

2. Концептуальна основа фінансової звітності / [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://docviewer.yandex.ua/?url=yaserp%3A%2F%2Fbuhgalter911.com%2FRes%2FMSFZ%2Fkoncept_MS_FZ.pdf&c=55a75f8879e4.

3. Давидюк, Т. В. Розвиток бухгалтерського обліку людського капіталу : теорія і методологія : монографія / Т. В. Давидюк. – Житомир : ЖДТУ, 2011. – 508 с.

4. Гільорме, Т.В. Витрати на персонал підприємства: обліковий аспект [Текст] / Т.В. Гільорме, Ю.В. Степаненко // Херсонський державний університет: Економічні науки. – 2015. – Випуск 11. Частина 2. – С. 68–71.



Квасницька Раїса

к.е.н, доцент, професор кафедри

Скрипник Анна

студентка

Хмельницький національний університет

м. Хмельницький

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ ПОЗИЦІЮ БАНКУ

Сучасний стан економіки загалом та банківського сектору зокрема є нажаль незадовільним. Інфляція, зростання курсу валют, зменшення купівельної спроможності населення, скорочення персоналу, політична нестабільність та зменшення довіри до банківського сектору – все це негативно впливає на здатність банку втриматись на плаву під час кризи, так як кількість нових якісних клієнтів досить мала, частка проблемних кредитів в портфелях банків зростає а привабливість банківських послуг для населення постійно падає. Тому, сьогодні вимагає розробки та практичної реалізації заходів щодо підвищення конкурентних переваг окремих банків, які здатні позитивно виокремити їх на фоні конкурентів, тобто формування відповідної конкурентної позиції.

Розглядаючи суть самого поняття «конкурентна позиція», відмітимо, що на даний період часу єдиного, уніфікованого його трактування немає, про що свідчать дані табл. 1. Так, з наведених визначень видно, що дане поняття є широко використаним науковцями в різних напрямках досліджень: макро– та мікрорівень. Стосовно конкурентної позиції саме банківських установ найбільш ґрунтовним, на наш погляд, є визначення дане О. Тридідом та В. Вовк. І саме з цієї позиції узагальнено можна зазначити, що конкурентна позиція банку – це місце, яке займає банк на ринку банківських послуг, що обумовлене основними параметрами його конкурентних переваг та недоліків, які, й формують його конкурентоспроможність.

Оцінка конкурентної позиції банку може проводитись тими ж методами які застосовують для всіх підприємств загалом, звичайно з урахуванням специфіки галузі. Такими методами можуть бути SWOT–аналіз, PEST–аналіз, профіль середовища, метод зважування кожного фактора, модель п'яти сил конкуренції (за М. Портером) та інші [5]. Також застосовують аналіз конкурентних позицій за допомогою побудови матриць –

таких як матриця BCG («зростання — частка ринку»), матриця Shell/DPM («Direct Policy Matrix»), матриця GE/ McKinsey. При цьому кожен сектор (господарський підрозділ) графічно позиціонується на полях дво- або тривимірної аналітичної матриці [6].

Таблиця 1

Сутність поняття конкурентна позиція в економіці

Автор	Сутність поняття
Азоев Г. [1]	становище суб'єкта господарювання на ринку; величина ринкової частки того або іншого суб'єкта
Бондаренко А. [2]	конкурентні відносини, результат конкурентної боротьби й основа для існування того чи іншого суб'єкта господарювання в конкурентному середовищі
Тридід О., Вовк В. [3]	економічна категорія, що призначена для оцінки результатів і стратегічного планування діяльності банку, вказує на місце та рейтинг банку на ринках збуту відповідно до результатів його діяльності, на його переваги й недоліки порівняно з іншими банками і небанківськими інститутами, які оперують на цих самих ринках
Портер М. [4]	визначається діями які направлені на забезпечення країні конкурентоспроможного положення на світовому ринку шляхом розробки відповідного комплексу певних чинників для отримання позицій на ринковій ніші
Нікітіна О., Петренко А. [9]	сукупність споживчої та виробничої конкурентоспроможності суб'єктів глобальної економіки, що уможливорює виокремлення складових елементів сукупного попиту та пропозиції, в яких поряд з інституціональною, зовнішньоекономічною, транснаціональною складовими розвиваються й превалюють технологічні, еколого- економічні та соціокультурні елементи.

Конкурентна позиція, яка базується на перевагах, що є в банку, та забезпечується за рахунок характеристик, які в даний момент часу дають можливість діяти ефективніше ніж конкуренти, отримувати вищі прибутки, залучати більше клієнтів і т.д. Так, на думку К. Вовка під конкурентними перевагами банку слід розуміти якісні та кількісні характеристики, які характеризують ефективність використання конкурентного потенціалу та здатні забезпечити виняткову позицію банківської установи на ринку банківських послуг або його окремих сегментах порівняно з конкурентами. Сукупність конкурентних переваг дозволяє забезпечити домінуючу конкурентну позицію банку на ринку або окремих його сегментах у довгостроковій перспективі, у той же час, конкурентна перевага є наслідком більш вигідної ринкової позиції (володіння більшою часткою ринку) у певному його сегменті [7].

Загалом відмітимо, що управління конкурентоспроможністю банку є досить складним процесом, який уособлює в собі сукупність прийомів цілеспрямованого впливу, дій керівників щодо формування потужного потенціалу банківської установи та спрямування його на забезпечення можливостей банку стати одним із найбільш впливових суб'єктів на фінансовому ринку. Так, до основних конкурентних переваг банку відносять: кредитний портфель, клієнтську базу, імідж банку, професійність менеджменту, готовність власників та керівництва рятувати банк, фінансова стійкість. Проте, підтримуючи думку О. Розкошної та Д. Бондаркової, вважаємо, що варто також додати ще деякі суттєві позитивні характеристики банківських установ, що також визначатимуть рівень їх конкурентоспроможності, а саме: наявність унікальних

банківських продуктів, високий рівень кваліфікації банківського персоналу, чітка стратегія розвитку установи, велика кількість філій та представництв [8].

Управління конкурентною позицією банку представляє собою послідовний процес, який, на нашу думку, повинен включати п'ять етапів. На першому етапі необхідно здійснити загальну оцінку ринку, на якому банк здійснює свою діяльність, оцінку найближчих конкурентів та їх конкурентних переваг. На другому етапі, за результатами першого етапу, визначаються основні сильні та слабкі сторони банку, тобто переваги та недоліки у його діяльності. Третій етап передбачає пошук та відбір оптимальних методів посилення конкурентної позиції за рахунок оптимізації діяльності банку, роботи з виявленими недоліками, впровадженням інновацій в власну діяльність. Четвертий етап – це етап впровадження планів в життя, їх реалізації в практичній діяльності банку. На п'ятому етапі передбачається контроль за виконанням планів та корегування діяльності разом зі зміною ринкової ситуації або в випадку неефективності запланованого.

Отже, управління власною конкурентною позицією є важливим критерієм стабільності банку в кризових умовах. Конкурентна позиція банку та управління нею має враховуватись при плануванні діяльності, адже таке управління враховує і корегує всі напрямки діяльності. Сильна конкурентна позиція є фактором успіху банківських установ, та дозволяє покращити результати власної діяльності.

Список використаних джерел

1. Азоев, Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы [Текст] / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков – М. : Типография Новости, 2006. – 256 с.
2. Бондаренко, Л. А. Побудова системи ризик-менеджменту в комерційному банку [Текст] / Л.А. Бондаренко // Фінанси України. – 2003. – № 9. – С. 85–93.
3. Тридід, О. Аналіз конкурентної позиції банків у сучасних умовах ведення банківського бізнесу / О.Тридід, В.Вовк // Банківська справа. – 2009.– №4. – С.26–28.
4. Портер, М. Конкуренция [Текст] / М. Портер. – М. : Вильямс, 2005 – 608 с.
5. Кулінічев, П. Оцінка факторів впливу на конкурентну позицію підприємства [Електронний ресурс] / П. Кулінічев. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua/> (дата звернення : 21.05.2016).
6. Миколенко, І. Формування стратегії зміцнення конкурентної позиції підприємства [Електронний ресурс] / Миколенко І. – Режим доступу: <http://conference.spkneu.org/> (дата звернення : 21.05.2016).
7. Вовк, К. Аналітичний інструментарій оцінки конкурентних переваг банку [Електронний ресурс]/К. Вовк. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua> (дата звернення : 21.05.2016).
8. Розкошна, О. Оцінка конкурентоспроможної позиції банків методом конкурентних переваг [Текст] / О. Розкошна, Д. Бондаркова // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2013. – №2. – С. 341–345.
9. Нікітіна, О. Проблема визначення економічної категорії «конкурентна позиція» для проведення комплексної оцінки конкурентоспроможності національної економіки [Текст] / О. Нікітіна, А. Петренко // Економічний вісник НГУ. – 2012. – № 2. – С.20–23.

