMTYPE MD,
T_ECONOMTYPE IP,
T_ECONOMTYPE VP);

```

```

        //функція для розрахунку заданого параметра
        T_ECONOMTYPE count_param(P_NAMES var);
        //друга формула
        inline T_ECONOMTYPE count_NPP();
        T_ECONOMTYPE count_EI();
}; //class T_PARAMETERS
#endif

//-----
#ifndef UnitMainH
#define UnitMainH
//-----
#include <Classes.hpp>
#include <Controls.hpp>
#include <StdCtrls.hpp>
#include <Forms.hpp>
#include "ECONOM.cpp"
#include <ExtCtrls.hpp>
//-----
class TForm1 : public TForm
{
__published: // IDE-managed Components
    TLabel *Lbl_T;    TLabel *Lbl_RK;    TLabel *Lbl_PK;    TLabel
    *Lbl_MK;          TLabel *Lbl_DO;    TLabel *Lbl_DI;    TLabel *Lbl_PDO;
    TLabel *Lbl_PDI;    TLabel *Lbl_SR;    TLabel *Lbl_VK;    TLabel *Lbl_MD;
    TLabel *Lbl_IA;    TLabel *Lbl_IP;    TEdit *Ed_T;    TEdit *Ed_RK;    TEdit
    *Ed_PK;    TEdit *Ed_MK;          TEdit *Ed_DO;    TEdit *Ed_DI;    TEdit

```

```

*Ed_PDO; TEdit *Ed_PDI; TEdit *Ed_SR;          TEdit *Ed_VK; TEdit
*Ed_MD; TEdit *Ed_IA; TEdit *Ed_IP; TCheckBox *CB_T; TCheckBox
*CB_RK; TCheckBox *CB_PK; TCheckBox *CB_MK;      TCheckBox
*CB_DO; TCheckBox *CB_DI; TCheckBox *CB_PDO;    TCheckBox
*CB_PDI; TCheckBox *CB_SR; TCheckBox *CB_VK;    TCheckBox
*CB_MD; TCheckBox *CB_IA; TCheckBox *CB_IP;     TStaticText
*ST1; TRadioGroup *RG_VP; TLabel *Lbl_VP; TEdit *Ed_VP;
TCheckBox *CB_VP; TEdit *Ed_R; TEdit *Ed_VMK; TEdit *Ed_NDO;
TEdit *Ed_NDI; TEdit *Ed_NPDI; TEdit *Ed_NMK; TEdit *Ed_NMD;
TLabel *Lbl_R; TLabel *Lbl_VMK; TLabel *Lbl_NDO; TLabel
*Lbl_NDI;          TLabel *Lbl_NPDI; TLabel *Lbl_NMK; TLabel
*Lbl_NMD; TGroupBox *GroupBox1; TLabel *Lbl_NPP; TLabel
*Lbl_EI; TStaticText *ST_NPP;    TStaticText *ST_EI;

```

```

void __fastcall Ed_TKeyPress(TObject *Sender, char &Key);

```

```

void __fastcall CB_DIClick(TObject *Sender);

```

```

void __fastcall Ed_DOChange(TObject *Sender);

```

```

void __fastcall RG_VPClick(TObject *Sender);

```

```

void __fastcall Ed_RChange(TObject *Sender);

```

```

private:          // User declarations

```

```

T_PARAMETERS bank;

```

```

P_NAMES CHECKED;

```

```

class LACB

```

```

{

```

```

    TLabel *FLabel;

```

```

    TEdit *FEdit;

```

```

    TCheckBox *FCheckBox;

```

```

public:
    LACB(const LACB& _X)
        {FLabel=_X.FLabel;FEdit=_X.FEdit;
FCheckBox=_X.FCheckBox;}
    LACB(TLabel    *_Label,    TEdit    *_Edit,    TCheckBox
*_CheckBox):FLabel(_Label), FEdit(_Edit), FCheckBox(_CheckBox)
        {}
    LACB()
        {
        FLabel=NULL;
        FEdit=NULL;
        FCheckBox=NULL;
        }
    ~LACB()
        {
        FLabel=NULL;
        FEdit=NULL;
        FCheckBox=NULL;
        }
    TLabel* Label(){return FLabel;}
    TEdit* Edit(){return FEdit;}
    TCheckBox* CheckBox(){return FCheckBox;}
};

LACB* Edits[P_END_VAR];
int fill_datas(T_PARAMETERS *bank)
    {

```

```

//заповнити дані
int i = P_START;
try{
    for(; i <P_LEFT; i++)
    {
        switch(i)
        {
            case PK: case PDO: case PDI: case SR://проценти
                (*bank)[i]=StrToFloat(Edits[i]->Edit()->Text)/100;
                break;
                //гривні
            default: (*bank)[i]=StrToFloat(Edits[i]->Edit()->Text);
        }//switch
    }//for
}//try
catch(...)
{
    //MessageDlg("Неможливо перетворити в число значення \"
+ Edits[i]->Edit()->Text+\"", mtError, TMsgDlgButtons() << mbOK, 0);
    return i;
}
return 0;
}
int fill_datas_right(T_PARAMETERS *bank)
{
    //заповнити ВСІ дані

```

```

int i = P_START;
try{
    for(; i < P_END_VAR; i++)
    {
        switch(i)
        {
            case PK: case PDO: case PDI: case SR: case NPDI: case R:
case VMK://відсотки
                (*bank)[i]=StrToFloat(Edits[i]->Edit()->Text)/100;
                break;
                //гривні
            default: (*bank)[i]=StrToFloat(Edits[i]->Edit()->Text);
        }
    }
} //try
catch(...)
{
    //MessageDlg("Неможливо перетворити в число значення \"
+ Edits[i]->Edit()->Text+\"", mtError, TMsgDlgButtons() << mbOK, 0);
    return i;
}
return 0;
}

public:        // User declarations
    __fastcall TForm1(TComponent* Owner);

```



```

};
//-----
extern PACKAGE TForm1 *Form1;
//-----
#endif
//-----
#include <vcl.h>
#pragma hdrstop
#include "UnitMain.h"
//-----
#pragma package(smart_init)
#pragma resource "*.dfm"
TForm1 *Form1;
//-----
__fastcall TForm1::TForm1(TComponent* Owner)
    : TForm(Owner)
{
    Edits[T] = new LACB(Lbl_T, Ed_T, CB_T);
    Edits[RK] = new LACB(Lbl_RK, Ed_RK, CB_RK);
    Edits[PK] = new LACB(Lbl_PK, Ed_PK, CB_PK);
    Edits[MK] = new LACB(Lbl_MK, Ed_MK, CB_MK);
    Edits[DO] = new LACB(Lbl_DO, Ed_DO, CB_DO);
    Edits[DI] = new LACB(Lbl_DI, Ed_DI, CB_DI);
    Edits[PDO] = new LACB(Lbl_PDO, Ed_PDO, CB_PDO);
    Edits[PDI] = new LACB(Lbl_PDI, Ed_PDI, CB_PDI);
    Edits[SR] = new LACB(Lbl_SR, Ed_SR, CB_SR);
}

```

```

Edits[VK] = new LACB(Lbl_VK, Ed_VK, CB_VK);
Edits[MD] = new LACB(Lbl_MD, Ed_MD, CB_MD);
Edits[VP] = new LACB(Lbl_VP, Ed_VP, CB_VP);
Edits[IA] = new LACB(Lbl_IA, Ed_IA, CB_IA);
Edits[IP] = new LACB(Lbl_IP, Ed_IP, CB_IP);
Edits[R] = new LACB(Lbl_R, Ed_R, NULL);
Edits[VMK] = new LACB(Lbl_VMK, Ed_VMK, NULL);
Edits[NDO] = new LACB(Lbl_NDO, Ed_NDO, NULL);
Edits[NDI] = new LACB(Lbl_NDI, Ed_NDI, NULL);
Edits[NPDI] = new LACB(Lbl_NPDI, Ed_NPDI, NULL);
Edits[NMK] = new LACB(Lbl_NMK, Ed_NMK, NULL);
Edits[NMD] = new LACB(Lbl_NMD, Ed_NMD, NULL);
//заповнюємо поля значеннями по замовченню
CHECKED=P_START;//щоб не викликався OnChange полей вводу
for(int i = P_START; i < P_END_VAR; i++)
    Edits[i]->Edit()->Text = FloatToStr(bank[i]);
//по замовченню перемінної являється PDI
CHECKED = PDI;
Edits[CHECKED]->Edit()->Enabled = false;
Edits[CHECKED]->CheckBox()->Enabled = false;
Edits[CHECKED]->CheckBox()->Checked = true;
//починаємо з установки VP
Edits[VP]->Edit()->Enabled=false;
Edits[VP]->CheckBox()->Checked=true;
RG_VP->ItemIndex=0;
//встановим відступи поміток та чек боксів від текста

```

```

const int d=5;//5 пікселей
for(int i=P_START; i < P_END_VAR; i++)
{
    int l= Edits[i]->Edit()->Left - Edits[i]->Label()->Width - d;
    if(l>0) Edits[i]->Label()->Left = l;
    else {
        Edits[i]->Label()->Left=0;
        Edits[i]->Edit()->Left = 0 + Edits[i]->Label()->Width + d;
    }
    Edits[i]->Label()->Top = Edits[i]->Edit()->Top;
    if(Edits[i]->CheckBox())
    {
        Edits[i]->CheckBox()->Top = Edits[i]->Edit()->Top;
        Edits[i]->CheckBox()->Left = Edits[i]->Edit()->Left + Edits[i]-
>Edit()->Width + d;
    }
}
Form1->Left = (Screen->Width - Form1->Width)/2;
Form1->Top = 0;
}
//-----
void __fastcall TForm1::Ed_TKeyPress(TObject *Sender, char &Key)
{
    //перетворити дані символи в розділював цілої та дробної частини
if(Key=='.' || Key ==',' || Key=='>' || Key=='<' || Key=='б' || Key=='ю' ||
Key=='Б' || Key=='Ю')

```

```

{
    Key=DecimalSeparator;
    return;
}
//Ctrl+C
if((Key <= '9' && Key >= '0') || Key=='-' || Key=='\b' || Key=='\x3' ||
//Ctrl+V    //CTRL+X
Key=='\x16' || Key=='\x18');
    else Key='\0';
}
//-----
void __fastcall TForm1::CB_DIClick(TObject *Sender)
{
int t=CHECKED;
for(int i = P_START; i <P_LEFT; i++)
{
    if(i==VP)continue;//без учета VP
    if(Edits[i]->CheckBox()->Checked)
    {
        Edits[i]->Edit()->Enabled=false;
        Edits[i]->CheckBox()->Enabled=false;
        t=(i!=CHECKED)?i:t;
    }
    else
    {
        Edits[i]->Edit()->Enabled=true;
        Edits[i]->CheckBox()->Enabled=true;
    }
}
}

```

```

    Edits[i]->CheckBox()->Checked=false;
}
}
if(t!=CHECKED)
    Edits[CHECKED]->CheckBox()->Checked=false;
CHECKED=(P_NAMES)t;
}
//-----
void __fastcall TForm1::Ed_DOChange(TObject *Sender)
{
if(RG_VP->ItemIndex == 0)
    { //встановити VP
        T_ECONOMTYPE t;
        try{
            t = T_PARAMETERS::count_VP(StrToFloat (Edits[RK]->Edit()-
>Text)/100,
                StrToFloat(Edits[PK]->Edit()->Text),
                StrToFloat(Edits[DO]->Edit()->Text),
                StrToFloat(Edits[PDO]->Edit()->Text)/100,
                StrToFloat(Edits[DI]->Edit()->Text),
                StrToFloat(Edits[PDI]->Edit()->Text)/100,
                StrToFloat(Edits[VK]->Edit()->Text),
                StrToFloat(Edits[SR]->Edit()->Text)/100);
        }
        catch(...)
            {

```

```

        // MessageDlg("Помилка вводу даних!", mtError,
TMsgDlgButtons() << mbOK, 0);
        ST1->Caption="Помилка вводу даних!";
        return;
    }
    Edits[VP]->Edit()->Text = FloatToStr(t);
    return;
}
//якщо VP встановлено
//перевірка, чи вибрана перемінна
if(CHECKED<=P_START || CHECKED>P_LEFT) return;
ST1->Caption = "";
//ввести дані
int res=fill_datas(&bank);
if(res)
{
    ST1->Caption = "Error in datas!!! № "+IntToStr(res)+ "\n";
    return;
}
//перевірка RK+MK+IA=DO+DI+VK+IP+MD
if(bank.check_eval())
{
    ST1->Caption = "Невірно введені значення!\nRK+MK+IA="
+FloatToStr(bank.eval_Left())+"\nDO+DI+VK+IP+MD="+FloatToStr(ban
k.eval_Right())+"\n";
    //return;
}

```

```

    }
//Розрахувати відмічену перемінну
try{
    bank.count_param(CHECKED);
}
catch(...)
{
    ST1->Caption = "Error in counting!!!";
    return;
}
//вивести на екран
P_NAMES t=CHECKED;//щоб не викликати OnChange
CHECKED=P_START;
switch (t)
{
    //RK MK IA DO DI VK IP MD
    case PK: case PDO: case PDI: case SR:
        Edits[t]->Edit()->Text = FloatToStr(bank[t]*100);
        break;
    default:
        Edits[t]->Edit()->Text = FloatToStr(bank[t]);
}
CHECKED=t; //повернути значення CHECKED
//розрахувати NPP и EI
Ed_RChange(Sender);
}

```

```

//-----
void __fastcall TForm1::RG_VPClick(TObject *Sender)
{
bool t=!RG_VP->ItemIndex;
  for(int i =P_START; i <P_END_VAR; i++)
  {
    if(i==VP) continue;
    switch (i)
    {
      case RK: case PK: case DO: case PDO: case DI: case PDI: case
VK: case SR:
        Edits[i]->CheckBox()->Visible = !t;
        break;
      default:
        Edits[i]->Edit()->Visible= !t;
        //умова для правої частини
        if(Edits[i]->CheckBox())Edits[i]->CheckBox()->Visible = !t;
        Edits[i]->Label()->Visible = !t;
    }
  }
  Edits[CHECKED]->Edit()->Enabled=t;
  Edits[VP]->Edit()->Enabled=t;
  //NPP и EI
  GroupBox1->Visible=!t;
  //розрахувати ячейки
  Ed_DOChange(Sender);

```



```

//приховати поле T
Edits[T]->Edit()->Visible= false;
Edits[T]->CheckBox()->Visible = false;
Edits[T]->Label()->Visible = false;
}
//-----
void __fastcall TForm1::Ed_RChange(TObject *Sender)
{
//перевірка, чи вибрана перемінна (чи почата робота)
if(CHECKED<=P_START || CHECKED>P_LEFT) return;
fill_datas_right(&bank);
ST_NPP->Caption = FloatToStr(bank.count_NPP());
ST_EI->Caption = FloatToStr(bank.count_EI());
}
//-----

```

Рис. 4.2. Опис програми імітаційної моделі взаємодії основних показників діяльності банку при впровадженні інтегрованих банківських послуг та відповідній маркетинговій стратегії банку

4.3. Практичне застосування імітаційної моделі

Розглянемо практичне застосування імітаційної моделі взаємодії основних показників діяльності банку при впровадженні інтегрованих банківських послуг та відповідній маркетинговій стратегії на прикладі АКБ «Правекс-банк». Для здійснення розрахунків будемо користуватись даними, що оприлюднені на офіційному Інтернет сайті банку [138], а також даними офіційного сайту Національного банку України [131].

На 31 грудня 2007 р. відповідно до річної фінансової звітності АКБ «Правекс-банк» за 2007 р., балансу банку на 31.12.2007 р., таблиці 6.1 «Кредити та заборгованість клієнтів» за формою № 1.11.61.153 (примітка 6), розшифровки коштів клієнтів за формою № 1.11.13153 (примітка 13) та інших документів бухгалтерської і фінансової звітності банку [138] його власний капітал складав 702 490 тис. грн, залишки на поточних рахунках клієнтів – 724 694 тис. грн, депозити банку – 2 949 704 тис. грн, загальний обсяг наданих кредитів юридичним та фізичним особам – 3 805 641 тис. грн, розмір наданих кредитів на міжбанківському ринку – 1 088 049 тис. грн, міжбанківські депозити – 1 047 625 тис. грн, інші активи – 1 199 214 тис. грн, інші пасиви – 668 391 тис. грн. Треба відмітити, що отримати абсолютно точні дані по окремих категоріях неможливо. Так, важко визначити середню вартість кредиту для клієнтів банку або середній розмір діючих відсотків по залишках на поточних рахунках до впровадження інтегрованих послуг. Для наших розрахунків ми можемо користуватись показниками, що відповідають кон'юнктурі ринку відповідних банківських продуктів. Так, у нашому випадку для розрахунків можна вважати, що вартість кредиту для клієнта складає 22 % річних, відсотки по депозитах – 13 % річних, облікова ставка НБУ – 15 % річних, розмір компенсації за користування залишками на поточних рахунках – 1 % річних [135]. Описана ситуація цілком відповідає реальній ринковій кон'юнктурі на кінець 2007 р. і була властивою для більшості вітчизняних комерційних банків.

Підставивши зазначені дані в імітаційну модель, отримуємо розмір витрат банку на просування банківських продуктів, котрий дорівнює

341 159 тис. грн. Після фіксації зазначеного розміру витрат на просування змоделюємо різні можливі ситуації.

Ситуація 1. Банк встановив компенсацію за користування залишками на поточних рахунках в розмірі 7 %, вартість міжбанківських кредитів дорівнює обліковій ставці НБУ – 15 %, норма резервування НБУ – 10 %. Зазначена маркетингова стратегія банку привела до того, що розмір залишків на поточних рахунках збільшився на 1 000 000 тис. грн до 1 724 694 тис. грн (це є абсолютно реальним при запровадженні компенсації 7 % по залишках на поточних рахунках), зазначене збільшення залишків на поточних рахунках призвело до зменшення обсягів користування міжбанківськими депозитами на 1 000 000 тис. грн, обсяг міжбанківських депозитів склав 47 625 тис. грн; при цьому всі інші параметри (розмір залучених банком депозитів, обсяг наданих кредитів тощо) залишились незмінними.

Дана маркетингова ситуація може скластися внаслідок того, що банк після залучення додаткових ресурсів на залишки на поточних рахунках прийняв стратегічне рішення не збільшувати обсяг наданих кредитів, а обмежитись скороченням залучення ресурсів на міжбанківському ринку в обсязі, що дорівнює розміру зазначеного збільшення. При цьому банк не залучав нові депозити, а наявні клієнти вирішили не переводити кошти з депозитних на поточні рахунки при виникненні нової послуги. Підставивши відповідні дані в імітаційну модель, отримуємо додатковий дохід від впровадження інтегрованих послуг в розмірі 2 063 709 тис. грн, економічний ефект від впровадження інтегрованих послуг становить 1 958 335 тис. грн. Розрахунок показує доцільність впровадження інтегрованих послуг при

маркетинговій стратегії заміщення міжбанківських позик залишками на поточних рахунках клієнтів. Зазначений розрахунок здійснено за умов збереження попереднього рівня витрат на просування продуктів банку.

Ситуація 2. Банк встановив компенсацію за користування залишками на поточних рахунках у розмірі 7 %, вартість міжбанківських кредитів дорівнює обліковій ставці НБУ – 15 %, норма резервування НБУ – 10 %. Зазначена маркетингова стратегія банку призвела до того, що розмір залишків на поточних рахунках збільшився на 2 000 000 тис. грн до 2 724 694 тис. грн; зазначене збільшення залишків на поточних рахунках відбулося внаслідок переводу клієнтами банку частини депозитів на поточні рахунки в розмірі 500 000 тис. грн, а також додаткового залучення 1 500 000 тис. грн шляхом переходу на розрахункове обслуговування клієнтів інших банків. Усі додатково залучені ресурси спрямовані банком на збільшення обсягів кредитування, розмір міжбанківських депозитів, як і інші параметри діяльності банку, залишилися на попередньому рівні. Така маркетингова стратегія характеризує більш агресивну стратегію, спрямовану на активне захоплення нових сегментів ринку банківських продуктів. Як показують розрахунки, така стратегія є більш прибутковою, а ефективність її впровадження більш висока.

Підставив відповідні дані в імітаційну модель, отримуємо додатковий дохід від впровадження інтегрованих послуг в розмірі 3 158 709 тис. грн, економічний ефект від впровадження інтегрованих послуг становить 3 053 335 тис. грн. Розрахунок показує доцільність впровадження інтегрованих послуг при маркетинговій стратегії заміщення міжбанківських позик залишками на поточних рахунках клієнтів.

Зазначений розрахунок здійснено за умов збереження попереднього рівня витрат на просування продуктів банку.

Ситуація 3. Банк встановив компенсацію за користування залишками на поточних рахунках у розмірі 7 %, всі інші параметри імітаційної моделі залишаються без змін. Подібна ситуація можлива в масштабах окремих невеликих філій або відділень банку, де кількість споживачів банківських послуг невелика і практично всі потенційні резерви для залучення нових клієнтів вичерпано.

Підставивши відповідні дані в імітаційну модель, отримуємо додатковий збиток від впровадження інтегрованих послуг в розмірі 66 292 тис. грн, економічний ефект від впровадження інтегрованих послуг становить від'ємну величину в розмірі – 171 665 тис. грн. Розрахунок показує, що в ситуації, коли впровадження інтегрованих послуг не привело додаткового залучення на поточні рахунки клієнтів банку нових ресурсів, комерційний банк може отримати збиток. Мінімальний обсяг ресурсів, котрих потребує банк для впровадження інтегрованих послуг за певних умов їх залучення (розмір компенсації по залишкам на рахунках, облікова ставка НБУ та норма резервування, розмір власного капіталу тощо), може бути розраховано завдяки запропонованій імітаційній моделі. Імітаційна модель наочно демонструє вплив норми резервування та облікової ставки НБУ на ефективність використання інтегрованих послуг в ситуації 1 та 2.

Ситуація 4. Банк встановив компенсацію за користування залишками на поточних рахунках в розмірі 10 %, вартість міжбанківських кредитів дорівнює обліковій ставці НБУ – 15 %, норма резервування НБУ – 10 %. Зазначена маркетингова стратегія банку

привела до того, що розмір залишків на поточних рахунках збільшився на 2 000 000 тис. грн до 2 724 694 тис. грн; зазначене збільшення залишків на поточних рахунках відбулося внаслідок переводу клієнтами банку частини депозитів на поточні рахунки в розмірі 500 000 тис. грн, а також додаткового залучення 1 500 000 тис. грн шляхом переходу на розрахункове обслуговування клієнтів інших банків. Усі додатково залучені ресурси спрямовані банком на збільшення обсягів кредитування, розмір міжбанківських депозитів, як і інші параметри діяльності банку, залишився на попередньому рівні, тобто повторюється маркетингова стратегія, описана в ситуації 2, але для її реалізації банк встановив дещо вищий рівень компенсації за використання залишків на поточних рахунках клієнтів.

Ситуація 5. Банк встановив компенсацію за користування залишками на поточних рахунках в розмірі 10 %, вартість міжбанківських кредитів дорівнює обліковій ставці НБУ – 10 %, норма резервування НБУ – 15 %. Зазначена маркетингова стратегія банку призвела до того, що розмір залишків на поточних рахунках збільшився на 1 000 000 тис. грн до 1 724 694 тис. грн; зазначене збільшення залишків на поточних рахунках відбулося внаслідок переводу клієнтами банку частини депозитів на поточні рахунки в розмірі 500 000 тис. грн, а також частковій відмові від міжбанківських позик в розмірі 500 000 тис. грн. Усі інші умови впровадження інтегрованих послуг відповідають стану, що висвітлено в ситуації 2. У банку практично відсутні додатково залучені ресурси, фактично відбувся їх перерозподіл в межах певного банку. Така маркетингова стратегія можлива за несприятливих тенденцій регулювання банківської діяльності Національ-

ним банком України. В нашому випадку облікову ставку НБУ зменшено, а норму резервування збільшено, що теоретично могло привести до зменшення обігу міжбанківських ресурсів та маркетингової стратегії банку, пошуку їх замінювача шляхом дуже суттєвого підвищення компенсації за використання ресурсів на поточних рахунках клієнтів банку.

Підставивши відповідні дані в імітаційну модель, отримуємо додатковий дохід від впровадження інтегрованих послуг в розмірі 608 280 тис. грн, економічний ефект від впровадження інтегрованих послуг становить 502 906 тис. грн. Розрахунок показує доцільність впровадженні інтегрованих послуг навіть за таких несприятливих умов. Ефективність впровадження інтегрованих послуг зменшується у порівнянні з умовами в ситуації 2, але вона залишається позитивною. Якщо враховувати той факт, що за несприятливих умов ефективність діяльності конкуруючих банків погіршується включно до збитковості, запропоновану маркетингову стратегію просування інтегрованих послуг можна вважати успішною.

На практиці і в теорії можна створювати безліч можливих ситуацій або їх різновидів та комбінацій. Описані приклади та численні розрахунки свідчать про доцільність, прибутковість та наявність економічного ефекту від впровадження інтегрованих банківських послуг. Разом з тим підрахувати ефективність інтегрованих послуг як таких практично неможливо. Відносно певних умов діяльності окремого комерційного банку та властивих ринкових тенденцій імітаційна модель здатна обраховувати економічні наслідки, наявність економічного ефекту та граничний розмір параметрів при впровадженні інтегро-

ваних банківських послуг.

Наведені розрахунки та моделювання численних ситуацій за допомогою імітаційної моделі дозволяють вважати, що за умов залучення нових ресурсів на поточні рахунки клієнтів банку ефективність впровадження та використання інтегрованих банківських послуг можна вважати доведеною. Разом з тим певні умови впровадження інтегрованих послуг можуть суттєво відобразитися на розмірі економічного ефекту від їх впровадження і навіть завдати збитків банку. Це відбувається внаслідок того, що будь-який інноваційний банківський продукт не здатен сам по собі бути ефективним та прибутковим. Фаховий рівень та індивідуальність менеджерів банку здатні як привести банк до успіху, так і до банкрутства навіть за умов наявності найбільш сучасних технологій ведення банківського бізнесу. Імітаційна модель виступає допоміжним інструментом, котрий адекватно висвітлює взаємозв'язки та їх щільність від певних тактичних дій при впровадженні маркетингової стратегії просування інтегрованих банківських послуг. Імітаційна модель лише підтверджує, що за умов адекватної маркетингової діяльності розмір потенційного прибутку банку дійсно буде значним.

На жаль, відсутня можливість навести практичні приклади застосування інтегрованих банківських послуг. Це відбувається тому, що вони є новим банківським продуктом, а маркетингова стратегія їх впровадження і просування вперше описана в даній роботі. Але це не зменшує актуальності та ефективності такої маркетингової стратегії. Її наукове обґрунтування є першим кроком до практичного застосування та подальшого удосконалення.

Запропоновану імітаційну модель можна використовувати для розрахунку впливу зміни окремого параметра на розмір іншого показника діяльності банку при збереженні розміру витрат на просування банківських продуктів або вплив групи параметрів на обраний показник. Для цього в лівій частині діалогового вікна інтерфейсу імітаційної моделі відмічаємо параметр, вплив на який нам потрібен. Так, наприклад, в ситуації 1 для визначення впливу різних параметрів на обсяг залучених банком депозитів потрібно виділити параметр, що враховує цей показник, а потім коригувати інші і відслідковувати зміни обраного показника. При вводі значення розміру банківської компенсації за використання залишків на поточних рахунках клієнта в розмірі 7 % отримаємо обсяг депозитів в розмірі 2 911 225 тис. грн, що на 38 479 тис. грн, ніж за попередніх умов. Це означає, що при достроковому відзиви зазначеного обсягу депозитів банк може встановити розмір компенсації по поточних рахунках на рівні 7 % та зберегти існуючий рівень прибутку при традиційній маркетинговій стратегії.

Це підкреслює той факт, що само по собі встановлення підвищеного рівня компенсації за використання банком залишків на поточних рахунках не несе в собі суттєвого ризику або значних загроз для ефективної прибуткової діяльності комерційного банку. Разом з тим підвищений рівень компенсації мотивує перехід клієнтів інших банків на розрахункове обслуговування до банку, що впровадив інтегровані послуги, або зацікавлює існуючих володарів депозитних вкладів переводити частку нагромаджень на поточні рахунки в цьому ж банку.

Так, дослідження впливу відсотків по наданих банком кредитів на

обсяг кредитного портфеля можна спостерігати наступну кореляцію. При зменшенні відсотків по кредиту з 22 % до 18 % за умов нарахування 7 % компенсації по використанню залишків на поточних рахунках клієнтів та збереженні інших параметрів ситуації 1 визначаємо, що банк потребує додаткового перерозподілу інших активів банку на користь кредитних операцій в розмірі 165 854 тис. грн, що є непростим, але реальним завданням, враховуючи те, що інші активи банку складають 1 199 214 тис. грн. Це підкреслює той факт, що впровадження інтегрованих банківських послуг додатково розвиває та суттєво підсилює наявні можливості банківських процесів та механізмів при допустимому рівні ризиків та розумному рівні можливих загроз з точки зору загальної ефективності банківської діяльності. В разі невдалої спроби впровадити інтегровані послуги банк володіє інструментами часткового або повного коригування негативних наслідків впровадження інтегрованих послуг.

Запропонована імітаційна модель з певною мірою вірогідності може бути використана для моделювання відповідних процесів, властивих усій банківській системі України при впровадженні інтегрованих послуг в діяльність комерційних банків. Ця модель розроблялась для використання в окремому комерційному банку. Але якщо припустити, що зв'язки властиві окремому банку, а також зв'язки та пропорції, що виникають в банківській системі в цілому (як сукупності всіх банків), є ідентичними, ми можемо використовувати в запропонованій моделі загальні дані банківської системи. Згідно з інформацією, що оприлюднена на сайті НБУ в січні 2008 р., загальний обсяг депозитів складав 280 900 млн грн, загальний розмір наданих

кредитів – 436 100 млн грн, загальний обсяг ресурсів на поточних рахунках – 286 500 млн грн, середня облікова ставка 14,6 %, середня ставка по депозитах – 8,9 %, ставка по банківським кредитам – 13,9 % [131]. Відповідно до офіційної інформації Асоціації українських банків сумарна вартість власного капіталу всіх вітчизняних комерційних банків складає 30 206 млн грн [135].

Підставивши зазначені дані в імітаційну модель, отримуємо розмір витрат на просування банківських продуктів у межах 28 377 100 млн грн. Це означає, що розрахункова ємність послуг, котрі споживає банківська система України для створення та реалізації банківських продуктів, складає понад 28 млрд грн. Ця цифра може бути корисною для підприємств, орієнтованих на специфічний ринок, де банки виступають споживачем рекламних, інформаційних, охоронних, юридичних, консалтингових, поштових, транспортних, рекрутингових, страхових та багатьох інших послуг. Окрім того, імітаційна модель показує, що в зазначених умовах банківська система володіє іншими активами в розмірі 161 506 млн. грн, що складає дуже значний резерв для оптимізації діяльності банківської системи. Додатковим джерелом для підвищення ефективності функціонування національних банківських механізмів може бути, перш за все, розмір ресурсів, що обертається поза банківською системою, що, за даним НБУ, в січні 2008 р. складав 105 400 млн грн [131].

Припустимо, що при впровадженні інтегрованих банківських послуг біля половини ресурсів, що обертається поза банками в розмірі 50 000 млн грн, буде залучена на поточні рахунки комерційних банків. Зафіксувавши зазначений рівень витрат на просування та підставивши

відповідні дані про норми резервування НБУ розміру додатково залучених на банківські рахунки ресурсів, розрахуємо економічний ефект від їх переходу в банківський сектор. При цьому розмір компенсації по залишках на поточних рахунках припустимо на рівні 6 %, обсяг міжбанківських кредитів та депозитів припустимо такий, що дорівнює 0, всі решта показників залишимо без змін. При більш точних розрахунках потрібно враховувати різницю між залишками на рахунках «ЛЮРО» та «НОСТРО» та обсяг наданих та отриманих вексельних боргових зобов'язань, котрі є розрахунковими інструментами і повинні бути враховані. Але навіть за наявних параметрів функціонування банківської системи отримуємо розмір економічного ефекту від залучення грошових ресурсів, що обертаються поза банківською системою, на поточні рахунки комерційних банків на рівні 66 526 100 млн грн. Моделюючи ситуацію можна припустити, що впровадження інтегрованих послуг призведе до переведення частки ресурсів на депозитних вкладах клієнтів на поточні, наприклад, у розмірі 20 000 млн грн, тобто залишки на депозитних рахунках складуть 260 900 млн грн, а залишки на поточних рахунках – 356 500 млн грн. У такому випадку розрахунковий ефект від впровадження інтегрованих послуг збільшиться на 600 000 млн грн і складе 67 126 100 млн грн.

У такий великий розмір економічного ефекту важко повірити. Але якщо усвідомлювати, що кожна залучена гривня з-поза банківського обсягу на поточні рахунки внаслідок мультиплікаційного ефекту, що виникає в процесі кредитування, збільшується в кілька разів, то це не є дивним. Окрім того, даний економічний ефект розраховано за умов, що всі залучені ресурси банки використовують на кредитування. В

реальності певна частка цих ресурсів піде на фінансування інших потреб комерційних банків, а решта ресурсів, що спрямована на формування кредитного портфелю вітчизняних банків повинна бути скоригована на частку кредитів, котрі не повернуться банкам-кредиторам і будуть списані як безнадійна заборгованість. Запропонована імітаційна модель не враховує всіх можливих аспектів функціонування банківської системи. Імітаційна модель може і повинна постійно удосконалюватись. Перевага запропонованої імітаційної моделі полягає у тому, що вона доводить ефективність впровадження інтегрованих банківських послуг з точки зору національної банківської системи України.

Визначені напрями використання запропонованої імітаційної моделі взаємодії основних показників діяльності банку при впровадженні інтегрованих банківських послуг та відповідній маркетинговій стратегії банку засвідчує що ця модель є багатофункціональною. Її використання не обмежується розрахунком економічного ефекту від впровадження інтегрованих послуг. Імітаційна модель може моделювати як реальні, так і прогнозовані зміни головних факторів, що впливають на діяльність комерційного банку, висвітлюючи при цьому кількісну характеристику впливу кожного фактора.

ПІСЛЯМОВА

Наукові дослідження формування та функціонування мультиплікаційних процесів, котрі виникають в банківській системі в процесі кредитування сформували науковий підхід до банківської діяльності, що визначає провідну роль залишків на поточних рахунках клієнтів. Це обумовлює провідну роль банківських послуг, котрі забезпечують залучення клієнтів банку до відкриття поточних рахунків та розрахунково-касове обслуговування. Головною перевагою залишків на поточних рахунках перед традиційними банківськими депозитами є низький розмір витрат комерційного банку у вигляді відсотків, що нараховуються на наявні залишки на поточних рахунках.

У сучасних умовах підвищення конкуренції як на вітчизняному ринку банківських продуктів, так і на світовому вартість банківських кредитів відіграє провідну роль при підвищенні конкурентоспроможності комерційного банку. Для суттєвого здешевлення банківських кредитів потрібні нові інноваційні підходи до формування ресурсної бази банку та банківської системи. Одним з перспективних напрямів здешевлення залучених ресурсів банку при одночасному їх суттєвому збільшенні є впровадження інтегрованих банківських послуг. Інтегровані банківські послуги – це поєднання можливостей розрахункових послуг банку з депозитними продуктами. Впровадження інтегрованих послуг полягає у встановленні високого рівня відсоткової компенсації банком клієнту за фактичне використання вільних залишків на його поточному рахунку.

Маркетингова стратегія впровадження та просування інтегрованих послуг полягає, з одного боку, у встановленні зазначеної компенсації у розмірі, достатньо великому для залучення на розрахункове обслуговування значної кількості нових клієнтів, а з іншого – в розмірі, меншому ніж витрати для залучення депозитів. Однією з багатьох додаткових складових такої маркетингової стратегії банку може бути встановлення «нульового» тарифу на додаткові послуги при розрахунковому обслуговуванні клієнтів банку.

Ефект від впровадження інтегрованих банківських послуг полягає також і в тому, що збільшення ресурсів на поточних рахунках банку дозволяє йому сформувати конкурентні переваги, котрі проявляються у наступному:

- створення більш сприятливих умов для залучення нових клієнтів та надання послуг, що є супутніми розрахунковими послугами при дотриманні попереднього рівня витрат на просування банківських продуктів;
- здешевлення вартості банківських кредитів;
- більш активно використовувати мультиплікаційний ефект у процесі кредитування;
- більш повного задоволення потреб споживачів та розширення можливостей адекватного реагування на відповідні тенденції на ринку банківських продуктів.

Маркетингова стратегія підвищення конкурентоспроможності банку шляхом впровадження інтегрованих банківських послуг є особливо актуальною для кооперативних банків внаслідок їх специфічної місії та особливостей формування залучених банківських ресурсів.

Запропонована імітаційна модель взаємодії основних показників діяльності банку при впровадженні інтегрованих банківських послуг та відповідній маркетинговій стратегії банку наочно демонструє економічний ефект від впровадження інтегрованих послуг. Модель розкриває наявність та щільність зв'язку між основних факторами, що впливають на ефективність застосування інтегрованих послуг та кон'юнктурую банківського ринку.

Ефект від впровадження інтегрованих банківських послуг не обмежується значенням, яке розраховується в імітаційній моделі. Впровадження інноваційних послуг є важливим інструментом захисту соціальних інтересів громадян споживачів банківських послуг, стимулятором суттєвого зменшення обігу грошей поза банківською системою, механізмом укріплення національної валюти України, чинником підвищення конкурентоспроможності українських банків на внутрішньому та світових фінансових ринках.

ДОДАТКИ

Додаток А

Найбільші банки США

(за даними журналу American Banker, 9/05, <http://www.fdic.gov>)

Rank	Name	Headquarters	Deposits (billions)
1	Bank of America	Charlotte, NC	\$683
2	Citicorp	New York, NY	\$628
3	JP Morgan Chase	New York, NY	\$584
4	Wachovia	Charlotte, NC	\$330
5	Wells Fargo	San Francisco, CA	\$308
6	Washington Mutual	Seattle, WA	\$204
7	HSBC Holding	London	\$127
8	SunTrust Bank	Atlanta, GA	\$122
9	U.S. Bancorp	Minneapolis, MN	\$122
10	Royal Bank of Scotland	Edinburgh	\$99
11	National City	Cleveland, OH	\$81
12	BB&T Corporation	Winston-Salem, NC	\$76
13	Fifth Third Bancorp	Cincinnati, OH	\$69
14	Bank of New York	New York, NY	\$65
15	Merrill Lynch and Company	New York, NY	\$64
16	Golden West (World Savings)	Oakland, CA	\$62
17	State Street Corp.	Boston, MA	\$62
18	PNC Financial Services Group	Pittsburgh, PA	\$61
19	Regions Financial	Birmingham, AL	\$61
20	KeyCorp	Cleveland, OH	\$59
21	Capital One Financial*	McClean, VA	\$48
22	ING USA	Wilmington, DE	\$47
23	Countrywide Financial Corp.	Calabasas, CA	\$45
24	Comerica	Detroit, MI	\$45
25	BNP Paribas (Bank of the West)	Paris	\$42
26	Mitsubishi Tokyo (Union Bank)	Tokyo	\$42
27	Sovereign Bancorp	Philadelphia, PA	\$38
28	M&T Bank	Buffalo, NY	\$38
29	North Fork Bancorp	Melville, NY	\$38
30	Commerce Bancorp	Cherry Hill, NJ	\$37

Rank	Name	Headquarters	Deposits (billions)
31	AmSouth Bancorporation	Birmingham, AL	\$37
32	Toronto-Dominion Bank	Toronto, ON	\$35
33	Northern Trust	Chicago, IL	\$35
34	Zions Bancorp	Salt Lake City	\$33
35	Marshall & Ilsley	Milwaukee, WI	\$28
36	Harris Financial Corp.	Wilmington, Del	\$26
37	Huntington Bancshares	Columbus, OH	\$25
38	Popular Inc	San Juan, PR	\$23
39	Mellon Bank	Pittsburgh, PA	\$23
40	Morgan Stanley	New York	\$23
41	Compass Bancshares, Inc.	Birmingham, Ala	\$22
42	Synovus Financial Corp.	Columbus, GA	\$22
43	First Horizon National Bancorp	Memphis	\$22
44	Navy Federal Credit Union	Vienna, VA	\$19.55
45	E-Trade Financial	New York	\$19
46	Lehman Brothers Holdings Inc.	New York	\$18
47	United Services Automobile Association	San Antonio	\$18
48	UBS AG	Zurich	\$16
49	Colonial Bancgroup	Montgomery, AL	\$16
50	Charles Schwab Corp.	San Francisco, CA	\$15
51	Associated Banc-Corp	Green Bay, WI	\$14
52	First Bancorp	San Juan, PR	\$13
53	Astoria Financial Corp.	Lake Success, NY	\$13
54	Mercantile Bankshares Corp.	Baltimore, MD	\$13
55	New York Community Bancorp Inc.	Westbury	\$13
56	First Citizens Bancshares	Raleigh, NC	\$13
57	Deutsche Bank	Frankfurt	\$12
58	State Employees Credit Union	Raleigh, NC	\$12
59	Hudson City Bancorp	Paramus, NJ	\$12
60	Downey Financial Corp	Newport Beach, CA	\$12
61	Webster Financial Corp	Waterbury, CT	\$12
62	City National Bank	Beverly Hills, CA	\$12
63	BOK Financial Corp.	Tulsa, OK	\$11
64	Independence Community Bank	New York	\$11
65	Royal Bank of Canada (Centura)	Toronto	\$11

Rank	Name	Headquarters	Deposits (billions)
66	Ohio Savings Financial	Cleveland, OH	\$11
67	Commerce Bancshares	Kansas City, MO	\$11
68	FBOP Corp	Oak Park, IL	\$11
69	Sky Financial Group	Bowling Green, OH	\$11
70	BF Saul Real Estate Trust	Chevy Chase, MD	\$11
71	New York Private Bank & Trust Corp	New York	\$11
72	Fulton Financial Corp.	Lancaster, PA	\$10
73	Bancorpsouth, Inc.	Tupelo, MS	\$9.7
74	TCF Financial	Wayzata, MN	\$9.7
75	American Express Co.	New York	\$9.5
76	Temple Inland Financial	Diboll, TX	\$9.4
77	Cullen/Frost Bankers Inc.	San Antonio, TX	\$9.4
78	Fremont General Corp.	Santa Monica, CA	\$9.3
79	People's Mutual Holdings	Bridgeport, CT	\$9.3
80	South Financial Group	Greenville, SC	\$9.2
81	Flagstar Bancorp Inc.	Troy, MI	\$8.9
82	W Holding Co.. Inc.	Mayaguez, PR	\$8.9
83	Whitney Holding Corp.	New Orleans, LA	\$8.7
84	Indymac Bancorp. Inc.	Pasadena, CA	\$8.4
85	Valley National Bank	Wayne, NJ	\$8.3
86	Bank of Hawaii	Honolulu, HI	\$8.1
87	Corus Bancshares, Inc.	Chicago, IL	\$8.0
88	First Banks Inc	St. Louis, MO	\$7.9
89	Wilmington Trust	Wilmington, DE	\$7.7
90	Pentagon Federal Credit Union	Alexandria, VA	\$7.7
91	Firstmerit Corp.	Akron, OH	\$7.5
92	Third Federal S&L	Cleveland, OH	\$7.4
93	Arvest Bank Group	Bentonville, AR	\$7.3
94	East West Bancorp, Inc.	San Marino, CA	\$7.0
95	MAF Bancorp	Clarendon Hills, IL	\$7.0
96	Wintrust Financial Corp	Lake Forest, IL	\$6.9
97	FirstBank Holding Co.	Lakewood, CO	\$6.9
98	International Banksharss Corp	Laredo, TX	\$6.8
99	Israel Discount Bank Ltd.	Tel-Aviv	\$6.7
100	Trustmark Corp.	Jackson, MS	\$6.3
101	UCBH Holdings, Inc.	San Francisco	\$6.3

Rank	Name	Headquarters	Deposits (billions)
102	Old National Bancorp	Evansville, IN	\$6.2
103	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.	Bilbao, Spain	\$6.1
104	First Midwest Bancorp, Inc.	Itasca, IL	\$6.0
105	R&G Financial Corp.	San Jaun, Puerto Rico	\$6.0
106	First Niagara Financial	Group Lockport, NY	\$6.0
107	General Motors Acceptance Corp	Greenville, Del	\$5.9
108	Boeing Federal Credit Union	Tukwila, WA	\$5.7
109	UMB Financial Corp.	Kansas City, MO	\$5.6
110	BankUnited Financial Corp.	Coral Gables, FL	\$5.6
111	Texas Regional Bancshares	McAllen, TX	\$5.6
112	Citizens Banking Corp.	Flint, MI	\$5.5
113	Investors Financial Services	Boston, MA	\$5.4
114	Northwest Bancorp MHC	Warren, PA	\$5.4
115	Chittenden Corp	Burlington, VT	\$5.4
116	Banco Santander Central Hispano SA	Madrid, Spain	\$5.4
117	Susquehanna Bancshares Inc.	Lititz, PA	\$5.4
118	Golden 1 Credit Union	Sacramento, CA	\$5.4
119	Hancock Holding Company	Gulfport, MS	\$5.3
120	Orange County Teacher Federal Credit Union	Santa Ana, CA	\$5.2
121	Pacific Capital Bancorp	Santa Barbara, CA	\$5.2
122	Washington Federal, Inc.	Seattle, WA	\$5.2
123	Greater Bay Bancorp	Palo Alto, CA	\$5.1
124	Sterling Financial Corp.	Spokane, WA	\$5.1
125	Central Bancompany	Jefferson City, MO	\$5.1
126	FirstFed Financial Corp	Santa Monica, CA	\$5.1
127	Ocean Bankshares, Inc.	Miami, FL	\$5.1
128	Cathay General Bancorp	Los Angeles, CA	\$5.0
129	Bank Leumi Ie-Israel, BM	Tel-Aviv, Israel	\$4.8
130	Eastern Bank Corp.	Boston	\$4.8
131	Otto Bremer Foundation	St. Paul, MN	\$4.8
132	United Community Banks, Inc.	Blairsville, GA	\$4.7
133	United Bancshares, Inc.	Charleston, W.VA	\$4.7
134	First Citizens Bancorp, Inc.	Columbia, SC	\$4.7
135	Metlife Inc.	New York	\$4.5

Rank	Name	Headquarters	Deposits (billions)
136	Alabama National Bancorp	Birmingham, AL	\$4.4
137	MB Financial, Inc.	Chicago, IL	\$4.4
138	Amcore Financial Inc.	Rockford, IL	\$4.3
139	Umpqua Holdings Corp.	Portland, OR	\$4.2
140	Doral Financial Corp	San Juan, Puerto Rico	\$4.2
141	Capitol Federal Savings Bank MHC	Topeka, KS	\$4.2
142	Provident Bancshares Corp	Baltimore, MD	\$4.2
143	SVB Financial Group	Santa Clara, CA	\$4.2
144	F.N.B. Corp	Hermitage, PA	\$4.1
145	Irwin Financial Corp	Columbus, Ind.	\$4.1
146	First Commonwealth Financial Corporation	Indiana, PA	\$4.0
147	BankAtlantic Bancorp Inc.	Fort Lauderdale, FL	\$4.0
148	NewAlliance Bancshares Inc	New Haven, Conn.	\$4.0
149	Provident Financial Services Inc.	Jersey City, NJ	\$4.0
150	Midland Financial Co.	Oklahoma City	\$3.9
151	Park National Corp.	Newark, Ohio	\$3.8
152	Boston Private Financial Holdings, Inc.	Boston	\$3.8
153	Westamerica Bancorp	San Rafael, CA	\$3.7
154	SNBNY Holdings Limited	Gibraltar	\$3.7
155	Fidelity Bankshares Inc.	West Palm Beach, FL	\$3.7
156	Central Pacific Financial Corp.	Honolulu	\$3.7

Додаток Б

**Депозити фізичних осіб станом на 01.10.2007 р.
за даними Асоціації Українських банків**

(млн грн)

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)**	Частка в зобов'язаннях (%)	У тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити
	ВСЬОГО	130284,952	100,000	31,045	28419,110	101865,842
1	ПРИВАТБАНК	19137,429	14,689	49,577	4419,655	14717,774
2	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	15368,986	11,796	40,747	4272,357	11096,628
3	ОЩАДБАНК	9490,935	7,285	62,824	6264,699	3226,236
4	УКРСОЦБАНК	6516,585	5,002	26,721	1812,097	4704,488
5	НАДРА	5441,191	4,176	35,093	1231,661	4209,531
6	УКРПРОМБАНК	5350,159	4,107	62,454	410,560	4939,599
7	УКРСИББАНК	4514,835	3,465	15,148	705,546	3809,289
8	УКРЕКСІМБАНК	3918,251	3,007	16,469	601,486	3316,765
9	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	3863,567	2,965	36,651	263,812	3599,756
10	ФОРУМ	3364,238	2,582	33,032	259,686	3104,552
11	УКРГАЗБАНК	2638,079	2,025	32,474	412,679	2225,400
12	ПРАВЕКС-БАНК*	2567,951	1,971	51,135	299,369	2268,582
13	КРЕДИТПРОМБАНК*	2400,027	1,842	26,448	207,021	2193,006
14	РОДОВІД БАНК	2192,275	1,683	35,159	92,349	2099,926
15	ОТП БАНК	2158,112	1,656	15,682	1195,862	962,250
16	БРОКБІЗНЕСБАНК	1896,280	1,455	25,272	257,652	1638,628
17	ПІВДЕННИЙ*	1799,123	1,381	29,002	304,967	1494,156
18	КРЕДОБАНК	1783,252	1,369	48,488	271,536	1511,717
19	ПУМБ	1596,117	1,225	15,821	467,333	1128,784
20	ІМЕКС-БАНК	1526,551	1,172	48,633	417,234	1109,317
21	ВІЕЙБІ БАНК	1471,819	1,130	28,028	173,759	1298,060
22	ТАС-КОМЕРЦБАНК	1394,106	1,070	23,131	167,715	1226,391
23	КИЇВ	1227,392	0,942	54,532	88,215	1139,177
24	ІНДЕКС-БАНК	1139,853	0,875	50,571	170,530	969,323
25	ХРЕЩАТИК	1090,598	0,837	30,141	134,943	955,655
26	ДОНГОРБАНК	1026,322	0,788	24,336	162,971	863,351
27	ВТБ БАНК	955,892	0,734	16,795	72,393	883,499
28	ПРОКРЕДИТ БАНК	809,898	0,622	41,236	67,897	742,001
29	КИЇВСЬКА РУСЬ*	783,752	0,602	46,220	65,673	718,078
30	ІНДУСТРІАЛЬБАНК	700,611	0,538	20,175	271,124	429,487
31	МЕГАБАНК	650,311	0,499	46,546	76,767	573,544
32	ЕКСПРЕС-БАНК	582,223	0,447	31,189	267,237	314,986
33	КРЕДИТ-ДНІПРО	558,416	0,429	33,977	114,649	443,767

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)**	Частка в зобов'язаннях (%)	У тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити
34	ЗАХІДІНКОМБАНК	555,185	0,426	49,132	53,548	501,637
35	УКРІНБАНК	534,318	0,410	53,499	57,124	477,194
36	АГРОБАНК*	507,056	0,389	52,207	59,876	447,180
37	ТАВРІКА	496,409	0,381	49,976	10,405	486,004
38	МІЖНАРОДНИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК	457,879	0,351	52,117	44,630	413,249
39	МОРСЬКИЙ ТРАНСПОРТНИЙ БАНК	448,725	0,344	38,894	182,564	266,161
40	УБРП	445,387	0,342	43,677	120,536	324,851
41	БІГ ЕНЕРГІЯ	444,496	0,341	40,739	45,430	399,065
42	ФАКТОРІАЛ-БАНК	434,390	0,333	45,221	60,087	374,303
43	БАНК УНІВЕРСАЛЬНИЙ	434,069	0,333	24,470	44,226	389,843
44	АКТИВ-БАНК	419,961	0,322	32,121	42,710	377,252
45	ДАМАНТБАНК*	408,419	0,313	43,866	24,014	384,404
46	ТАС-ІНВЕСТБАНК	407,504	0,313	15,997	12,363	395,141
47	БАНК НРБ	374,041	0,287	25,117	20,175	353,866
48	ТРАНСБАНК	372,239	0,286	37,201	25,134	347,105
49	ЕКСПОБАНК*	349,865	0,269	39,164	26,858	323,007
50	СКБ ДНІСТЕР	343,551	0,264	41,321	22,272	321,280
51	БАНК РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	342,057	0,263	45,582	14,554	327,503
52	АЛЬФА-БАНК	341,188	0,262	2,895	61,205	279,984
53	МЕРКУРІЙ	337,004	0,259	52,191	43,908	293,096
54	УКРАЇНСЬКИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ БАНК	328,450	0,252	37,129	18,970	309,480
55	ЕЛЕКТРОНБАНК	323,480	0,248	34,262	62,041	261,439
56	СИНТЕЗ	322,015	0,247	55,272	158,885	163,130
57	ДЕМАРК	319,317	0,245	52,147	38,942	280,375
58	БАЗИС	319,208	0,245	41,740	79,507	239,701
59	МЕТАЛУРГ	316,531	0,243	71,426	44,641	271,890
60	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ	316,158	0,243	37,129	16,968	299,190
61	СБРЗ	299,991	0,230	48,002	35,917	264,074
62	КАПІТАЛ	296,966	0,228	44,122	17,489	279,477
63	АРКАДА	282,271	0,217	33,595	8,618	273,653
64	ЗОЛОТІ ВОРОТА	282,188	0,217	42,028	22,627	259,561
65	ІНПРОМБАНК	279,605	0,215	44,114	39,956	239,649
66	ПОЛТАВА-БАНК	253,002	0,194	41,578	52,803	200,199
67	ПЕТРОКОМЕРЦБАНК УКРАЇНА	252,894	0,194	40,664	50,278	202,616

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)**	Частка в зобов'язаннях (%)	У тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити
68	НАЦІОНАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ	224,349	0,172	33,756	4,529	219,821
69	ПІВДЕНКОМБАНК	217,532	0,167	44,109	8,405	209,127
70	УКРАЇНСЬКИЙ ФІНАНСОВИЙ СВІТ	205,006	0,157	59,844	6,331	198,675
71	СЕБ-БАНК	204,784	0,157	20,518	51,209	153,575
72	СХІДНО-СВРОПЕЙСЬКИЙ	196,548	0,151	33,856	15,520	181,028
73	КАМБІО	185,103	0,142	43,297	2,614	182,489
74	МІСТО-БАНК*	183,613	0,141	25,016	18,031	165,582
75	АВТОЗАБАНК	177,771	0,136	25,366	16,721	161,051
76	УКРБІЗНЕСБАНК	172,971	0,133	39,539	12,767	160,204
77	НОВИЙ*	169,015	0,130	45,830	11,882	157,132
78	ЕНЕРГОБАНК	165,716	0,127	25,539	35,364	130,352
79	УНІКРЕДИТ БАНК	160,863	0,123	3,861	85,952	74,911
80	АВТОКРАЗБАНК	160,598	0,123	40,726	6,076	154,522
81	ПРОМЕКОНОМБАНК	156,235	0,120	48,457	3,426	152,809
82	АРТЕМ-БАНК**	155,930	0,120	38,969	18,800	137,130
83	УКРКОМУНБАНК*	152,723	0,117	45,375	10,058	142,665
84	КЛПРИНГОВИЙ ДІМ	150,954	0,116	10,948	24,575	126,379
85	ГРАНТ	145,393	0,112	55,856	12,362	133,030
86	СОЦКОМБАНК*	145,150	0,111	39,185	3,794	141,356
87	ПОРТО-ФРАНКО	143,787	0,110	54,653	36,535	107,251
88	СТОЛИЦЯ	143,526	0,110	40,144	9,530	133,996
89	ЧОРНОМ. БАНК РОЗВИТКУ ТА РЕКОНСТРУКЦІЇ	143,293	0,110	45,796	9,446	133,847
90	ІНТЕГРАЛ	142,687	0,110	40,400	22,039	120,648
91	ДАНІЕЛЬ	136,788	0,105	23,231	5,785	131,003
92	ФОРТУНА-БАНК	136,784	0,105	46,681	23,521	113,264
93	АРМА	133,234	0,102	30,827	0,584	132,650
94	ПРИКАРПАТТЯ	129,092	0,099	41,113	15,732	113,360
95	КОНТРАКТ	127,918	0,098	44,296	1,054	126,863
96	ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК	120,502	0,092	22,291	21,569	98,933
97	КООПІНВЕСТБАНК*	119,214	0,092	57,605	12,992	106,222
98	НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ	119,119	0,091	16,860	1,395	117,724
99	УКРАЇНСЬКИЙ КАПІТАЛ*	111,713	0,086	38,423	6,581	105,132

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)**	Частка в зобов'язаннях (%)	У тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити
100	ФІНБАНК	110,286	0,085	30,431	4,413	105,874
101	ПРИЧОРНОМОР'Я	109,499	0,084	60,304	2,623	106,876
102	ЕРСТЕ БАНК*	97,513	0,075	2,207	4,975	92,538
103	ІНТЕРБАНК	95,251	0,073	44,375	6,669	88,582
104	ТАС-БІЗНЕСБАНК	93,027	0,071	50,595	2,910	90,117
105	ПОЛІКОМБАНК	90,657	0,070	55,924	8,403	82,253
106	УФГ*	89,153	0,068	34,465	4,960	84,193
107	ДЕЛЬТА	88,813	0,068	4,753	5,405	83,408
108	БТА БАНК	87,886	0,067	12,549	4,609	83,278
109	ОДЕСА БАНК	86,932	0,067	35,717	0,870	86,062
110	ЛЕГБАНК	80,904	0,062	26,818	12,220	68,684
111	ЗЕМЕЛЬНИЙ БАНК	80,359	0,062	26,239	9,798	70,561
112	ІНВЕСТБАНК	79,376	0,061	41,333	15,511	63,865
113	АГРОКОМБАНК	76,582	0,059	23,964	3,360	73,222
114	РЕГІОН-БАНК	76,421	0,059	51,144	6,698	69,723
115	ЛЬВІВ	73,769	0,057	31,280	2,252	71,516
116	ІКАР-БАНК	72,738	0,056	55,000	14,026	58,712
117	БАНК ФАМЛЬНИЙ	67,803	0,052	48,214	2,201	65,601
118	ФІНАНСОВА ІНЦЯТИВА	66,595	0,051	2,072	19,622	46,973
119	ВОЛОДИМИРСЬКИЙ	65,404	0,050	46,523	8,364	57,040
120	УКРГАЗПРОМБАНК	64,733	0,050	24,778	3,977	60,757
121	ФІНРОСТБАНК*	63,400	0,049	24,786	1,574	61,826
122	ПРОМИСЛОВО-ФІНАНСОВИЙ БАНК*	62,058	0,048	37,763	7,339	54,719
123	ІНВЕСТ-КРЕДИТ БАНК	60,483	0,046	41,623	0,066	60,417
124	СХІДНО-ПРОМИСЛОВИЙ*	53,439	0,041	54,201	6,034	47,405
125	БМ БАНК*	53,416	0,041	6,187	5,147	48,269
126	ФІНЕКСБАНК	50,853	0,039	12,588	1,739	49,114
127	МОРСЬКИЙ	49,134	0,038	28,674	4,285	44,849
128	ОЛІМПІЙСЬКА УКРАЇНА	45,406	0,035	49,147	0,046	45,361
129	РЕАЛ-БАНК	42,686	0,033	28,070	9,251	33,435
130	СТОЛИЧНИЙ	38,050	0,029	74,223	0,429	37,621
131	УКООПСІЛКА*	37,883	0,029	37,323	1,438	36,444
132	ЄВРОГАЗБАНК	35,665	0,027	22,666	0,043	35,622
133	ІНГ БАНК УКРАЇНА	34,323	0,026	1,111	31,904	2,418

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)**	Частка в зобов'язаннях (%)	У тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити
134	БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЦАД-ЖЕННЯ*	32,245	0,025	7,111	1,121	31,125
135	ТММ-БАНК*	28,526	0,022	28,192	1,244	27,282
136	РАДАБАНК	26,410	0,020	81,501	0,472	25,938
137	ТРАСТ-КАПІТАЛ*	25,811	0,020	12,467	0,569	25,243
138	МІЖНАРОДНИЙ ІПОТЕЧНИЙ БАНК	25,697	0,020	3,581	15,196	10,501
139	ЕрДе БАНК	25,027	0,019	24,426	0,027	25,001
140	УКРАЇНСЬКИЙ КРЕДИТНИЙ БАНК	23,353	0,018	62,164	15,913	7,440
141	КАЛІОН БАНК УКРАЇНА	18,934	0,015	0,870	17,467	1,468
142	БАНК БОГУСЛАВ*	18,127	0,014	54,598	0,028	18,098
143	СБРФ	10,613	0,008	8,404	6,892	3,721
144	УНІКОМБАНК	10,367	0,008	13,216	1,628	8,739
145	ЗЕМЕЛЬНИЙ КАПІТАЛ	8,988	0,007	16,206	0,058	8,930
146	БАНК НАРОДНИЙ КАПІТАЛ*	8,706	0,007	23,311	0,225	8,482
147	КОМЕРЦІЙНИЙ ІНДУСТРІАЛЬНИЙ	8,674	0,007	9,677	3,676	4,998
148	ТК-КРЕДИТ	8,307	0,006	3,603	0,142	8,164
149	КЛАСИК	8,229	0,006	53,181	0,071	8,158
150	ВНЕШТОРГБАНК (УКРАЇНА)*	6,656	0,005	0,373	1,544	5,112
151	СІТІБАНК УКРАЇНА	3,483	0,003	0,138	3,483	0,000
152	ЮНЕКС	2,871	0,002	1,309	0,075	2,796
153	БАНК ВЕЛЕС	2,769	0,002	8,832	0,144	2,625
154	СИГМАБАНК*	1,776	0,001	1,889	0,083	1,693
155	БАНК РЕНЕСАНС КАПІТАЛ*	0,022	0,000	0,004	0,022	0,000
* Банки – не члени АУБ						

Додаток В

Депозити юридичних осіб станом на 01.10.2007 р.

за даними Асоціації Українських банків

(млн грн)

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)***	Частка в зобов'язаннях (%)	В тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити**
	ВСЬОГО	129082,879	100,000	30,759	59859,763	69223,116
1	ПРИВАТБАНК	11452,554	8,872	29,669	5259,589	6192,964
2	УКРСОЦБАНК	8298,205	6,429	34,026	4611,644	3686,560
3	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	7985,471	6,186	21,172	5071,853	2913,617
4	УКРЕКСІМБАНК	7010,078	5,431	29,464	2938,761	4071,317
5	УКРСИББАНК	5622,708	4,356	18,865	2960,031	2662,677
6	АЛЬФА-БАНК	5061,942	3,921	42,956	1925,388	3136,553
7	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	4149,512	3,215	39,363	1454,250	2695,263
8	ОЩАДБАНК	3909,926	3,029	25,881	3350,598	559,329
9	ФОРУМ	3520,460	2,727	34,565	536,987	2983,472
10	НАДРА	3444,420	2,668	22,215	1420,053	2024,367
11	БРОКБІЗНЕСБАНК	3373,870	2,614	44,964	1265,446	2108,424
12	ПУМБ	3209,572	2,486	31,814	1409,669	1799,903
13	ПІВДЕННИЙ*	2956,082	2,290	47,652	1518,933	1437,150
14	ОТП БАНК	2696,401	2,089	19,594	1708,632	987,769
15	КРЕДИТПРОМБАНК*	2679,014	2,075	29,522	422,816	2256,197
16	СІТБАНК УКРАЇНА	2336,617	1,810	92,483	847,742	1488,876
17	ІНДУСТРІАЛБАНК	2331,816	1,806	67,149	1015,453	1316,363
18	ДОНГОРБАНК	2157,605	1,671	51,160	1212,668	944,937
19	УКРПРОМБАНК	1776,039	1,376	20,732	375,225	1400,815
20	ХРЕЩАТИК	1664,865	1,290	46,013	645,980	1018,885
21	ІНГ БАНК УКРАЇНА	1590,774	1,232	51,475	1080,295	510,479
22	Віейбі БАНК	1584,182	1,227	30,168	730,139	854,043
23	РОДОВІД БАНК	1571,457	1,217	25,202	413,523	1157,934
24	УКРГАЗБАНК	1532,886	1,188	18,869	575,153	957,733
25	ФІНАНСОВА ІНІЦІАТИВА	1486,700	1,152	46,245	155,645	1331,055
26	ВТБ БАНК	1457,277	1,129	25,604	685,607	771,669
27	КАЛІОН БАНК УКРАЇНА	1453,290	1,126	66,744	981,859	471,430
28	УНІКРЕДИТ БАНК	1334,747	1,034	32,035	831,553	503,193

Продовж. додатка В

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)***	Частка в зобов'язаннях (%)	В тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити**
29	ЕКСПРЕС-БАНК	1176,907	0,912	63,046	628,607	548,300
30	КЛІРИНГОВИЙ ДІМ	1142,176	0,885	82,836	1091,471	50,706
31	КРЕДОБАНК	1124,674	0,871	30,580	461,113	663,561
32	ТАС-КОМЕРЦБАНК	1088,079	0,843	18,053	446,544	641,535
33	ІМЕКС-БАНК	867,275	0,672	27,630	248,254	619,021
34	ТАС-ІНВЕСТБАНК	846,868	0,656	33,245	167,930	678,938
35	ПРАВЕКС-БАНК*	826,959	0,641	16,467	587,133	239,826
36	КИЇВ	814,082	0,631	36,169	313,727	500,355
37	КРЕДИТ-ДНІПРО	746,260	0,578	45,406	177,713	568,547
38	ПРОКРЕДИТ БАНК	700,585	0,543	35,670	132,224	568,361
39	МОРСЬКИЙ ТРАНСПОРТНИЙ БАНК	654,814	0,507	56,757	280,118	374,696
40	КИЇВСЬКА РУСЬ*	646,044	0,500	38,099	299,593	346,451
41	БАНК НРБ	609,610	0,472	40,935	217,175	392,436
42	ІНДЕКС-БАНК	566,835	0,439	25,148	269,222	297,613
43	АКТИВ-БАНК	516,412	0,400	39,498	168,484	347,928
44	МЕГАБАНК	514,650	0,399	36,836	158,141	356,509
45	БМ БАНК*	469,214	0,363	54,351	369,951	99,264
46	АВТОАЗБАНК	462,042	0,358	65,928	91,975	370,068
47	ТРАНСБАНК	460,474	0,357	46,019	199,003	261,471
48	ФАКТОРІАЛ-БАНК	433,679	0,336	45,147	98,335	335,344
49	ЗАХІДІНКОМБАНК	427,369	0,331	37,820	199,205	228,165
50	АРКАДА	403,080	0,312	47,974	326,531	76,549
51	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ	384,115	0,298	45,110	75,749	308,366
52	НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ	376,386	0,292	53,273	105,678	270,708
53	ТАВРІКА	368,486	0,285	37,097	146,862	221,624
54	ЗОЛОТІ ВОРОТА	363,424	0,282	54,127	119,530	243,894
55	УКРІНБАНК	360,184	0,279	36,063	250,883	109,300
56	МІЖНАРОДНИЙ ІПОТЕЧНИЙ БАНК	348,562	0,270	48,577	206,552	142,010
57	УБРП	344,326	0,267	33,766	181,395	162,930
58	ВНЕШТОРГБАНК (УКРАЇНА)*	343,239	0,266	19,209	62,932	280,308
59	МІСТО-БАНК*	336,359	0,261	45,827	126,162	210,197
60	АГРОБАНК*	333,403	0,258	34,328	116,290	217,113
61	ФІНЕКСБАНК	309,915	0,240	76,713	253,896	56,019
62	ПЕТРОКОМЕРЦ-БАНК УКРАЇНА	309,354	0,240	49,743	158,973	150,381

Продовж. додатка В

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)***	Частка в зобов'язаннях (%)	В тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити**
63	БАЗИС	308,019	0,239	40,277	141,618	166,401
64	ДІАМАНТБАНК*	306,074	0,237	32,874	143,721	162,353
65	СЕБ-БАНК	304,714	0,236	30,530	231,819	72,895
66	ЕНЕРГОБАНК	297,748	0,231	45,886	199,401	98,347
67	ПОЛТАВА-БАНК	287,969	0,223	47,325	107,142	180,827
68	БІГ ЕНЕРГІЯ	286,859	0,222	26,291	46,730	240,128
69	БАНК РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	280,503	0,217	37,380	110,912	169,591
70	ДАНІЕЛЬ	279,244	0,216	47,425	155,750	123,494
71	МІЖНАРОДНИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК	273,441	0,212	31,124	131,615	141,826
72	МЕРКУРІЙ	272,417	0,211	42,188	74,136	198,280
73	НАЦІОНАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ	267,085	0,207	40,186	104,471	162,614
74	СКБ ДНІСТЕР	262,910	0,204	31,622	102,704	160,206
75	УКРАЇНСЬКИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ БАНК	255,507	0,198	28,884	137,629	117,878
76	ІНПРОМБАНК	255,485	0,198	40,308	154,471	101,014
77	БТА БАНК	254,681	0,197	36,366	65,784	188,897
78	УКРБІЗНЕСБАНК	220,786	0,171	50,469	108,727	112,059
79	ДЕМАРК	216,857	0,168	35,414	108,616	108,240
80	ЗЕМЕЛЬНИЙ БАНК	209,741	0,162	68,484	44,025	165,716
81	БАНК УНІВЕРСАЛЬНИЙ	208,170	0,161	11,735	130,086	78,083
82	БАНК РЕНЕСАНС КАПІТАЛ*	205,594	0,159	41,110	16,619	188,975
83	ЕКСПОБАНК*	204,216	0,158	22,860	135,903	68,312
84	ДЕЛЬТА	199,273	0,154	10,664	76,157	123,115
85	СХІДНО-ЄВРОПЕЙСЬКИЙ	197,673	0,153	34,050	98,465	99,208
86	ЮНЕКС	197,621	0,153	90,087	115,401	82,220
87	КАМБІО	196,682	0,152	46,005	69,373	127,309
88	НОВИЙ*	189,398	0,147	51,357	102,793	86,605
89	АВТОКРАЗБАНК	176,069	0,136	44,649	66,806	109,263
90	ЛЕГБАНК	174,703	0,135	57,911	141,599	33,104
91	КАПІТАЛ	168,696	0,131	25,064	92,296	76,400
92	СИНТЕЗ*	167,618	0,130	28,771	151,997	15,621
93	ФІНБАНК	163,149	0,126	45,017	23,985	139,164
94	ЕЛЕКТРОНБАНК	163,050	0,126	17,270	87,970	75,080

Продовж. додатка В

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)***	Частка в зобов'язаннях (%)	В тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити**
95	СОЦКОМБАНК*	161,715	0,125	43,657	52,212	109,504
96	ПІВДЕНКОМБАНК	160,334	0,124	32,511	82,665	77,669
97	БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕННЯ*	159,217	0,123	35,111	85,711	73,507
98	ЧОРНОМ.БАНК РОЗВИТКУ ТА РЕКОНСТРУКЦІЇ	157,604	0,122	50,369	67,052	90,552
99	СТОЛИЦЯ	156,858	0,122	43,873	146,998	9,860
100	УКРКОМУНБАНК*	152,713	0,118	45,372	127,512	25,201
101	АРМА	150,271	0,116	34,770	65,268	85,003
102	ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК	149,114	0,116	27,584	113,661	35,453
103	СБРЗ	148,655	0,115	23,787	62,119	86,536
104	ЛЬВІВ	140,391	0,109	59,529	18,827	121,565
105	АРТЕМ-БАНК*	129,995	0,101	32,488	23,630	106,365
106	ФІНРОСТБАНК*	129,614	0,100	50,672	10,064	119,550
107	ПРОМЕКОНОМ-БАНК	124,908	0,097	38,741	72,994	51,914
108	ФОРТУНА-БАНК	122,129	0,095	41,680	41,529	80,600
109	АГРОКОМБАНК	120,957	0,094	37,850	69,309	51,648
110	ІНТЕГРАЛ	115,267	0,089	32,636	84,651	30,616
111	ТК-КРЕДИТ	108,168	0,084	46,923	61,356	46,811
112	МЕТАЛУРГ	104,800	0,081	23,648	59,281	45,520
113	МОРСЬКИЙ	93,907	0,073	54,803	36,205	57,703
114	УФГ*	87,646	0,068	33,883	16,571	71,075
115	ГРАНТ	82,277	0,064	31,609	56,641	25,636
116	ОДЕСА БАНК	74,090	0,057	30,441	14,406	59,684
117	ТММ-БАНК*	72,446	0,056	71,598	61,458	10,989
118	УКРГАЗПРОМ-БАНК	69,921	0,054	26,764	27,094	42,828
119	УКРАЇНСЬКИЙ КАПІТАЛ*	68,345	0,053	23,507	50,005	18,340
120	ІНВЕСТБАНК	68,219	0,053	35,524	48,961	19,259
121	ТАС-БІЗНЕСБАНК	67,840	0,053	36,896	20,988	46,853
122	УНККОМБАНК	67,749	0,052	86,362	67,049	0,700
123	ТРАСТ-КАПІТАЛ*	63,699	0,049	30,767	32,492	31,207
124	КОНТРАКТ	62,192	0,048	21,536	19,736	42,456
125	ПОРТО-ФРАНКО	61,295	0,047	23,298	16,671	44,624
126	КОМЕРЦІЙНИЙ ІНДУСТРІАЛЬНИЙ	59,175	0,046	66,022	53,805	5,370
127	УКРАЇНСЬКИЙ ФІНАНСОВИЙ СВІТ	59,091	0,046	17,249	10,559	48,532

Продовж. додатка В

№ п/п	Банк	Сума, всього	Питома вага (%)***	Частка в зобов'язаннях (%)	В тому числі	
					кошти до запитання	строкові депозити**
128	ПРОМИСЛОВО-ФІНАНСОВИЙ БАНК*	58,298	0,045	35,475	33,783	24,515
129	ІНТЕРБАНК	58,154	0,045	27,092	18,021	40,132
130	РЕГІОН-БАНК	54,478	0,042	36,459	44,432	10,046
131	УКООПСПІЛКА*	50,926	0,039	50,174	32,256	18,670
132	ІКАР-БАНК	47,994	0,037	36,290	36,108	11,887
133	ПРИЧОРНОМОР'Я	45,879	0,036	25,267	27,496	18,383
134	ПОЛКОМБАНК	44,846	0,035	27,665	19,304	25,543
135	ЄБРФ	44,492	0,034	35,232	43,676	0,816
136	РЕАЛ-БАНК	41,654	0,032	27,390	20,700	20,954
137	КООПІНВЕСТБАНК*	36,870	0,029	17,816	26,619	10,250
138	СХІДНО-ПРОМИСЛОВИЙ*	32,333	0,025	32,794	8,785	23,548
139	ПРИКАРПАТТЯ	29,946	0,023	9,537	22,891	7,055
140	ЗЕМЕЛЬНИЙ КАПІТАЛ	23,785	0,018	42,885	14,268	9,517
141	ЕрДе БАНК	21,546	0,017	21,028	19,653	1,893
142	БАНК ВЕЛЕС	20,903	0,016	66,668	20,174	0,730
143	ЄВРОГАЗБАНК	20,557	0,016	13,065	15,335	5,222
144	БАНК ФАМІЛЬНИЙ	19,681	0,015	13,995	11,358	8,323
145	ОЛІМПІЙСЬКА УКРАЇНА	17,556	0,014	19,002	6,368	11,188
146	ІНВЕСТ-КРЕДИТ БАНК	15,187	0,012	10,451	2,828	12,358
147	БАНК НАРОДНИЙ КАПІТАЛ*	11,773	0,009	31,520	7,513	4,260
148	УКРАЇНСЬКИЙ КРЕДИТНИЙ БАНК	10,613	0,008	28,251	0,513	10,100
149	ЕРСТЕ БАНК*	10,226	0,008	0,231	8,380	1,846
150	ВОЛОДИМИРСЬКИЙ	9,953	0,008	7,080	9,317	0,636
151	БАНК БОГУСЛАВ*	8,241	0,006	24,821	1,521	6,720
152	СТОЛИЧНИЙ	7,103	0,006	13,857	1,753	5,350
153	КЛАСИК	6,773	0,005	43,771	2,643	4,130
154	РАДАБАНК	4,279	0,003	13,206	3,137	1,142
155	СИГМАБАНК*	1,967	0,002	2,092	1,888	0,079
* Банки – не члени АУБ						

Додаток Г

Міжнародна інвестиційна позиція України на кінець 2006 р.

(млн дол. США)

	Залишок на 01.01.2006	Зміни за рахунок операцій (5-4)	Курсова різниця, переоцінка капіталу та інші змінення	Потік за рік (зміни в цілому)	Залишок на 01.01.2007
Активи	27 257	17 293	-11 882	5 411	32 668
Резервні активи	19 391	1 999	866	2 865	22 256
Прямі інвестиції за кордон	468	-133	9	-124	344
Портфельні інвестиції	56	3	6	9	65
Цінні папери, що дають право на участь у капіталі	50	2	6	8	58
Боргові цінні папери	6	1	0	1	7
Інші інвестиційні активи	7 342	15 424	-12 763	2 661	10 003
Торгові кредити	3 038	1 317	78	1 395	4 433
Короткострокові кредити	346	143	26	169	515
Довгострокові кредити	60	78	1	79	139
Валюта та депозити	3425	896	126	1 022	4 447
Готівкова іноземна валюта поза банками	...	8 647	-8647	0	...
Обсяги недоотриманої виручки за експорт товарів та послуг, оплати за імпорт, що не надійшов, і платежі за фіктивними операціями з цінними паперами	...	4356	-4356	0	...
Інші активи	473	-13	9	-4	469
Пасиви	56 870	18 970	1 137	20 107	76 977
Прямі інвестиції в Україну	17 209	5 604	312	5 916	23 125
Портфельні інвестиції	9 011	3 586	299	3885	12 896

	Залишок на 01.01.2006	Зміни за рахунок операцій (5-4)	Курсова різниця, переоцінка капіталу та інші змінення	Потік за рік (зміни в цілому)	Залишок на 01.01.2007
Цінні папери, що дають право на участь у капіталі	876	322	50	372	1248
Боргові цінні папери	8 135	3 264	249	3 513	11 648
Інші інвестиційні зобов'язання	30 650	9 780	526	10 306	40 956
Торгові кредити	8 262	1 228	178	1 406	9 668
Короткострокові кредити	2 495	3 682	-60	3 622	6 117
Довгострокові кредити	16 792	5 175	494	5 669	22 461
Надані МФО та гарантовані Урядом	7 864	-577	131	-446	7 418
негарантовані	8 928	5 752	363	6 115	15 043
Фінансовий лізинг	86	55	44	99	185
Валюта та депозити	1 765	16	10	26	1 791
Інші зобов'язання	1 250	-376	-140	-516	734
Чиста міжнародна інвестиційна позиція	-29 613	-1 677	-13 019	-14 696	-44 309

Додаток Д

Активи та зобов'язання станом на 01.10.2007 р.

за даними Асоціації українських банків

(млн грн)

№ п/п	Банк	Активи	Питома вага (%)**	Балансовий капітал	Зобов'язання
	ВСЬОГО	473645,70	100,00	53984,99	419660,70
1	ПРИВАТБАНК	43013,38	9,081	4411,90	38601,48
2	РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	41366,76	8,734	3648,93	37717,82
3	УКРСИББАНК	32744,92	6,913	2940,33	29804,59
4	УКРСОЦБАНК	27209,02	5,745	2821,27	24387,75
5	УКРЕКСІМБАНК	25969,34	5,483	2177,28	23792,06
6	НАДРА	17163,19	3,624	1657,99	15505,21
7	ОЩАДБАНК	17071,87	3,604	1964,61	15107,26
8	ОТП БАНК	14988,89	3,165	1227,42	13761,47
9	АЛЬФА-БАНК	13307,12	2,810	1523,21	11783,91
10	ПУМБ	11523,96	2,433	1435,55	10088,41
11	ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ	11502,49	2,429	960,86	10541,63
12	ФОРУМ	11489,39	2,426	1304,49	10184,90
13	КРЕДИТПРОМБАНК*	9966,09	2,104	891,60	9074,48
14	УКРПРОМБАНК	9665,70	2,041	1099,17	8566,53
15	УКРГАЗБАНК	8759,14	1,849	635,45	8123,68
16	БРОКБІЗНЕСБАНК	8672,92	1,831	1169,43	7503,49
17	РОДОВІД БАНК	7344,82	1,551	1109,48	6235,33
18	ПІВДЕННИЙ*	6891,11	1,455	687,68	6203,42
19	ТАС-КОМЕРЦБАНК	6602,74	1,394	575,62	6027,12
20	ВТБ БАНК	6175,71	1,304	484,18	5691,53
21	Віейбі БАНК	5898,02	1,245	646,74	5251,27
22	ПРАВЕКС-БАНК*	5709,13	1,205	687,25	5021,88
23	УНКРЕДИТ БАНК	4955,45	1,046	788,87	4166,58
24	ЕРСТЕ БАНК*	4725,85	0,998	307,20	4418,65
25	ДОНГОРБАНК	4714,63	0,995	497,27	4217,36
26	ФІНАНСОВА ІНІЦІАТИВА	4453,94	0,940	1239,11	3214,82
27	ХРЕЩАТИК	4282,71	0,904	664,45	3618,26
28	КРЕДОБАНК	4118,03	0,869	440,28	3677,75
29	ІНДУСТРІАЛБАНК	3922,64	0,828	450,02	3472,62
30	ІНГ БАНК УКРАЇНА	3658,97	0,773	568,61	3090,36
31	ІМЕКС-БАНК	3520,06	0,743	381,17	3138,89

Продовж. додатка Д

№ п/п	Банк	Активи	Питома вага (%)**	Балансовий капітал	Зобов'язання
32	СІТБАНК УКРАЇНА	2874,30	0,607	347,77	2526,53
33	ТАС-ІНВЕСТБАНК	2834,35	0,598	287,02	2547,34
34	ІНДЕКС-БАНК	2662,50	0,562	408,54	2253,95
35	КИЇВ	2481,37	0,524	230,62	2250,75
36	КАЛПОН БАНК УКРАЇНА	2435,83	0,514	258,41	2177,42
37	ДЕЛЬТА	2233,11	0,471	364,42	1868,69
38	ЕКСПРЕС-БАНК	2173,92	0,459	307,17	1866,75
39	ПРОКРЕДИТ БАНК	2164,92	0,457	200,86	1964,06
40	ВНЕШТОРГБАНК (УКРАЇНА)*	2102,61	0,444	315,75	1786,86
41	КРЕДИТ-ДНІПРО	2038,97	0,430	395,44	1643,53
42	БАНК УНІВЕРСАЛЬНИЙ	1858,31	0,392	84,44	1773,87
43	КЛІРИНГОВИЙ ДІМ	1817,83	0,384	439,00	1378,83
44	КИЇВСЬКА РУСЬ*	1795,08	0,379	99,36	1695,71
45	МЕГАБАНК	1716,52	0,362	319,37	1397,15
46	АКТИВ-БАНК	1683,39	0,355	375,95	1307,44
47	БАНК НРБ	1622,33	0,343	133,13	1489,20
48	УКРІНБАНК	1429,62	0,302	430,87	998,75
49	МОРСЬКИЙ ТРАНС-ПОРТНИЙ БАНК	1295,09	0,273	141,38	1153,71
50	АГРОБАНК*	1288,48	0,272	317,24	971,23
51	БІГ ЕНЕРГІЯ	1251,48	0,264	160,39	1091,09
52	ЗАХІДІНКОМБАНК	1251,06	0,264	121,07	1129,99
53	СЕБ-БАНК	1181,51	0,249	183,44	998,07
54	УБРП	1177,48	0,249	157,75	1019,73
55	ТАВРІКА	1102,00	0,233	108,71	993,30
56	ФАКТОРІАЛ-БАНК	1100,17	0,232	139,57	960,60
57	УКРАЇНСЬКИЙ ПРОФЕСІЙНИЙ БАНК	1090,22	0,230	205,61	884,61
58	ТРАНСБАНК	1081,77	0,228	81,16	1000,62
59	ДІАМАНТБАНК*	1070,09	0,226	139,02	931,07
60	ЕКСПОБАНК*	1065,31	0,225	171,97	893,33
61	ЕЛЕКТРОНБАНК	1052,95	0,222	108,83	944,12
62	АРКАДА	1041,83	0,220	201,63	840,20
63	БМ БАНК*	1031,10	0,218	167,80	863,30
64	ЄВРОПЕЙСЬКИЙ	983,88	0,208	132,37	851,51
65	МІЖНАРОДНИЙ КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК	959,51	0,203	80,96	878,55
66	СКБ ДНІСТЕР	910,01	0,192	78,60	831,41
67	БАЗИС	851,87	0,180	87,12	764,75
68	БАНК РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	827,29	0,175	76,87	750,42

Продовж. додатка Д

№ п/п	Банк	Активи	Питома вага (%)**	Балансовий капітал	Зобов'язання
69	МІСТО-БАНК*	819,66	0,173	85,67	733,98
70	МІЖНАРОДНИЙ ІПОТЕЧНИЙ БАНК	810,92	0,171	93,37	717,55
71	АВТОЗАБАНК	808,78	0,171	107,95	700,82
72	БТА БАНК	763,07	0,161	62,75	700,32
73	НАЦІОНАЛЬНИЙ СТАНДАРТ	762,39	0,161	55,87	706,52
74	ЗОЛОТІ ВОРОТА	750,36	0,158	78,94	671,42
75	ПЕРШИЙ ІНВЕСТИЦІЙНИЙ БАНК	747,83	0,158	207,25	540,58
76	ДЕМАРК	741,79	0,157	129,44	612,34
77	ЕНЕРГОБАНК	741,24	0,156	92,36	648,88
78	КАПІТАЛ	737,49	0,156	64,43	673,06
79	СБРЗ	734,75	0,155	109,79	624,96
80	ІНПРОМБАНК	733,60	0,155	99,77	633,83
81	ПОЛТАВА-БАНК	733,59	0,155	125,10	608,50
82	НАЦІОНАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ	722,43	0,153	57,80	664,63
83	МЕРКУРІЙ	716,09	0,151	70,37	645,72
84	ПЕТРОКОМЕРЦБАНК УКРАЇНА	699,66	0,148	77,76	621,91
85	СИНТЕЗ*	672,12	0,142	89,52	582,60
86	ДАНІЕЛЬ	667,71	0,141	78,90	588,82
87	СХІДНО-ЄВРОПЕЙСЬКИЙ	644,80	0,136	64,26	580,54
88	БАНК РЕНЕСАНС КАПІТАЛ*	644,79	0,136	144,69	500,10
89	БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕННЯ*	617,57	0,130	164,11	453,47
90	ПІВДЕНКОМБАНК	616,87	0,130	123,70	493,17
91	МЕТАЛУРГ	542,45	0,115	99,30	443,16
92	АРМА	516,09	0,109	83,90	432,19
93	УКРБІЗНЕСБАНК	507,85	0,107	70,38	437,47
94	КАМБІО	487,79	0,103	60,27	427,52
95	АРТЕМ-БАНК*	476,35	0,101	76,21	400,14
96	ФІНБАНК	463,00	0,098	100,58	362,42
97	АВТОКРАЗБАНК	462,81	0,098	68,47	394,34
98	ЗЕМЕЛЬНИЙ БАНК	456,81	0,096	150,54	306,26
99	УКРАЇНСЬКИЙ ФІНАНСОВИЙ СВІТ	456,04	0,096	113,47	342,57
100	ФІНЕКСБАНК	450,61	0,095	46,62	403,99
101	СТОЛИЦЯ	448,63	0,095	91,10	357,53
102	СОЦКОМБАНК*	448,35	0,095	77,93	370,43
103	ІНТЕГРАЛ	444,31	0,094	91,12	353,19
104	НОВИЙ*	431,41	0,091	62,62	368,79

Продовж. додатка Д

№ п/п	Банк	Активи	Питома вага (%)**	Балансовий капітал	Зобов'язання
105	УКРКОМУНБАНК*	396,86	0,084	60,28	336,58
106	ФОРТУНА-БАНК	390,28	0,082	97,27	293,02
107	АГРОКОМБАНК	385,01	0,081	65,44	319,57
108	ПРОМЕКОНОМБАНК	380,27	0,080	57,85	322,42
109	УКРГАЗПРОМБАНК	372,32	0,079	111,06	261,25
110	ЧОРНОМ.БАНК РОЗВИТКУ ТА РЕКОНСТРУКЦІЇ	367,99	0,078	55,09	312,90
111	ЛЕГБАНК	364,21	0,077	62,53	301,67
112	УКРАЇНСЬКИЙ КАПІТАЛ*	363,24	0,077	72,50	290,75
113	ЛЬВІВ	362,81	0,077	126,98	235,84
114	ПРИКАРПАТТЯ	352,71	0,074	38,72	313,99
115	КОНТРАКТ	348,62	0,074	59,84	288,78
116	ОДЕСА БАНК	337,56	0,071	94,17	243,39
117	ГРАНТ	326,43	0,069	66,13	260,30
118	УФГ*	321,99	0,068	63,32	258,67
119	ПОРТО-ФРАНКО	321,05	0,068	57,95	263,09
120	ЄБРФ	311,83	0,066	185,54	126,28
121	ФІНРОСТБАНК*	307,91	0,065	52,12	255,79
122	ПРИЧОРНОМОР'Я	289,13	0,061	107,55	181,58
123	КООПІНВЕСТБАНК*	282,30	0,060	75,35	206,95
124	ЮНЕКС	281,74	0,059	62,38	219,37
125	ІНТЕРБАНК	276,18	0,058	61,53	214,65
126	ТАС-БІЗНЕСБАНК	273,13	0,058	89,26	183,87
127	ТК-КРЕДИТ	273,03	0,058	42,50	230,52
128	ПОЛКОМБАНК	256,43	0,054	94,32	162,11
129	ТРАСТ-КАПІТАЛ*	254,60	0,054	47,56	207,04
130	ЄВРОГАЗБАНК	231,89	0,049	74,54	157,35
131	РЕАЛ-БАНК	231,25	0,049	79,18	152,07
132	ІНВЕСТБАНК	229,71	0,048	37,67	192,04
133	МОРСЬКИЙ	222,46	0,047	51,10	171,36
134	ПРОМИСЛОВО-ФІНАНСОВИЙ БАНК*	221,08	0,047	56,75	164,33
135	РЕГІОН-БАНК	198,11	0,042	48,68	149,42
136	ІКАР-БАНК	196,69	0,042	64,44	132,25
137	ВОЛОДИМИРСЬКИЙ	194,57	0,041	53,99	140,58
138	ІНВЕСТ-КРЕДИТ БАНК	194,02	0,041	48,70	145,31
139	БАНК ФАМІЛЬНИЙ	188,67	0,040	48,04	140,63
140	УКООПСІЛКА*	170,79	0,036	69,29	101,50
141	ЕрДе БАНК	169,29	0,036	66,83	102,46

Продовж. додатка Д

№ п/п	Банк	Активи	Питома вага (%)**	Балансовий капітал	Зобов'язання
142	СИГМАБАНК*	162,46	0,034	68,45	94,01
143	КОМЕРЦІЙНИЙ ІНДУСТРІАЛЬНИЙ	153,78	0,032	64,15	89,63
144	ОЛІМПІЙСЬКА УКРАЇНА	152,67	0,032	60,28	92,39
145	ТММ-БАНК*	143,23	0,030	42,05	101,18
146	УНІКОМБАНК	141,71	0,030	63,26	78,45
147	СХІДНО-ПРОМИСЛОВИЙ*	137,38	0,029	38,79	98,60
148	УКРАЇНСЬКИЙ КРЕДИТНИЙ БАНК	133,22	0,028	95,66	37,57
149	СТОЛИЧНИЙ	109,94	0,023	58,68	51,26
150	ЗЕМЕЛЬНИЙ КАПІТАЛ	93,25	0,020	37,79	55,46
151	БАНК ВЕЛЕС	87,69	0,019	56,34	31,35
152	БАНК БОГУСЛАВ*	73,59	0,016	40,39	33,20
153	БАНК НАРОДНИЙ КАПІТАЛ*	73,02	0,015	35,67	37,35
154	РАДАБАНК	69,51	0,015	37,11	32,40
155	КЛАСИК	62,05	0,013	46,57	15,47
* Банки – не члени АУБ					

Додаток Е

Грошова маса за даними Національного банку України

(на кінець періоду, млн грн)

Період	M0	M1	M2	M3**
1991*	0.3	1.7	2.4	–
1992	5	21	25	–
1993	128	334	482	–
1994	793	1 860	3 216	–
1995	2 623	4 682	6 846	6 930
1996	4 041	6 315	9 023	9 364
1997	6 132	9 050	12 448	12 541
1998	7 158	10 331	15 432	15 705
1999	9 583	14 094	21 714	22 070
2000	12 799	20 762	31 544	32 252
2001	19 465	29 796	45 186	45 755
2002	26 434	40 281	64 321	64 870
2003	33 119	51 541	94 855	95 043
2004	42 345	67 090	125 483	125 801
2005	60 231	98 573	193 145	194 071
2006	74 984	123 276	259 413	261 063
2007				

* Розрахунки МВФ;

** до 1998 р. M3 = M2 + кошти клієнтів за трасовими операціями банків.

Додаток Ж

Зобов'язання банків за коштами, залученими на рахунках
суб'єктів господарювання та фізичних осіб за даними НБУ

(на кінець періоду, млн грн)

Період	Усього	У тому числі											
		у національній валюті						в іноземній валюті					
		усього	у тому числі				усього	у тому числі					
			до запитання	з них		строкові		з них довгострокові	до запитання	з них		строкові	з них довгострокові
переказні	інші	переказні		інші									
1991	2	2	1	1	...	–	–	–	–
1992	20	18	15	3	...	2
1993	353	254	206	48	...	99	1 993
1994	2 422	1 401	1 067	334	...	1 021	1 994
1995	4 287	2 710	2 123	587	...	1 577	973	605	...
1996	5 145	3 583	2 595	988	...	1 562	907	655	...
1997	6 357	4 685	2 959	1 726	...	1 672	861	811	...
1998	8 278	5 046	3 203	1 843	280	3 232	1 782	1 451	255
1999	12 156	6 830	4 557	2 273	339	5 326	3 033	2 293	334

Продовж. додатка Ж

Період	Усього	У тому числі											
		у національній валюті						в іноземній валюті					
		усього	у тому числі					усього	у тому числі				
			до запитання	з них		строкові	з них довгострокові		до запитання	з них		строкові	з них довгострокові
переказні	інші	переказні	інші										
2000	18 738	11 551	8 013	3 537	585	7 188	3 364	3 824	560
2001	25 674	17 393	10 394	6 999	2 090	8 281	3 053	5 228	1 461
2002	37 715	25 636	13 880	11 756	5 396	12 079	4 033	8 046	3 755
2003	61 365	41 794	20 109	18 380	1 764	21 685	11 776	19 571	5 359	4 813	549	14 212	7 954
2004	82 959	52 759	25 765	24 669	1 096	26 994	17 123	30 200	7 672	6 924	748	22 528	14 400
2005	132 745	87 198	40 103	38 243	1 860	47 096	28 931	45 546	10 247	9 872	375	35 299	22 267
2006	184234	114 093	48 957	48 110	847	65 136	42 970	70 142	13 334	13 026	308	56 807	37 628

Додаток И

Зведений бюджет України у 1992–2006 роках (за даними Державного Казначейства України)

	Доходи	Видатки	Дефіцит (-) / профіцит (+)	Доходи	Видатки	Дефіцит (-) / профіцит (+)
млрд крб				у відсотках до ВВП		
1992	1227,5	1919,7	-692,2	24,4	38,1	-13,7
1993	49621,8	57248,7	-7626,9	33,5	38,6	-5,1
1994	523092,6	630647,0	-107554,4	43,5	52,4	-8,9
Млрд грн						
1995	20,7	24,3	-3,6	38,0	44,6	-6,6
1996	30,2	34,2	-4,0	37,0	41,9	-4,9
1997	28,1	34,3	-6,2	30,1	36,7	-6,6
1998	28,9	31,2	-2,3	28,2	30,4	-2,2
1999	32,9	34,8	-1,9	25,2	26,7	-1,5
2000	49,1	48,1	1,0	28,9	28,3	0,6
2001	54,9	55,5	-0,6	26,9	27,2	-0,3
2002	61,9	60,3	1,6	27,4	26,7	0,7
2003	75,3	75,8	-0,5	28,2	28,4	-0,2
2004	91,5	102,5 ¹⁾	-11,0	26,5	29,7 ¹⁾	-3,2
2005	134,2	142,0 ¹⁾	-7,8	30,4	32,2 ¹⁾	-1,8
2006 ²⁾	171,8	175,5 ¹⁾	-3,7	31,9	32,6 ¹⁾	-0,7

¹⁾ Включаючи кредитування з вирахуванням погашення.

²⁾ Попередні дані

Додаток К

**Річний фінансовий звіт АБ «Укоопспілка» за станом
на 31 грудня 2006 р. Баланс за станом на 31 грудня 2006 р.**

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	Прим.	За 2006 рік	За 2005 рік
Активи				
1	Кошти в Національному банку України та готівкові кошти банку		16 353	9 546
2	Казначейські та інші цінні папери, що рефінансуються НБУ, і цінні папери, емітовані НБУ	2	–	–
3	Кошти в інших банках	3	3 223	5 545
4	Цінні папери в торговому портфелі банку	4	–	–
5	Цінні папери в портфелі банку на продаж	5	25	25
6	Кредити та заборгованість клієнтів	6	73 412	64 447
7	Цінні папери в портфелі банку до погашення	7	–	–
8	Інвестиції в асоційовані й дочірні компанії	8	–	–
9	Основні засоби та нематеріальні активи	9	42 852	31 117
10	Нараховані доходи до отримання	10	185	114
11	Відстрочений податковий актив		11	20
12	Інші активи	11	553	1 598
13	Довгострокові активи призначені для продажу	12	–	–
14	Усього активів		136 614	112 412
Зобов'язання				
15	Кошти банків:		–	–
15.1	У тому числі кредити, які отримані від Національного банку України		–	–
16	Кошти клієнтів	13	55 440	46 242
17	Ощадні (депозитні) сертифікати, емітовані банком		–	–
18	Боргові цінні папери, емітовані банком	14	–	–
19	Нараховані витрати до сплати	15	539	439
20	Відстрочені податкові зобов'язання		9 797	7 199
21	Інші зобов'язання	16	4 841	2 714
22	Усього зобов'язань		70 617	56 594

Продовж. додатка К

Ря- док	Найменування статті	Прим.	За 2006 рік	За 2005 рік
Власний капітал				
23	Статутний капітал	17	33 627	32 244
24	Капіталізовані дивіденди		–	–
25	Власні акції (паї, частки) що викуплені в акціонерів (учасників)		–	(4)
26	Емісійні різниці		–	–
27	Резерви та інші фонди банку		287	214
28	Резерви переоцінки, у тому числі:		29 785	21 908
28.1	Резерви переоцінки необоротних активів		29 785	21 908
28.2	Резерви переоцінки цінних паперів		–	–
29	Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) минулих років		–	–
30	Прибуток / Збиток звітного року, що очікує затвердження	28	2 298	1 456
31	Усього власного капіталу		65 997	55 818
32	Усього пасивів		136 614	112 412

Примітка 3. Кошти в інших банках

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Кошти на вимогу в інших банках	1223	1545
2	Строкові вклади (депозити), що розміщені в інших банках	–	–
2.1	У тому числі розміщені на умовах субординованого боргу	–	–
3	Кредити, які надані іншим банкам	2 000	4 000
4	Сумнівна заборгованість за виплаченими гарантіями	–	–
5	Усього	3 223	5 545
6	Резерви під заборгованість інших банків	–	–
7	Усього коштів в інших банках за вирахуванням резервів	3 223	5 545

Дані р. 7 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс», прим. 32 «Валютний ризик» р. 3.

Продовж. додатка К

Примітка 5. Цінні папери в портфелі банку на продаж

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Боргові цінні папери	–	–
2	Акції та інші цінні папери з нефіксованим прибутком	26	26
3	Усього	26	26
4	Резерви під знецінення цінних паперів у портфелі банку на продаж	(1)	(1)
5	Усього цінних паперів у портфелі банку на продаж за вирахуванням резервів	25	25

Цінні папери, які були використані як застава або для операцій репо за станом на кінець дня 31 грудня звітного року відсутні.

Дані р. 2 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс», прим. 32 «Валютний ризик» р. 5.

Примітка 6. Кредити та заборгованість клієнтів

Таблиця 6.1

Кредитний портфель банку

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Овердрафт, у т. ч.:	688	463
1.1	Сумнівні	–	–
1.2	Прострочені	–	–
2	Операції репо	–	–
3	Враховані векселі, у тому числі:	–	–
3.1	Сумнівні	–	–
3.2	Прострочені	–	–
4	Вимоги, що придбані за операціями факторингу, у т. ч.:	196	196
4.1	Сумнівні	–	–
4.2	Прострочені	196	196
5	Кредити в поточну діяльність, у т. ч.:	66 402	60 040
5.1	Сумнівні	1 693	1 818
5.2	Прострочені	668	721
6	Кредити в інвестиційну діяльність, у т. ч.:	237	1213
6.1	Сумнівні	–	–
6.2	Прострочені	–	–
7	Іпотечні кредити, у т. ч.:	9 174	5 715
7.1	Сумнівні	–	–
7.2	Прострочені	–	–
8	Фінансовий лізинг (оренда), у т. ч.:	–	–
8.1	Сумнівні	–	–
8.2	Прострочені	–	–
9	Кредити, що надані органам державної влади, у т. ч.:	–	–
9.1	Сумнівні	–	–
9.2	Прострочені	–	–
10	Сумнівна заборгованість за виплаченими гарантіями	–	–
11	Усього кредитів	76 697	67 627
12	Резерви під заборгованість за кредитами	(3 285)	(3 180)
13	Усього кредитів за вирахуванням резервів під кредити	73 412	64 447

Дані р. 11 використовуються для заповнення табл. 6.3 р. 64 та табл. 6.5. р. 2.

Дані р. 13 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс», прим. 32 «Валютний ризик» р. 6.

Таблиця 6.2

Рух резервів під заборгованість за кредитами

(тис. грн)

Рядок	Рух резервів	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Залишок на 1 січня	3 180	3 295
2	Відрахування до резервів під:	585	536
2.1	Нестандартну заборгованість	519	459
2.2	Стандартну заборгованість	66	77
3	Списання активів за рахунок резервів	(40)	(48)
4	Зменшення резерву під:	(440)	(603)
4.1	Нестандартну заборгованість (у разі поліпшення кредитного портфеля)	(374)	(473)
4.2	Стандартну заборгованість (у разі погіршення кредитного портфеля або її погашення)	(66)	(130)
5	Залишок за станом на кінець дня 31 грудня	3 285	3 180

– Зменшення резерву відбулося за рахунок списання безнадійних кредитів в сумі 40 тис. грн, а саме:

Головний банк:

– СП Жовтневий харчокомбінат (Сумська ОСС).

Протягом 2006 р. раніше списані кредити не поверталися.

Дані р. 5 використовуються для заповнення табл. 6.1. р. 12.

Структура кредитів за видами економічної діяльності

(тис. грн)

Ря- док	Вид економічної діяльності	Код Розд. КВЕД	За 2006 рік	%	За 2005 рік	%
1	Сільське господарство, мисливство та пов'язані з ними послуги	01	1 621	2	1 831	3
2	Лісове господарство та пов'язані з ним послуги	02	–	–	–	–
3	Рибальство, рибництво та пов'язані з ним послуги	05	48	–	123	–
4	Добування вугілля, лігніту і торфу	10	20	–	28	–
5	Добування вуглеводнів та пов'язані з ним послуги	11	–	–	–	–
6	Добування уранової та торієвої руд	12	–	–	–	–
7	Добування металевих руд	13	–	–	–	–
8	Інші галузі добувної промисловості	14	–	–	–	–
9	Виробництво харчових продуктів, напоїв	15	6 945	9	6 610	10
10	Виробництво тютюнових виробів	16	–	–	–	–
11	Текстильне виробництво	17	53	–	53	–
12	Виробництво одягу; виробництво хутра та виробів з хутра	18	600	1	–	–
13	Виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	19	–	–	–	–
14	Оброблення деревини та виробництво виробів з деревини, крім меблів	20	70	–	35	–
15	Виробництво паперової маси, паперу, картону та виробів з них	21	98	–	74	–
16	Видавнича та поліграфічна діяльність, тиражування записаних носіїв інформації	22	6	–	54	–
17	Виробництво коксу, продуктів нафтоперероблення та ядерних матеріалів	23	–	–	–	–
18	Хімічне виробництво	24	–	–	–	–
19	Виробництво гумових та пластмасових виробів	25	–	–	–	–
20	Виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції	26	217	–	132	–

Продовж. додатка К

Продовж. табл. 6.3

Рядок	Вид економічної діяльності	Код Розд. КВЕД	За 2006 рік	%	За 2005 рік	%
21	Металургійне виробництво	27	700	1	–	–
22	Виробництво готових металевих виробів	28	1 047	2	542	1
23	Виробництво машин та устаткування	29	52	–	–	–
24	Виробництво офісного устаткування та електронно-обчислювальних машин	30	–	–	–	–
25	Виробництво електричних машин та устаткування	31	30	–	–	–
26	Виробництво апаратури для радіо, телебачення та зв'язку	32	–	–	–	–
27	Виробництво медичної техніки, вимірювальних засобів, оптичних приладів та устаткування, годинників	33	148	–	–	–
28	Виробництво автомобілів, причепів та напівпричепів	34	–	–	–	–
29	Виробництво інших транспортних засобів	35	–	–	–	–
30	Виробництво меблів; виробництво іншої продукції	36	18	–	24	–
31	Оброблення відходів	37	–	–	–	–
32	Виробництво та розподілення електроенергії, газу, пари та гарячої води	40	–	–	–	–
33	Збирання, очищення та розподілення води	41	–	–	–	–
34	Будівництво	45	1 735	2	1 694	3
35	Торгівля автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт	50	–	–	–	–
36	Оптова торгівля та посередництво в оптовій торгівлі	51	18 392	24	16 713	25
37	Роздрібна торгівля; ремонт побутових виробів та предметів особистого вжитку	52	17 494	23	13 103	20
38	Діяльність готелів та ресторанів	55	2 068	3	2 892	4
39	Діяльність наземного транспорту	60	283	–	413	1
40	Діяльність водного транспорту	61	–	–	–	–
41	Діяльність авіаційного транспорту	62	–	–	–	–
42	Додаткові транспортні послуги та допоміжні операції	63	600	1	634	1

Продовж. додатка К

Продовж. табл. 6.3

Ря- док	Вид економічної діяльності	Код Розд. КВЕД	За 2006 рік	%	За 2005 рік	%
43	Діяльність пошти та зв'язку	64	–	–	–	–
44	Грошове та фінансове посередництво	65	–	–	98	–
45	Страховання	66	–	–	–	–
46	Допоміжні послуги у сфері фінансо- вого посередництва та страхування	67	–	–	–	–
47	Операції з нерухомим майном	70	4 019	6	3 805	6
48	Оренда машин та устаткування; прокат побутових виробів і предметів особистого вжитку	71	–	–	–	–
49	Діяльність у сфері інформатизації	72	332	–	64	–
50	Дослідження та розробки	73	170	–	170	–
51	Діяльність у сферах права, бухгалтерсь- кого обліку, інжинірингу; надання послуг підприємцям	74	1 334	2	4 218	6
52	Державне управління	75	–	–	–	–
53	Освіта	80	348	–	150	–
54	Охорона здоров'я та надання соціаль- ної допомоги	85	307	–	315	–
55	Санітарні послуги, прибирання сміття та знищення відходів	90	–	–	–	–
56	Діяльність громадських організацій	91	–	–	–	–
57	Діяльність у сфері культури та спорту, відпочинку та розваг	92	236	–	1 619	2
58	Надання індивідуальних послуг	93	2 511	4	1 375	2
59	Діяльність домашніх господарств як роботодавців для домашньої прислуги	95	–	–	–	–
60	Діяльність домашніх господарств як виробників товарів для власного спо- живання	96	–	–	–	–
61	Діяльність екстериторіальних організацій	99	–	–	–	–
62	Кредити, які надані фізичним особам		15 195	20	10 858	16
63	Кредити, які надані центральним та місцевим органам державного управ- ління		–	–	–	–
64	Усього		76 697	100	67 627	100

Таблиця 6.4

Кредити, за якими не нараховувалися відсотки

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	Сума кредиту на звітну дату	Дата погашення кредиту згідно з угодою	Дата припинення нарахування процентів	Сума недоотриманого доходу на звітну дату
1	Сумнівна заборгованість за кредитами, наданими банком юридичним, особам за якими прийнято рішення про призупинення нарахування процентів	Дніпропетровська філія: Покровське СТ – 10,0 ТОВ «Антикор-92» – 55 Антонюк Г.В. – 169 ВТК «Хліб» – 85,0	15.02.07 р. 25.03.05 р. 05.11.06 р. 01.04.01 р.	29.09.06 р. 30.11.05 р. 28.07.06 р. 15.05.03 р.	46
1.1	З них пов'язаним особам	–	–	–	–
2	Сумнівна заборгованість за кредитами, наданими банком фізичним особам, за якими прийнято рішення про призупинення нарахування процентів	–	–	–	–
2.1	З них пов'язаним особам	–	–	–	–
3	Усього	319	–	–	46

Таблиця 6.5

Кредити під гарантію Кабінету Міністрів України

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	%	За 2005 рік	%
1	Кредити, що видані під гарантію Кабінету Міністрів України	–	–	–	–
2	Загальна сума кредитів	76 697	100 %	67 627	100 %

Примітка 9. Основні засоби та нематеріальні активи

Таблиця 9.1

Основні засоби за 2006 рік

Рядок	Групи основних засобів	Залишок на початок року		Надійшло за рік (+)			Переоцінка [дооцінка (+), уцінка (-)]		Вибуло за рік (-)	
		Первісна (переоцінена) вартість	Знос	У тому числі			Первісна (переоцінена) вартість	Знос	Первісна (переоцінена) вартість	Знос
					Злиття	Завершені капітальні інвестиції				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Земельні ділянки	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Капітальні витрати на поліпшення земель	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Будинки, споруди та передавальні пристрої	30 796	(1 399)	180	-	159	11 128	(626)	6	(5)
4	Машини та обладнання	1 612	(879)	1 492	-	103	-	-	37	(35)
5	Транспортні засоби	401	(142)	83	-	-	-	-	52	(49)
6	Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	725	(589)	62	-	3	-	-	166	(162)
7	Інші основні засоби	44	(13)	7	-	-	-	-	5	(3)
8	Бібліотечні фонди				-	-	-	-	-	-

Продовж. додатка К

Продовж. табл. 9.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
9	Малоцінні необоротні матеріальні активи	98	(50)	33	–	–	–	–	3	(3)
10	Тимчасові (нетитульні) споруди	–	–	–	–	–	–	–	–	–
11	Інші необоротні матеріальні активи	261	(155)	25	–	21	–	–	6	(6)
12	Усього	33 937	(3 227)	1 882	–	286	11 128	(626)	275	(263)

Продовж. табл. 9.1

Рядок	Нараховано амортизації за рік (+)	Втрати від зменшення корисності (-)		Інші зміни за рік (+; -)		Залишок на кінець року		У тому числі			
		Первісна (переоцінена) вартість	Знос	Первісна (переоцінена) вартість	Знос	Первісна (переоцінена) вартість	Знос	Одержані за фінансовим лізингом (орендою) (+)		Передані в оперативний лізинг (оренду) (-)	
								Первісна (переоцінена) вартість	Знос	Первісна (переоцінена) вартість	Знос
		12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
2	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
3	(328)	–	–	–	–	42 098	(2 348)	–	–	–	–

Продовж. додатка К

Продовж. табл. 9.1

	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
4	(231)	–	–	–	–	3 067	(1 075)	–	–	–	–
5	(37)	–	–	–	–	432	(130)	–	–	–	–
6	(46)	–	–	–	–	621	(473)	–	–	–	–
7	(5)	–	–	–	–	46	(15)	–	–	–	–
8	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
9	(18)	–	–	(4)	(2)	124	(63)	–	–	–	–
10	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
11	(52)	–	–	4	(2)	284	(203)	–	–	–	–
12	(717)	–	–	–	–	46 672	(4 307)	–	–	–	–

Дані рядка 12 колонки 17,18 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс» (р. 9), прим. 32» Валютний ризик» (р. 9); дані р. 12 колонки 12 використовуються для заповнення «Звіту про рух грошових коштів» (р. 4), прим. 23» Загальні адміністративні витрати» (р. 2).

Розшифровка рядка 12 колонка 17. Первісна вартість повністю амортизованих основних засобів – 888 тис. грн. Вартість основних засобів, що прийняті в оперативний лізинг – 2 071 тис. грн (9 840). Вартість основних засобів, визначених для продажу – 1 225 тис. грн.

Відсутні основні засоби: стосовно яких є передбачені чинним законодавством обмеження щодо володіння, користування та розпорядження; які оформлені у заставу; які тимчасово не використовуються (консервація, реконструкція тощо).

Продовж. додатка К

Таблиця 9.1.1

Основні засоби за 2005 рік

Рядок	Групи основних засобів	Залишок на початок року		Надійшло за рік (+)			Переоцінка [дооцінка (+), уцінка (-)]		Вибуло за рік (-)	
		Первісна (переоцінена) вартість	Знос	У тому числі			Первісна (переоцінена) вартість	Знос	Первісна (переоцінена) вартість	Знос
					Зли-ття	Завершені капітальні інвестиції				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Земельні ділянки	–	–	–	–	–	–	–	–	–
2	Капітальні витрати на поліпшення земель	–	–	–	–	–	–	–	–	–
3	Будинки, споруди та передавальні пристрої	22 140	(748)	119	–	119	8 520	(402)	2	1
4	Машини та обладнання	1 335	(630)	219	–	90	–	–	9	(9)
5	Транспортні засоби	255	(107)	146	–	108	–	–		
6	Інструменти, прилади, інвентар (меблі)	788	(636)	39	–	7	–	–	6	(6)
7	Інші основні засоби	47	(16)	14	–	–	–	–		
8	Бібліотечні фонди	–	–	–	–	–	–	–		
9	Малоцінні необоротні матеріальні активи	68	(34)	34	–	–	–	–	4	(4)
10	Тимчасові (нетитульні) споруди	–	–	–	–	–	–	–	–	–
11	Інші необоротні матеріальні активи	171	(76)	63	–	41	–	–	–	–
12	Усього	24 804	(2 247)	634	–	365	8 520	(402)	21	(20)

Продовж. додатка К

Продовж. табл. 9.1.1

	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
9	(20)	–	–	–	–	98	(50)	–	–	–	–
10	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
11	(65)	–	–	27	(14)	261	(155)	–	–	–	–
12	(598)	–	–	–	–	33 937	(3 227)	–	–	–	–

Розшифровка рядка 12 колонка 17:

Первісна вартість повністю амортизованих ОЗ – 817 тис. грн. Вартість основних засобів, що прийняті в оперативний лізинг – 1 616 тис. грн (9 840).

Відсутні основні засоби: стосовно яких є передбачені чинним законодавством обмеження щодо володіння, користування та розпорядження; які оформлені у заставу; які тимчасово не використовуються (консервація, реконструкція тощо).

Продовж. додатка К

Таблиця 9.2

Нематеріальні активи за 2006 рік

Рядок	Групи нематеріальних активів	Залишок на початок року		Надійшло за рік (+)			Переоцінка [дооцінка (+), уцінка (-)]	
		Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності		У тому числі		Первісної (переоціненої) вартості	Накопичена амортизація / зменшення корисності
					Злиття	Завершені капітальні інвестиції		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Права на користування майном	–	–	–	–	–	–	–
2	Права на знаки для товарів і послуг	–	–	–	–	–	–	–
3	Авторські та суміжні з ними права, у тому числі:	–	–	–	–	–	–	–
3.1	Програмне забезпечення	–	–	–	–	–	–	–
4	Інші нематеріальні активи	510	(134)	63		60	–	–
5	Усього	510	(134)	63		60	–	–
6	Гудвіл (рахунок 4 321)	–	–	–	–	–	x	x

Продовж. додатка К
Продовж. таблиці 9.2

Рядок	Вибуло за рік (-)		Нараховано амортизації за рік (+)	Втрати від зменшення корисності (-)		Інші зміни за рік (+; -)		Залишок на кінець року	
	Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності		Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності	Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності	Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності
	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	7	(7)	(64)	-	-	-	-	566	(191)
5	7	(7)	(64)	-	-	-	-	566	(191)
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Дані рядка 5 колонки 17, 18 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс» (р. 9), прим. 32» Валютний ризик» (р. 9); дані р. 5 колонки 12 використовуються для заповнення «Звіту про рух грошових коштів» (р. 4), прим. 23» Загальні адміністративні витрати» (р. 2).

Відсутні нематеріальні активи:

- щодо яких є обмеження прав власності;
- які оформлені у заставу;
- які створені банком.

Продовж. додатка К

Таблиця 9.2.1

Нематеріальні активи за 2005 рік

Рядок	Групи нематеріальних активів	Залишок на початок року		Надійшло за рік (+)			Переоцінка [дооцінка (+), уцінка (-)]	
		Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності		У тому числі		Первісної (переоціненої) вартості	Накопичена амортизація / зменшення корисності
					Злиття	Завершені капітальні інвестиції		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Права на користування майном	-	-	-	-	-	-	-
2	Права на знаки для товарів і послуг	-	-	-	-	-	-	-
3	Авторські та суміжні з ними права, у тому числі:	-	-	-	-	-	-	-
3.1	Програмне забезпечення	-	-	-	-	-	-	-
4	Інші нематеріальні активи	305	(84)	206	-	130	-	-
5	Усього	305	(84)	206	-	130	-	-
6	Гудвіл (рахунок 4 321)	-	-	-	-	-	x	x

Продовж. додатка К

Продовж. таблиці 9.2.1

Рядок	Вибуло за рік (-)		Нараховано амортизації за рік (+)	Втрати від зменшення корисності (-)		Інші зміни за рік (+; -)		Залишок на кінець року	
	Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності		Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності	Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності	Первісна (переоцінена) вартість	Накопичена амортизація / зменшення корисності
	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	1	(1)	(51)	-	-	-	-	510	(134)
5	1	(1)	(51)	-	-	-	-	510	(134)
6	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Відсутні нематеріальні активи:

- щодо яких є обмеження прав власності;
- які оформлені у заставу;
- які створені банком.

Продовж. додатка К

Таблиця 9.3

**Капітальні інвестиції за не введеними
в експлуатацію необоротними активами**

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік (оборот за дебетом)	На 31.12.2006 р. (залишок)
1	Капітальне будівництво	–	–
2	Придбання (виготовлення) основних засобів	357	95
3	Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів	19	2
4	Придбання (створення) нематеріальних активів	51	15
5	Інші	–	–
6	Усього	427	112

Таблиця 9.3.1

**Капітальні інвестиції за не введеними
в експлуатацію необоротними активами**

Ря- док	Найменування статті	За 2005 рік (оборот за дебетом)	На 30.12.2005 р. (залишок)
1	Капітальне будівництво	3	4
2	Придбання (виготовлення) основних засобів	–	–
3	Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів	327	3
4	Придбання (створення) нематеріальних активів	44	3
5	Інші	83	25
6	Усього	–	–

Продовж. додатка К

**Капітальні інвестиції за не введеними
в експлуатацію необоротними активами**

Ря- док	Найменування статті	За 2005 рік (оборот за дебетом)	На 30.12.2005 р. (залишок)
1	Капітальне будівництво	3	4
2	Придбання (виготовлення) основних засобів	–	–
3	Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів	327	3
4	Придбання (створення) нематеріальних активів	44	3
5	Інші	83	25
6	Усього	–	–

Відсутні основні засоби, які:

- вилучені з експлуатації на продаж;
- тимчасово не використовуються;
- оформлені у заставу;
- стосовно яких є передбачені чинним законодавством обмеження щодо

володіння, користування та розпорядження.

Голова правління
Головний бухгалтер

М.О. Левінський
Т.В. Мельниченко

228-56-63
Мельниченко

Продовж. додатка К

**Капітальні інвестиції за не введеними
в експлуатацію необоротними активами**

Ря- док	Найменування статті	За 2004 рік (оборот за дебетом)	На 31.12.2004 р. (залишок)
1	Капітальне будівництво	–	–
2	Придбання (виготовлення) основних засобів	262	-
3	Придбання (виготовлення) інших необоротних матеріальних активів	16	-
4	Придбання (створення) нематеріальних активів	113	72
5	Інші	–	–
6	Усього	391	72

Відсутні основні засоби, які:

- вилучені з експлуатації на продаж;
- тимчасово не використовуються;
- оформлені у заставу;
- стосовно яких є передбачені чинним законодавством обмеження

щодо володіння, користування та розпорядження.

Голова правління

Головний бухгалтер

М.О. Левінський

Т.В. Мельниченко

278-56-63

Мельниченко

Продовж. додатка К

Примітка 10. Нараховані доходи до отримання

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік		За 2005 рік
		усього	у т. ч.: термін погаш. понад 365 днів	
1	Кошти Національному банку України та готівкові кошти банку	–	–	–
2	Казначейські цінні папери	–	–	–
3	Кошти в інших банках	–	–	–
4	Цінні папери в торг. портфелі банку	–	–	–
5	Цінні папери в портф. банку на продаж	–	–	–
6	Кредити та заборгованість клієнтів	714	–	635
7	Цінні папери в портфелі банку до погашення	22	–	38
8	Інвестиції в дочірні компанії	–	–	–
9	Інші	24	–	20
10	Довгострокові активи, призначені для продажу	–	–	–
11	Усього нарахованих доходів	760	–	693
12	Резерви під заборгованість за нарахованими доходами	(575)	–	(579)
13	Усього нарахованих доходів за вирахуванням резервів	185	–	114

Розшифровка р. 9. пр. 10 «Інші».

Нараховані доходи:

- за розрахунково-касове обслуговування – 20,0 тис. грн;
- за послуги по прийому ком. платежів – 1,0 тис. грн;
- за консультаційні послуги – 3,0 тис. грн.

Дані р. 13 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс», прим. 32 «Валютний ризик» р. 10.

Продовж. додатка К

Примітка 11. Інші активи

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Банківські метали	–	–
2	Запаси матеріальних цінностей	198	1301
3	Витрати майбутніх періодів	52	56
4	Дебіторська заборгованість за податком на прибуток	211	189
5	Дебіторська заборгованість за іншими податками та обов'язковими платежами	19	15
6	Дебіторська заборгованість за операціями з банками	–	–
7	Дебіторська заборгованість за операціями з купівлі-продажу валюти:	–	–
7.1	Для клієнтів	–	–
7.2	За рахунок банку	–	–
8	Дебіторська заборгованість за операціями з фінансовими інструментами	–	–
9	Дебіторська заборгованість працівникам банку	–	–
10	Сумнівна дебіторська заборгованість за операціями банку	–	–
11	Інші	76	40
12	Усього інших активів	556	1601
13	Резерви під дебіторську заборгованість за операціями з банками	–	–
14	Резерви під дебіторську заборгованість за операціями з клієнтами банку	–	–
15	Резерви під дебіторську заборгованість за операціями банку	(3)	(3)
16	Усього інших активів за вирахуванням резервів	553	1 598

Розшифровка р. 11 пр. 11.

Зношена валюта прийнята на інкасо – 3,0 тис. грн.

Дебітори по переказам – 66,0 тис. грн.

Розрахунки по операціях з ПК – 4,0 тис. грн.

Заборгованість по дорожнім чекам – 3,0 тис. грн.

Дані р. 16 використовуються для заповнення дод.3 «Баланс», прим.32 «Валютний ризик» р. 12.

Продовж. додатка К

Примітка 13. Кошти клієнтів

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006рік	За 2005рік
1	Кошти суб'єктів господарювання, у тому числі:	30 146	22 346
1.1	Кошти на вимогу	21 273	13 125
1.2	Строкові кошти	8 873	9 221
2	Кошти фізичних осіб, у тому числі:	22 483	14 186
2.1	Кошти на вимогу	1 205	1 297
2.2	Строкові кошти	21 278	12 889
3	Кошти бюджету, спеціальних фондів та інші кошти клієнтів, що утримуються з бюджету	–	–
4	Кошти небанківських фінансових установ, у тому числі:	2 578	9 509
4.1	Кошти на вимогу	218	218
4.2	Строкові кошти	2 360	9 291
5	Інші зобов'язання перед клієнтами	233	201
6	Усього	55 440	46 242

Гарантійні депозити банком протягом 2006 р. не залучались.

Дані р. 6 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс», прим. 32 «Валютний ризик» р. 16.

Примітка 15. Нараховані витрати до сплати

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Кошти банків	–	–
2	Кошти клієнтів	539	439
3	Ощадні (депозитні) сертифікати, емітовані банком	–	–
4	Боргові ЦП, емітовані банком	–	–
5	Нарахування за зарплатою та інші нарахування працівникам банку	–	–
6	Інші	–	–
7	Усього	539	439

Дані р. 7 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс», прим. 32 «Валютний ризик» р. 19.

Продовж. додатка К

Примітка 16. Інші зобов'язання

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Субординований борг	2 200	2 200
2	Доходи майбутніх періодів	2	2
3	Кредиторська заборгованість за операціями з банками	291	169
4	Кредиторська заборгованість за господарською діяльністю	15	6
5	Кредиторська заборгованість за податком на прибуток	287	292
6	Кредиторська заборгованість за податковими та обов'язковими платежами, крім податку на прибуток	26	18
7	Кредиторська заборгованість перед акціонерами банку	2 000	–
8	Дивіденди до сплати	5	5
9	Кредиторська заборгованість за операціями з фінансовими інструментами	16	19
10	Кредиторська заборгованість за розрахунками з працівниками банку	–	–
11	Банківські резерви на покриття ризиків і втрат	–	3
12	Інші	–	–
13	Усього	4 842	2 714

Дані р. 13 використовуються для заповнення дод. 3 «Баланс», прим. 32 «Валютний ризик» р. 21.

Примітка 16.1. Банківські резерви на покриття ризиків і втрат

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Резерви за виданими зобов'язаннями	–	–
2	Резерви під курсові ризики	–	–
3	Інші резерви	–	3
4	Усього	–	3

Продовж. додатка К

Примітка 17. Статутний капітал

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Статутний капітал зареєстрований	33 627	32 244
1.1	Число акцій – усього, з них:	3 362 700 000	3 224 400 000
1.1.1	Простих акцій	3 362 700 000	3 224 400 000
1.1.2	Привілейованих акцій	–	–
2	Несплачений зареєстрований статутний капітал	–	–
3	Фактично сплачений зареєстрований статутний капітал, з них:	33 627	32 244
3.1	Число акцій – усього, з них:	3 362 700 000	3 224 400 000
3.1.1	Простих акцій	3 362 700 000	3 224 400 000
3.2.2	Привілейованих акцій		

Дані р. 3 використовуються для заповнення дод. 20 «Звіт про власний капітал», табл. 1 «Зміни та рух капіталу за 2006 р.», табл. 2 «Зміни та рух капіталу за 2005 р.» р. 19. к. 4.

Примітка 18. Дивіденди за акціями

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Дивіденди на початок року	5	5
2	Дивіденди, що оголошені протягом року	–	–
3	Дивіденди, що спрямовані на придбання акцій нової емісії	1 383	3 637
4	Дивіденди, що спрямовані на поповнення статутного капіталу протягом року	(1 383)	(3 637)
5	Дивіденди, що сплачені протягом року	–	–
6	Дивіденди на кінець року	5	5

Дані р. 3, 4 використовуються для заповнення дод. 20 «Звіт про власний капітал», табл. 1 «Зміни та рух капіталу за 2006 р.», табл. 2 «Зміни та рух капіталу за 2005 р.» р. 13. к. 4.

Голова правління

М.О. Левінський

Головний бухгалтер

Т.В. Мельниченко

20 лютого 2007 р.

278-56-63 Мельниченко

Додаток Л

Сводный баланс КБ «ПриватБанк» за 31.01.2008

(грн)

Наименование статьи	Сумма
Активы	
Наличные средства в кассе	2 513 740 552.19
Средства в НБУ	1 285 954 527.71
Средства на корсчетах «Ностро»	681 433 611.60
Вложения в ОВГЗ	15 888 168.40
Межбанковские кредиты	4 749 180 032.60
Кредиты юридическим лицам	27 768 980 701.65
Кредиты физическим лицам	19 568 162 787.88
Начисленные доходы	956 422 390.89
Ценные бумаги	1 590 130 064.82
Основные средства банка	1 526 416 611.27
Дебиторская задолженность	588 049 575.01
Валютные операции	874 090 233.59
Резервы под кредиты	-4 052 399 060.97
Итого Активы:	58 066 050 196.64
Обязательства	
Средства на корсчетах «Лоро»	365 491 986.96
Межбанковские депозиты	6 020 339 464.93
Кредиты междунар. финанс. орг.	4 128 922 029.39
Текущие счета юр. лиц	7 446 586 134.09
Бюджетные средства	115 070 214.02
Депозиты юридических лиц	4 134 789 754.54
Текущие счета физических лиц	5 388 027 155.67
Депозиты физических лиц	18 401 552 633.23
Расчеты по ценным бумагам	3 743 859 498.62
Начисленные расходы	919 273 959.38
Кредиторская задолженность	880 267 018.12
Валютные операции	874 090 233.59
Итого Обязательства:	52 418 270 082.59
Капитал	
Уставной капитал банка	2 838 810 000.00
Резервы банка	625 853 372.72
Результат предыдущих лет	2 054 264 733.29
Результат текущего года	128 852 008.09
Итого Капитал:	5 647 780 114.10

Додаток М

Звіт про фінансові результати АБ «Укоопспілка» станом на 31 грудня 2006 року

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	При- мітки	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Чистий процентний дохід		9 057	6 926
1.1	Процентний дохід	19	13 208	11 708
1.2	Процентні витрати	20	(4 151)	(4 782)
2	Чистий комісійний дохід		3 075	2 538
2.1	Комісійний дохід		4 112	3 332
2.2	Комісійні витрати		(1 037)	(794)
3	Торговельний дохід	21	934	529
4	Дохід у вигляді дивідендів	22	–	2
5	Дохід від участі в капіталі		–	–
6	Інший дохід		96	84
7	Усього доходів		13 162	10 079
8	Загальні адміністративні витрати	23	(2 869)	(2 605)
9	Витрати на персонал	24	(5 839)	(4 712)
10	Втрати від участі в капіталі		–	–
11	Інші витрати		(1 076)	(794)
12	Прибуток від операцій		3 378	1 968
13	Чисті витрати на формування резервів	25	(162)	104
14	Дохід (збиток) від довгострокових активів, призначених для продажу		–	–
15	Прибуток до оподаткування		3 216	2 072
16	Витрати на податок на прибуток	26	(918)	(616)
17	Прибуток після оподаткування		2 298	1 456
18	Чистий прибуток (збиток) від продажу довгострокових активів, призначених для продажу	27	–	–
19	Чистий прибуток (збиток) банку		2 298	1 456
20	Чистий прибуток на одну просту акцію (грн)	28	0,0007	0,0006
21	Скоригований чистий прибуток на одну просту акцію (грн)	28	0,0007	0,0006

Примітка 19. Процентний дохід

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
	Процентний дохід:		
1	За коштами в банках	250	133
2	За кредитами клієнтам	12 958	11 574
3	За цінними паперами в торговому портфелі банку	–	–
4	За цінними паперами в портфелі банку на продаж	–	–
5	За цінними паперами в портфелі банку до погашення	–	–
6	Інший	–	1
7	Усього	13 208	11 708

Дані р. 7 використовуються для заповнення дод. 8 «Звіт про фінансові результати».

Примітка 20. Процентні витрати

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
	Процентні витрати:		
1	За коштами, що отримані від банків	–	(1)
2	За коштами, що отримані від клієнтів	(3 492)	(3 017)
3	За коштами небанківських фінансових установ	(417)	(1 370)
4	За цінними паперами власного боргу	–	–
5	Інші	(242)	(394)
6	Усього	(4 151)	(4 782)

Розшифровка р. 5 пр. 19 (242 тис. грн сплачені відсотки по субборгу.)

Дані р. 6 використовуються для заповнення дод. 8 «Звіт про фінансові результати».

Примітка 21. Торговельний дохід

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Іноземна валюта (реалізов. результат)	913	698
2	Іноземна валюта (нереалізований результат)	21	(170)
3	Усього	934	528
4	Цінні папери в торговому портфелі банку	–	–
5	Інші	–	1
6	Усього торговельного доходу	934	529

Облік реалізованого результату від торгівлі іноземною валютою визначається методом середньозваженої, при якому сума реалізованої валюти множиться на різницю між курсом продажу і середньозваженим курсом її реалізації.

Дані р. 6 використовуються для заповнення дод. 8 «Звіт про фінансові результати».

Примітка 22. Дохід у вигляді дивідендів

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Цінні папери в торговому портфелі банку	–	–
2	Цінні папери в портфелі банку на продаж	–	2
3	Усього	–	2

Дані р. 3 використовуються для заповнення дод. 8 «Звіт про фінансові результати».

Примітка 23. Загальні адміністративні витрати

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Адміністративні витрати	(1 689)	(1 639)
2	Амортизація (примітка 9)	(781)	(649)
3	Збиток від вибуття основних засобів та нематеріальних активів	–	–
4	Витрати на утримання основних засобів та нематеріальних активів	(202)	(153)
5	Сплата інших податків та обов'язкових платежів, крім податку на прибуток	(191)	(158)
6	Інші	(6)	(6)
7	Усього	(2 869)	(2 605)

Розшифровка р. 6 пр. 23 статті «Інші».

Доброчинність та спонсорство – 6,0 тис. грн.

Дані р. 7 використовуються для заповнення дод. 8 «Звіт про фінансові результати».

Примітка 24. Витрати на персонал

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Заробітна плата	(4 166)	(3 329)
2	Внески, збори на обов'язкове державне, пенсійне та соціальне страхування	(1 482)	(1 243)
3	Витрати на підготовку кадрів	(6)	(2)
4	Витрати на спецодяг та інші засоби захисту працівників	–	–
5	Інші витрати на персонал	(185)	(138)
6	Усього	(5 839)	(4 712)
7	Середня кількість працівників протягом року становила	325	316

Дані р. 6 використовуються для заповнення дод. 8 «Звіт про фінансові результати».

Примітка 25. Чисті витрати на формування резервів

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Кошти в інших банках		
1.1	Відрахування до резерву	–	–
1.2	Повернення списаних активів	–	–
1	Усього	–	–
	Кредити та заборгованість клієнтів (пр. 6)		
2.1	Відрахування до резерву	(145)	67
2.2	Повернення списаних активів	–	20
2	Усього	(145)	87
	Цінні папери в пор. банку на продаж (пр. 2, 5)		
3.1	Відрахування до резерву під знецінення	–	6
3.2	Повернення списаних активів	–	-
3	Усього	–	6
	Цінні папери в порт. банку до погашення (пр. 2, 7)		
4.1	Відрахування до резерву під знецінення	–	–
4.2	Повернення списаних активів	–	–
4	Усього	–	–
	Дебіт. заборгов. за операціями банку (пр. 11)		
5.1	Відрахування до резерву	(1)	22
5.2	Повернення списаних активів	–	–
5	Усього	(1)	22
	Нараховані доходи (пр.10)		
6.1	Відрахування до резерву	(17)	(11)
6.2	Повернення списаної заборгованості	1	–
6	Усього	(16)	(11)
7	Резерви під інші активи	–	–
8	Повернення списаних інших активів	–	–
9	Усього	–	–
10	Усього витрат	(162)	104

Дані р. 10 використовуються для заповнення дод. 8 «Звіт про фінансові результати».

Примітка 26. Витрати на податок на прибуток

Таблиця 26.1

Витрати на сплату податку на прибуток

(тис. грн)

Рядок	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Поточний податок на прибуток	(936)	(631)
2	Відстрочений податок на прибуток	18	15
3	Усього	(918)	(616)

Таблиця 26.2

**Узгодження суми облікового прибутку (збитку)
та суми податкового прибутку (збитку)**

(тис. грн)

Ря-док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Прибуток до оподаткування	3216	2072
2	Сума податку на прибуток, що визначений за ставкою оподаткування	804	518
	Коригування облікового прибутку (збитку)	–	–
3	Витрати, які не включаються до суми валових витрат з метою розрахунку податкового прибутку, але визнаються в бухгалтерському обліку	162	171
4	Витрати, які включаються до суми валових витрат з метою розрахунку податкового прибутку, але не визнаються в бухгалтерському обліку	(1 044)	(725)
5	Доходи, які підлягають обкладенню податком на прибуток, але не визнаються (не належать) до облікового прибутку (збитку)	1 044	725
6	Доходи, які не підлягають обкладенню податком на прибуток, але визнаються в бухгалтерському обліку	(33)	(32)
7	Амортизаційні відрахування за даними фінансового обліку	195	162
8	Амортизація, яка підлягає оподаткуванню	(143)	(130)
9	Інші суми, які не є доходами та витратами, але включаються до бази оподаткування (виправлення помилок тощо)	(49)	(58)
10	Сума податку на прибуток (збиток)	936	631

**Розрахунок відстрочених податкових активів
та відстрочених податкових зобов'язань**

(тис. грн)

Ря- док	Найменування статті	За 2006 рік	За 2005 рік
1	Відстрочені податкові активи	11	20
1.1	Тимчасова різниця, що підлягає вирахуванню	44	80
1.2	Перенесення невикористаних податкових збитків на майбутні періоди	–	–
1.3	Перенесення невикористаних податкових пільг на майбутні періоди	–	–
2	Відстрочені податкові зобов'язання	9 797	7 199
2.1	Тимчасові різниці, що підлягають оподаткуванню	39 188	28 796

Примітка 28. Розрахунок чистого та скоригованого чистого прибутку (збитку) на одну просту акцію

Ря- док	Найменування статті	Розрахунок статті
1	Чистий прибуток (збиток) за вирахуванням дивідендів на привілейовані акції за звітний рік (грн)	2 298 169
2	Середньорічна кількість простих акцій в обігу (шт.)	3 298 575 341
3	Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію (грн)	0,0007
4	Коригування	-
5	Дивіденди, що визнані у звітному періоді, на розбавляючі потенційні прості акції (грн)	-
6	Витрати на відсотки, які пов'язані з розбавляючими потенційними простими акціями, що визнані у звітному році (грн)	-
7	Поточний та відстрочений податок на прибуток, який пов'язаний з витратами на відсотки (грн)	–
8	Скоригований чистий прибуток (збиток) за звітний рік (грн)	2 298 169
9	Кількість розбавляючих потенційних простих акцій (шт.)	–
10	Скоригована середньорічна кількість простих акцій (шт.)	3 298 575 341
11	Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	0,0007

Додаток Н

Тарифи АБ «Укоопспілка»

Тарифи на розрахункове обслуговування:

	Послуга	Тариф
1	Плата за відкриття рахунку:	
	– в національній валюті	50 грн
	– в іноземній валюті	50 грн
2	Закриття рахунку.	150 грн
3	Видача довідок:	
	– звичайних	15 грн, в т. ч. ПДВ 2,5 грн
	– для митного оформлення експортно-імпортних операцій	0 грн
4	Видача оформленого бланку-дозволу на вивіз іноземної валюти для юридичних осіб	0 грн
5	Пересилка необхідних документів спецв'язком	0 грн
6	Плата за оформлення чекових книжок	25 грн без ПДВ
7	Видача й оформлення дубліката, виписки з особового рахунку та копій платіжних документів (за 1 шт.)	10 грн
8	Плата за розрахункове обслуговування (за кожний відпрацьований вхідний чи вихідний документ, у т. ч. з використанням системи <Клієнт-Банк>)	1 грн
9	Плата за ведення рахунку	0 грн
10	Розрахункове обслуговування з використанням системи <Клієнт-Банк>	60 грн на місяць
11	Плата за залишок вільних коштів на рахунку клієнта	1 %

Тарифи на касове обслуговування:

	Послуга	Тариф
1	Видача готівки з рахунків юридичних чи осіб суб'єктів підприємницької діяльності незалежно від форм власності:	
	– в національній валюті	1 % від суми
	– в іноземній валюті:	
	– до 5000 USD або еквіваленту	1 % від суми (min 1 USD)
	– від 5000 до 20000 USD або еквіваленту	0,8 % від суми
	– більше 20000 USD або еквіваленту	0,6 % від суми
2	Видача розмінної монети	0 грн
3	Перерахунок готівки, доставленої в банк із зарахування її на рахунок:	
	– в національній валюті	0 грн
	– в іноземній валюті	0 грн

Додаток П

Тарифи по депозитам АБ «Полтава-Банк»

Види депозитних внесків	Строк догo-вoра, мiс.	Рiчна процентна ставка (проста)	Виплата процентiв	Мiн. вклад, грн	Мiн. довкля-дення, грн	Примiтка
1	2	3	4	5	6	7
Строковий депозитний вклад «Стабiльний»	3	10	щомiсячно	1000	немає	
-//-	3	10,5	в кiнцi термiну	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Постiйний клiєнт»	3	10,2	щомiсячно	1000	немає	
-//-	3	10,7	в кiнцi термiну	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Обличчям до пенсiонерiв»	3	15	щомiсячно	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Стабiльний»	6	11,5	щомiсячно	1000	немає	
-//-	6	12	поквартально	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Постiйний клiєнт»	6	11,7	щомiсячно	1000	немає	
-//-	6	12,2	поквартально	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Стабiльний»	9	12	щомiсячно	1000	немає	
-//-	9	12,5	поквартально	1000	немає	

1	2	3	4	5	6	7
Строковий депозитний вклад «Постійний клієнт»	9	12,2	щомісячно	1000	немає	
-//-	9	12,7	поквартально	1000	немає	
Пенсійний вклад	12	13,5	щомісячно	200	немає	Депозитний вклад для пенсіонерів, що одержують пенсію в АБ «Полтава-банк»
Строковий депозитний вклад «Стабіль-ний»	13 (18)	15	щомісячно	1000	немає	
-//-	13 (18)	15,5	в кінці терміну	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Постійний клієнт»	13 (18)	15,2	щомісячно	1000	немає	
-//-	13 (18)	15,7	в кінці терміну	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Стабільний»	24	15,1	щомісячно	1000	немає	
-//-	24	15,6	поквартально	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Постійний клієнт»	24	15,3	щомісячно	1000	немає	
-//-	24	15,8	поквартально	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Стабільний»	36	15,2	щомісячно	1000	немає	
-//-	36	15,7	поквартально	1000	немає	
Строковий депозитний вклад «Постійний клієнт»	36	15,4	щомісячно	1000	немає	
-//-	36	15,9	поквартально	1000	немає	

Продовж. додатка П

1	2	3	4	5	6	7
АКЦІЯ «36.6 - НОРМА»	12	17	щомісячно	1000	немає	Діє з 27.02.07 р. до 01.05.08 р.
АКЦІЯ «36.6 - НОРМА»	36	17	щомісячно	1000	немає	Діє з 27.02.07 р. до 01.05.08 р.
АКЦІЯ «36.6 - НОРМА»	36+6	17	щомісячно	1000	немає	Діє з 18.02.07 р. до 01.05.08 р.
АКЦІЯ «36.6 - НОРМА»	36+6	17,2	щомісячно	500000	500	Діє з 18.02.07 р. до 01.05.08 р.
Строковий депозитний вклад «Скарбниця»	13	14,5	в кінці терміну	1000	500	Поповнення протягом дії договору, але не пізніше ніж за 3 місяці до дня його закінчення
-//-	18 (24)	14	поквартально	1000	500	Поповнення протягом дії договору, але не пізніше, ніж за 6 місяців до дня його закінчення
-//-	18 (24)	14,5	в кінці терміну	1000	500	Поповнення протягом дії договору, але не пізніше, ніж за 6 місяців до дня його закінчення
Поточний рахунок пенсіонера	не обмежений	10	щомісячно	не обмежений	не обмежено	Рахунок пенсіонера для одержання пенсії через АБ»Полтава-банк»
Депозитний рахунок до запитання						0,5
Поточний рахунок						0,5

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Авдашева С.Б., Романова Н.М. Теория организации отраслевых рынков: Учеб. – М.: ИГП «Издательство Магистр», 1998. – 320 с.
2. Алтыев А., Шапин А. Маркетинг – философия современного бизнеса. // Торговля. – 1993. – № 1. – С. 13–19.
3. Амблер Т. Практический маркетинг: Пер. с англ. / Под общей ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 1999. – 400 с.
4. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? – М.: Финансы и статистика, 1996. – 382 с.
5. Банковские операции. Часть II. Учетно-ссудные операции и агентские услуги: Учебное пособие / Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: ИНФРА-М., 1996. – 208 с.
6. Банкротство: стратегия и тактика выживания. Ч. 1. Как избежать банкротства / Под ред. Г.П. Иванова, В.А. Кашина. – М.: Б.И., 1993. – 293 с.
7. Білик О.І. Маркетингова стратегія банку при впровадженні нових банківських послуг // Регіональна економіка. – 2003. – № 4. – С. 127–134.
8. Бланк И.А. Управление использованием капитала. – К.: «Ника-Центр», 2002. – 656 с.
9. Большаков С.В. Финансовая политика и финансовое регулирование экономики переходного периода. – М.: Финансы, 1994. – 160 с.
10. Бранд М., Шаповалов С.Г. Бизнес в Украине и за ее пределами: Практические рекомендации. – К.: Просвита, 1997. – 368 с.

11. Бритченко И.Г. Актуальные аспекты формирования региональной банковской инфраструктуры // Экономика и управление – 2004. – № 6 – С. 45 – 48.
12. Бритченко И.Г. Банковский маркетинг Донбасса // Проблемы теории и практики управления в современной экономике. Управление экономическими процессами на макроуровне. – Том 2. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. – С. 162–166.
13. Белявцев М.І., Бритченко Г.І. Основи маркетингового управління (макрмаркетинга): регіональні і міжнародні аспекти: Навч. посібник. – Донецьк: ДонНУ, 2004. – 454 с.
14. Бритченко И.Г. Региональные аспекты банковского рыноковедения. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 291 с.
15. Бритченко И. Г. Системность банковского дела и реальный капитал. – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, 1998. – 134 с.
16. Бритченко И.Г. Управление банковским рыноковедением. Под ред. В.В. Финагина – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, 2003. – 368 с.
17. Бритченко И.Г. Переваги застосування нових кредитних технологій // Схід-2003. – № 3(53). – С. 55–58.
18. Бритченко И.Г., Товстик В.А. Реальный капитал в современных условиях // Схід. – № 3(27). – 1999. – С. 17–24.
19. Бритченко И.Г., Момот О.М. Подальше удосконалення банківського механізму на сучасному етапі // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Господарський механізм: сутність, структура, подальше удосконалення на сучасному етапі», 17–19 квітня 2008 р. – Полтава: ПУСКУ, 2008. С. 79–81.
20. Бритченко И.Г., Момот О.М. Структурні зміни у банківському мар-

- кетингу під впливом інформаційних технологій // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Структурні зміни в економіці та освіті під впливом інформаційно-комунікаційних технологій», 24–25 квітня 2008 р. – Полтава: ПУСКУ, 2008. – С. 10–20.
21. Броникова Т.С., Чернявский А.Г. Маркетинг. – М., 1999.
 22. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учеб. – М.: Дело, 1999. – 640 с.
 23. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха: Пер. с нем. – М.: «Интер-экспорт», Экономика, 1995. – 344 с.
 24. Васюренко О.В. Банківські операції: Навч. посіб. – 5-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2006. – 311 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
 25. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности: (Эк. теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент) – М.: Финансы и статистика, 1997. – 334 с.
 26. Войе Х., Якобсен У. Рыночная экономика. В 15 кн. – Маркетинг 1. Кн. 1.– М.: Внешторгиздат, 1991. – 288 с.
 27. Войс Х., Якобсен У. Рыночная экономика. Маркетинг 2 – М.: Сов-ВИП, 1992. – 316 с.
 28. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
 29. Войчак А.В., Кокарев І.В., Петров О.С., Сумцов В.Г. Управління маркетинговою діяльністю підприємства. – Луганськ: Вид-во СУДУ, 1998. – 172 с.
 30. Гапоненко А.Л. Управление экономическим развитием. – М.: Изд-во РАГС, 1997. – 73 с.
 31. Генри Ассель. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999. – XII, 804 с.

32. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – К.: Лібра, 2002. – 712 с.
33. Герчикова И.Н. Маркетинг: Учебник. – 2-ое изд. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
34. Гладких Д. Особливості оцінки діяльності банківських відділень // Вісник Національного банку України. – 2000. – № 10.
35. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Издательство «Финпресс», 1998. – 416 с.
36. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: Учебник для вузов. – 2-е изд. – М.: ГУ ВШЭ, 2001. – 495 с.
37. Грудзевич У.Я. Особливості розміщення та діяльності банків у регіонах України // Регіональна економіка. – 2003. – № 3. – С. 127–133.
38. Губерная Г.К. Рынок: новые условия управления. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1995. – 110 с.
39. Гурьянов С.А. Маркетинг банковских услуг. – М., ИНФРА-М. 2001. – 186 с.
40. Данилишин Б.М. Сталий розвиток України: реалії і проблем: Проблеми сталого розвитку України. – К.: БМТ, 2000. – 402 с.
41. Диксон Р. Питер. Управление маркетингом / Пер с англ. Ю.В. Шленова. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 556 с.
42. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учеб. пособие / Пер. с нем. А.М. Макарова; Под ред. И.С. Минко. – М.: Высш. шк. ИНФРА -М., 1996. – 256 с.
43. Долан Э., Дж. Деньги, банки и денежно-кредитная политика: Пер. с англ. В. Лукашевича и др. – СПб.: Санкт-Петербург оркестр, 1994. – 496 с.
44. Доллан Дж., Линдей Д.Е. Рынок: микроэкономическая модель. – Санкт-Петербург, 1992. – 368 с.

45. Другов О., Рисін Е., Сенищ І. Еволюція і перспективи розвитку банківських систем Польщі та України // Вісник НБУ – № 5 (135) / 2007 – Київ: НБУ, КНЕУ, 2007. – С. 8–32.
46. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры: практика и принципы / Отв. ред А. Рыбакова. – М.: Дело, 1992. – 350 с.
47. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. – Минск: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 1997. – 464 с.
48. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця. – К.: Фенікс, 2003. – 1008 с.
49. Ермошенко М.М. Маркетинговий менеджмент: Навч. посібник. – К.: НАУ, 2001. – 204 с.
50. Жуков Е.Ф. Банки и банковские операции. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 106 с.
51. Закон України № 437/95-ВР від 21.11.1995 р. «Про промислово-фінансові групи в Україні» // Відомості Верховної Ради. – 1996. – № 23. – С. 88
52. Закон України № 1576-ХІІ від 19.09.1991р. «Про господарські товариства» // Відомості Верховної Ради. – 1991. – № 49. – С. 682.
53. Закон України № 2121-ІІІ від 7.12.2000 р. «Про банки і банківську діяльність» // Урядовий кур'єр. – 2001. – № 8.
54. Закон України № 2299-ІІІ від 15.03.2001 р. «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)».
55. Закон України № 2374-ІІІ від 5.04.2001 р. «Про обіг векселів в Україні» // Урядовий кур'єр. – 2001. – № 78.
56. Закон України № 16-рп/2004 від 11.11.2004 р. «Про кооперацію» // Відомості Верховної Ради, 2004, № 5, ст. 35.

57. Закон України № 2266-ХІІ від 10.04.92 «Про споживчу кооперацію» // Відомості Верховної Ради, 1992, № 30, ст. 414.
58. Закон України від 18.09.1991р. № 1560-ХІІ «Про інвестиційну діяльність» // Відомості Верховної Ради. – 1991. – № 47. – С. 646.
59. Зубко Н.М. Экономическая теория. – Мн.: НТЦ «АПИ», 1999. – 311 с.
60. Имери Винс. Как сделать бизнес в Internet: Пер. с англ. – 3-е изд. – СПб.: Диалектика, 1998. – 464 с.
61. Калина А.В., Осокина В.В. Экономическая теория и практика хозяйствования: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 1998. – 308 с.
62. Калитич Г.Н., Каныгин Ю.А. Информация в условиях рынка. – К., УкрНИИ, 1992. – 150 с.
63. Капитал. – К.: АО «Издательство «Блиц-Информ», 1998. – 118 с.
64. Капран В.І., Кривченко В.С., Коваленко О.К., Омельченко С.І. Банківські операції. Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 208 с.
65. Карлоф Б. Деловая стратегия: Пер. с англ. / Научн. ред. и авт. предисл. В.А. Приптонов. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
66. Ковалев В.В. Финансовый анализ. Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 432 с.
67. Комарницький І.Ф., Комарницька Р.Г. Маркетинг інвестиційного продукту комерційного банку в умовах стабілізації фінансового ринку: регіональна диверсифікація // Регіональна економіка. – 2003. – № 4. – С. 117–127.
68. Корнеєв В. Конкуєнтоспроможність банків України в умовах лібералізації ринків фінансових послуг // Вісник НБУ. – 2007. –

№ 11. – С. 14 –17.

69. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. вступ. ст. Б.А. Соловьев. – М.: Изд-во АСТ, 2000. – С. 4.
70. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб.: ПитерКом, 1998. – 896 с.
71. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондрес Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 1999. – 1152 с.
72. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М.: Прогресс, 1993. – 145 с.
73. Кофман А., Форд Р. Займемся исследованием операций. – М.: Мир, 1996. – 279 с.
74. Лаврушина О.И. и др. Банковские операции. Часть II. Учетно-ссудные операции и агентские услуги банков. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 208 с.
75. Ламбен Жан Жак. Стратегический маркетинг: Пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
76. Ларичев О.И. Качественные методы принятия решений. – М.: Наука, 1996. – 208 с.
77. Леонтьев В. Экономические эссе. Теория, исследования, факты и политика: Пер. с англ. – М.: Политиздат, 1990. – 415 с.
78. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с англ., 11 изд. – К.: ХаГар, 2000. – 785 с.
79. Макромаркетинг (поведение, реклама, администрирование) / Под ред. Бритченко И.Г., Белявцева М.И., Садекова А.А. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, ДонНУ, 2002. – 427 с.
80. Маркетинг: учеб. / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и биржи,

ЮНИТИ, 1996. – 560 с.

81. Мертенс А.В. Инвестиции: курс лекций по современной финансовой теории. – К.: Киевское инвестиционное агенство, 1997. – 46 с.
82. Міщенко В., Сомік А. Доларизація: причини та наслідки для економіки України // Вісник НБУ – № 5(135) / 2007 – Київ: НБУ, КНЕУ, 2007. – С. 28–64.
83. Міщенко В., Сомік А. Теоретичні засади трансмісійного механізму грошово-кредитної політики // Вісник НБУ – № 6(136) / 2007 – К.: НБУ, КНЕУ, 2007. – С. 24–28.
84. Минаев А.А., Минин Л.Р., Ковалев А.И. и др. Регион: структурно-инвестиционные аспекты перехода к рынку (на примере Донбаса) – К.: Наукова думка, 1994. – 278 с.
85. Момот О.М. Деякі теоретичні та практичні аспекти розрахунку собівартості банківських послуг // Регіональні перспективи. – № 1 (20) 2002. – 2002. – С. 109–111.
86. Момот О.М. Сучасний підхід до формування та просування банківських послуг // Економіка: проблеми теорії і практики. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. – Вип. 236. Т. 4. – С. 846–853.
87. Момот О.М. Стратегія просування інтегрованих банківських послуг в Полтавському регіоні // Схід. – № 3 (87). – 2008. – С. 50–54.
88. Монетарний огляд за III квартал 2007 року / Департамент монетарної політики НБУ / <http://www.bank.gov.ua>
89. Мороз А.М., Савлук М.І., Пуховкіна М.Ф. та ін. Банківські операції: Підручник – К.:КНЕУ, 2000. – 342 с.
90. Нікітін А.В. Маркетинг у банку: Навч.-метод. посібник. – К.: «Знання», 2001. – 170 с.

91. Новикова І.В. Банківський маркетинг і його роль у розвитку ринкової економіки. – К.: Видавництво УАЗТ, 1999. – 63 с.
92. Овсиевич Б.Л. Модели формирования организационных структур. – Л.: Наука, 1990. – 160 с.
93. Омаров А.П. Основы маркетингового управления (макроткетинга): Учеб. пособие /Белявцев М.И., Бритченко И.Г. и др. – Донецк: ДонНУ, 2004. – 453 с.
94. Основні засади грошово-кредитної політики на 2008 рік // Рішення Ради НБУ № 18 від 28.11.2007 р. // <http://www.bank.gov.ua>
95. Петрук О.М. Банківська справа: Навчальний посібник / За ред. д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинця. – К.: Конкорд. – 2004. – 461 с.
96. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. – К.: КНЕУ, 1998. – 352 с.
97. Постанова НБУ від 17.05.2007 № 184 «Про регулювання грошово-кредитного ринку» // <http://www.bank.gov.ua>
98. Портер Майк Э. Конкуренция: Пер. с англ.: Учеб. пос. – М.: Издательский дом «Вильнюс». 2000. – 495 с.
99. Респ С., Коллинз Т.Л. Новый максимаркетинг: Пер. с англ. – Челябинск: «Урал LTD», 1997, – 535 с.
100. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг: Монографія – К.: «Ін Юре», 2001. – 484 с.
101. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг: теорія, методологія, організація: Рукопис дис... д-ра екон. наук. – К., 2002.
102. Рыжих М.Н. Выбор конкурентных стратегий в коммерческом банке // Культура народов Причерноморья. – 2002. – № 3. – С. 63–69.
103. Савчук М.І. Роль банківської системи в реформуванні економіки

України // Фінанси України. – 1996. – № 6. – С. 38–45.

104. Саєнко Г.В., Папаїка О.О. На шляху до стійкого розвитку економіки: господарський механізм взаємодії. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. Туган-Барановського, 2005. – 926 с.
105. Самуэльсон П. Экономика. Том 1. – М.: НПО «Алгон», ВНИИСИ, «Машиностроение», – 1994. – 333 с.
106. Самуэльсон П. Экономика. Том 2. – М.: НПО «Алгон», ВНИИСИ, «Машиностроение», – 1994. – 415 с.
107. Саркисян Л.Г., Донец Л.И., Азарян Е.М. Менеджмент и маркетинг: возникновение, эволюция, эффективность и стратегия развития. – Донецк: Юго-Восток, 1997. – 148 с.
108. Скибенко С.Т., Халява С.П., Цветкова Л.О. Банківські операції. Навчальний посібник. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2002. – 240 с.
109. Смовженко Т.С., Кірсєв О.І., Другов О.О., Рисін В.В. та інші. Новий етап розвитку банківської системи України: зростання присутності іноземних інвесторів / Монографія. За наук. ред. Смовженко Т.С. – К.: Вид. Університету банківської справи НБУ, 2008 р. – 228 с.
110. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – 4-е изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – 1632 с.
111. Спицын И.О., Спицын Я.О. Маркетинг в банке – К.: ЦММС «Писпайп», 1993 – 656 с.
112. Старостіна А.О., Мартов С.Є. Регіональний маркетинг: суть та особливості становлення в Україні // Маркетинг в Україні. – 2004. – № 3. – С. 55–57.
113. Столмов Л.Ф. Рынковедение: учебник для студентов коопера-

- тивних ин-тов. – М.: «Экономика», 1983. – 232 с.
114. Суховірський Б.І. Регіональна стратегія економічного розвитку України. – Київ, 2000. – 154 с.
115. Туган-Барановський М.І. Паперові гроші та метал. – К.: КНЕУ, 2004. – 200 с.
116. Уотермен Р. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1988. – 362 с.
117. Уткин Э.А. Банковский маркетинг. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 304 с.
118. Феоктисова Е.М., Красюк И.Н. Маркетинг: теория и практика. – М.: Высшая школа, 1993. – 248 с.
119. Ходаківська В.П., Беляєв В.В. Ринок фінансових послуг: теорія і практика: Навчальний посібник, – К.: ЦУЛ, 2002, – 616 с.
120. Хейне П. Экономический образ мышления: Пер. с англ. – М.: Новости при участии изд-ва «Catallaxy», 1991. – 704 с.
121. Хикс Дж. Стоимость и капитал: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Р.М. Энтова. – М.: Прогресс, 1993. – 488 с.
122. Черенков В. Международный маркетинг: Учеб. пособие для вузов / Высш. экон. шк. – СПб.: Знание, 1998. – 400 с.
123. Чухно А.А. Перехід до ринкової економіки. – К.: Наук. думка, 1993. – 270 с.
124. Шевцова О., Мандзюк Г. Життєвий цикл банківської установи як економічної організації // Вісник НБУ – № 1 (131) / 2007 – Київ: НБУ, КНЕУ, 2007. – С. 28–32.
125. Экономическая теория (политэкономия): Учеб. / Под общ. ред. В.Д. Камаева. – М.: Гуманист. изд. центр «ВЛАДОС», 1998. – 640 с.

126. Diez-Guardia, Nuria (2000) 'Consumer Credit in the European Union' ECRI Research Report, No. 1. European Credit Research Institute, Brussels.
127. E. Jerome McCarthy, Basic Marketing: A Managerial Approach. 12th ed. (Homewood, JL: Irwin, 1996).
128. Hill W. Marketing-management. – Bern: Stuttgart: Haupt, 1990. – 567 p.
129. Rob Alessie, Stefan Hochguertel, Guglielmo Weber. Consumer credit: evidence from Italian micro data // Centre for Economic Policy Research, Discussion Paper № 3071, November 2001.
130. Інформація з сайту ВАТ «Укрексімбанк» <http://www.eximb.com>.
131. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту Національного банку України <http://www.bank.gov.ua/>
132. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту Державного комітету статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>
133. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту «ПриватБанку» <http://www.pbank.com.ua>.
134. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту «Імпортерів і експортерів України» <http://www.eximbase.com>.
135. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту Асоціації українських банків <http://www.aub.com.ua>.
136. Інформація, отримана з офіційного веб-сайту Міністерства фінансів України <http://www.minfin.gov.ua>.
137. Інформація, отримана з офіційного сайту банку «Укоопспілка».
138. Інформація з сайту банку «Правексбанк» <http://www.pravex.com>.
139. Інформація отримана з сайтів провідних банків США: Bank of America, Citicorp, JP Morgan Chase, Wells Fargo, Bank of New

York, Royal Bank of Scotland, Merrill Lynch and Company, Toronto-Dominion Bank, Harris Financial Corp., Morgan Stanley, Deutsche Bank, Royal Bank of Canada, American Express Co., Bank of Hawaii, Wilmington Trust, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., First Niagara Financial, Boston Private Financial Holdings, Inc. Golden 1 Credit Union, тощо.

140. Інформація отримана з сайту <http://www.lib.mabico.ru>.

141. Сайт ОАО «Морський транспортний банк» <http://www.mtb.ua>.

ЗМІСТ

Передмова	8
Розділ 1. Формування та функціонування банківських мультиплікаційних процесів як передумова виникнення інтегрованих банківських послуг	12
1.1. Формування та функціонування банківських мультиплікаційних процесів.....	12
1.2. Традиційні шляхи підвищення конкурентоспроможності банків в умовах поглиблення конкурентної боротьби на світових ринках	30
1.3. Просування банківських продуктів та роль наукових досліджень.....	48
Розділ 2. Теоретичні аспекти впровадження інноваційних інтегрованих банківських послуг в Україні	68
2.1. Теоретичні основи та провідна роль банківських послуг у формуванні та функціонуванні сучасної банківської діяльності.....	68
2.2. Актуальні аспекти формування інтегрованих банківських послуг, їх вплив на перспективи розвитку банківської системи та підвищення її конкурентоспроможності.....	84
2.3. Специфіка маркетингових досліджень та вплив макроекономічних процесів на впровадження інтегрованих банківських послуг і відповідні маркетингові стратегії	100

Розділ 3. Маркетингові дослідження ринку банківських продуктів та перспективи впровадження інтегрованих послуг	126
3.1. Аналіз ринку банківських послуг України	126
3.2. Специфіка кооперативних банків та впровадження інноваційних інтегрованих банківських послуг	143
3.3. Інтегровані послуги як альтернатива депозитним операціям	161
Розділ 4. Імітаційна модель оптимізації маркетингової діяльності банку при застосуванні інтегрованих банківських послуг	179
4.1. Концепція і обґрунтування імітаційної моделі оптимізації структури банківських ресурсів при застосуванні інтегрованих послуг	179
4.2. Опис імітаційної моделі оптимізації банківської діяльності при використанні інтегрованих послуг	197
4.3. Практичне застосування імітаційної моделі	219
Післямова	232
Додатки	235
Список літератури	301