

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ**



МАТЕРІАЛИ

Всеукраїнської наукової інтернет-конференції

***«Проблеми та перспективи розвитку
банківської системи України в умовах
фінансової нестабільності»***

ТЕРНОПІЛЬ – 2012

Матеріали Всеукраїнської наукової інтернет-конференції «Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України в умовах фінансової нестабільності». – Тернопіль, 2012. – 451 с.

Редакційна колегія: зав. кафедри банківського менеджменту та обліку, д.е.н., професор Луців Б.Л., к.е.н., доцент, Кравчук І.С., к.е.н., викладач Тимків А.О.

*Рекомендовано до друку Вченою радою
факультету банківського бізнесу ТНЕУ,
протокол № 2 від 02 жовтня 2012 року*

Відповідальний за випуск: Луців Б.Л., д.е.н., професор

За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних матеріалів відповідальність несуть автори

ЗМІСТ

Амбарцумян Анна	Маркетингові стратегії банку	11
Андрєєва Галина	Організаційні аспекти структури біржового ринку похідних цінних паперів	13
Андрушків Тарас	Проблеми формування кредитного портфелю банками України в умовах економічної кризи	19
Афанасьєва Ольга	Методичні засади діагностики фінансового стану банку у посткризовий період	22
Бабіч Ірина	Проблеми та перспективи впровадження Земельного банку	25
Байдала Вікторія, Бутенко Віра	Сучасні тенденції розвитку банківської системи в Україні та Сумській області	29
Баланчук Денис	Фактори успіху банку в корпоративному бізнесі	33
Бахін Олег	Консолідація банківських та промислових капіталів в результаті створення фінансово-промислових груп	36
Бережна Ірина	Аналіз функціонування платіжних систем банків	40
Білопранич Яна	Антикризове управління як інструмент оздоровлення банку	43
Богма Сергій	Узагальнення поточних тенденцій консолідації банківського капіталу в Україні	45
Боднарчук Андрій	Консолідація банківських ресурсів України	49
Божко Олександр	Концептуальні особливості використання маркетингу в банках	51
Васильчишин Олександра	Тendenції стійкості довіри населення до банківської системи	55
Величко Микола	Іпотечне кредитування фізичних осіб в умовах становлення сталого розвитку економіки	59
Воронцова Анна	Оцінка основних засобів банків та підприємств України на дату балансу	61

Галицька Наталя	Визначення та аналіз основних факторів, що впливають на ціну банківських послуг	65
Галіба Юлія	Організація системи мотивації банківського персоналу	68
Гербич Людмила	Принципи управління портфелем іпотечних кредитів банку	70
Глухан Наталія	Діяльність комерційного банку на ринку цінних паперів	73
Голубцова Дарья	Проблема ризиків в міжнародних банківських операціях	76
Горін Наталія	Роль банківського сектору в екологізації інноваційного розвитку України	81
Григораш Т., Пільгуй С.	Нетрадиційні банківські операції: лізинг та факторинг. Сучасний стан та перспективи розвитку	85
Гридасов Вадим, Евтухова Оксана	Формирование инвестиционного портфеля украинских коммерческих банков	89
Губський Станіслав	Роль маркетингу в банківській діяльності	92
Гузь Марина	Маркетинг подій як інструмент маркетингових комунікацій банку	96
Данілов Костянтин	Державна інвестиційна політика: теоретичні концепції	99
Діденко Оксана	Формування організаційно-аналітичного підґрунтя управління ефективністю банківського бізнесу	102
Діденко Сергій, Курбатов Сергій	Оцінка ризиків банківських інновацій в системі внутрішнього фінансового моніторингу у банку	105
Довгань Жанна	Капіталізація банківських установ в контексті забезпечення їх фінансової стійкості	109
Дудченко Наталія	Елементи системи економічної безпеки банківських установ	112
Дума Назар	Діяльність комерційних банків у соціальних мережах як один з важливих інструментів підтримання стабільності та завойовування ринку	117

Жмайлова Ольга	Теоретико-методичні аспекти визначення грошових коштів від операційної діяльності	120
Завитій Ольга, Мельниченко Василь	Аудит і оцінка кредитного портфелю	125
Загурський Ярослав	Сучасні тенденції розвитку банківського маркетингу та його впровадження в банках України	130
Заруцька Олена	Вдосконалення підходів до системи економічних нормативів банків України	136
Ігнатенко Альона	Проблеми іпотечного кредитування в Україні	140
Іолтуховський Віталій	Вплив економічної кризи на орієнтири міжнародного банківського кредиту на світовому фінансовому ринку	142
Кабан Яна	Методи оцінки кредитоспроможності позичальника	146
Камінська Ірина, Волинчук Юлія	Регіональні особливості фінансово-кредитних інструментів стимулювання соціально-економічного розвитку України	148
Каширська Дар'я	Діяльність міжнародного банківського бізнесу в умовах глобальної фінансової кризи	153
Клименко Александр	Временное администрирование и ликвидация банка – информационный аспект	157
Кобушко Ігор	Вплив банків на кон'юнктуру інвестиційного ринку України	162
Коваленко Ірина	Особливості прийому на роботу банківських співробітників	166
Коваленко Катерина	Характеристика розвитку сучасної банківської реклами	168
Коваленко Наталія	Іноземний капітал у банківській системі України	173
Ковальова Лоліта	Управління кредитним ризиком банку	176
Комісар Антоніна	Забезпечення охорони установ банків в сучасних умовах	179

Копійка Тетяна	Правове регулювання банківської діяльності	183
Коренчук Андрій	Окремі аспекти функціонування банків у фінансово-господарському секторі регіону	187
Коробенко Марія	Ефективність банківського менеджменту як умова забезпечення фінансової стійкості банку	190
Королук Тетяна	Напрями удосконалення державного антикризового управління банківською діяльністю в Україні	195
Кочанова Дар`я	Проблеми розвитку банківської системи України в умовах фінансової нестабільності	200
Кравчук Ігор, Зубаль Уляна	Депозитарна діяльність Національного банку України	204
Красномовець Вікторія	Банківський персонал і його роль у роботі банку	207
Кривич Яна	Особливості організації маркетингу в банках України	210
Криніна Юлія	Антикризовий менеджмент як інструмент вдосконалення операційної діяльності банку	214
Куліченко Вероніка, Ловакова Марія	Стратегічні альянси банківських установ та страхових організацій: переваги та проблеми співпраці	217
Куришко Олександр	Скорингова модель оцінки ризиків легалізації доходів в страховій компанії	221
Леонова Катерина	Современная парадигма маркетинга в банках	224
Леус Мар'яна	Особливості організації маркетингу в банках	229
Липко Ірина	Банківський менеджмент як одна із складових функціонування банківської системи	236
Литвин Надія	Проблеми формування банківської проміжної фінансової звітності у світлі вимог МСФЗ	239

Лунякіна Лілія	Перше застосування міжнародних стандартів фінансової звітності вітчизняними банками	243
Луняков Олег	Исследование дисбалансов в финансовом секторе экономики Украины	247
Луців Богдан	Глобалізаційний вплив на розвиток банківської системи України	250
Малютюк Ольга	Механізми мотивації працівників комерційних банків України	253
Маринчак Лілія	Роль рейтингових агенств у здійсненні комплексної оцінки банківських депозитів з точки зору їх надійності та дохідності	257
Маркович Ірина	Дистанційне банківське обслуговування як елемент пропозиційного пакету комерційного банку	261
Мартиненко Вікторія	Аспекти сучасного розвитку банківської системи України з врахуванням наслідків фінансової кризи	265
Михайличенко Наталя	Обґрунтування доцільності використання трьохконтурної системи моніторингу економічної безпеки в банківських установах	269
Московчук Олександр	Сучасний стан депозитної політики банків України	273
Назаренко Олександр	Фінансова безпека комерційних банків в Україні	275
Непомняща Наталія	Інструментарій просування банківських продуктів і послуг у сучасних умовах	279
Ничипорчук Людмила	Перспективи застосування ризик-менеджменту в діяльності банку	283
Ольшанська Діана	Стратегічний менеджмент у комерційному банку	286
Осадча Віта	Управління ризиками банківського кредитування	289
Павлов Володимир, Трофімчук Михайло	Банківський сектор та фондовий ринок: характер взаємодії	292

Падалка Анна	Специфика современного маркетинга в банках	298
Пасенкова Вікторія	Проблеми запровадження МСФЗ в Україні	301
Пастух Олена	Система управління змінами в банках	304
Петренко Наталія	Сучасні тенденції розвитку маркетингу в банках України	306
Пець Ганна	Удосконалення обліку операційних витрат в банках України	309
Поліщук Вадим	Пріоритети банківської системи в рамках стимулювання сталого розвитку регіонів України	313
Поліщук Є., Цаль-Цалько О.	Досвід зарубіжних банків у застосуванні нових маркетингових парадигм	319
Поляков Олексій	Трансфертне ціноутворення в Україні	323
Полякова Дар'я	Інноваційний менеджмент банківської діяльності	328
Попова Наталія	Роль фінансового та управлінського обліку в системі інформаційного забезпечення діяльності банківської установи	332
Посадська Єлизавета	Поняття ліквідності та платоспроможності банку	335
Потлатюк Валентина, Денисюк Інна	Моделювання ризиків органами банківського нагляду	338
Привалова Олена	Особливості розвитку ринку страхування життя України в умовах фінансової нестабільності	342
Прудь Павло	Роль банків у системі недержавного пенсійного забезпечення населення	346
Радченко Анна	Ризики в банківській діяльності та методи їх аналізу	349
Радченко Олег	Специфіка оцінювання ефективності проведених маркетингових комунікацій в банку	352
Рипкович Марія	До питання визначення суті туризму як важливої сфери ринкової економіки	354
Різник Наталія, Корецька Наталія	Підходи до класифікації офшорних банків	358

Рябоконт Катерина	Совершенствование системы управления рисками в банковской деятельности	362
Сас Богдана	Іноземний капітал в банківській системі України	366
Сенів Богдан	Деякі аспекти методики оцінки ефективності банківських інвестицій	369
Сергійчук Наталія	Особливості банківського маркетингу в умовах світової економічної кризи	374
Сівчук Ірина	Особливості функціонування банківської системи України в сучасних умовах	377
Спак Галина	Окремі аспекти аналізу фінансових результатів діяльності банку	380
Срібна Вікторія	Аналіз і оцінка управління валютним ризиком	383
Тимків Андрій	Місце та роль планування ризику в системі банківського менеджменту	386
Тимошенко Альона	Управління інноваційною діяльністю в банках	389
Ткачук Василь	Уроки фінансової кризи у світлі сучасної парадигми маркетингу	391
Фаріон Тетяна	Сутність внутрішнього контролю в банківських установах	395
Федоренко Руслан	Аналіз стану та динаміки кредитної діяльності банків України	398
Філін Ольга	Структура валютних операцій комерційних банків на прикладі ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»	401
Ходарева Юлія	Управління банківськими інноваціями	406
Целіковська Катерина	Сучасний стан капіталізації комерційних банків	409
Цікало Олександр	Банківські операції та відділи, які займаються операціями	411
Чабанюк Одарка	Напрями організації податкового обліку в банку	415
Чайковська Анна	Перспективи використання похідних фінансових інструментів в Україні	418

Чала Єлизавета	Сучасний стан та перспективи розвитку лізингу	422
Черкезюк Діана	Діяльність глобальних кастодіальних банків в умовах фінансової нестабільності	425
Чусь Юлія	Маркетингові інновації банків з іноземним капіталом в Україні	428
Шкарівська Валерія	Сучасний стан факторингових послуг комерційних банків	432
Шульга юлія	Сьогодення банківської системи України: перебудова та євроінтеграція	435
Шульженко Галина	Фактори формування системного ризику в банківській системі України	439
Юхименко Вікторія	Особливості банківського менеджменту в умовах сучасного фінансового ринку	442
Ярова Марина	Сутність банківського маркетингу на сучасному етапі розвитку економіки	446

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ БАНКА

АМБАРЦУМЯН Анна

*студентка 5 курса факультета экономики,
Донбасская государственная машиностроительная академия*

Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Маркетинг банка – это внешняя и внутренняя политика, идеология и тактика его деятельности в зависимости от конкретной общественно-политической и экономической ситуации.

Актуальностью исследования планирования маркетинга являются анализы стратегий, которые можно провести следующими методами: метод матричного анализа «товар - рынок», бостонская матрица, стратегия по прибыли и модель Портера [1, 390].

Метод матричного анализа «товар - рынок». Этот метод предполагает анализ матрицы по четырем позициям (табл. 1).

Таблица 1.

Матричный анализ «продукт - рынок»

Продукт	Рынок	
	Старый	Новый
Старый	1. Устоявшийся рынок	2. Овладение новыми рынками
Новый	3. Технологический рынок	4. Диверсификация

Ситуация первая характеризуется тем, что старые банковские продукты реализуются на старом рынке путем улучшения каналов их реализации, проведения рекламных компаний. Рынок еще не насыщен данными видами услуг, новые клиенты приобретают эти продукты из-за открытия новых филиалов банка в местах их проживания. Рано или поздно насыщенность рынка продаваемыми услугами достигнет предела. Непрерывная конкуренция между банками, борьба за увеличение числа обслуживаемых клиентов и другие факторы требуют реализации новой рыночной стратегии. В противном случае

длительное существование такого положения сопряжено с такой опасностью, как превращение в основном устоявшегося рынка в плохой сегмент.

Вторая ситуация характеризуется экстенсивным расширением рынков сбыта продуктов, когда в дополнение к старым рынкам банк овладевает новыми сегментами или же новыми географическими рынками. Увеличивается количество клиентов, а значит, и продажа услуг. Банк увеличивает производственные мощности (строит новые филиалы, дополнительные офисы, закупает компьютерное и другое оборудование), численность персонала. Услуги банка хорошо зарекомендовали себя на старых рынках, и благодаря проведенной активной рекламной компании они легко находят новых клиентов на новых рынках.

Третья ситуация характеризуется предложением новых продуктов на старых рынках или новым технологическим рывком в освоении новых моделей продукции, например нового класса пластиковых карт или в модификации старой услуги, например проведение расчетно-платежных операций через банк с использованием компьютера, не выходя из офиса компании. Банк имеет хорошую репутацию по предоставляемым старым услугам, имеет достаточный капитал для проведения исследовательских и опытных работ по разработке и производству новых продуктов.

И наконец, в четвертой ситуации новому продукту тесно в рамках старых рынков сбыта, и он стремится проникнуть на новые рынки. Здесь требуются особенно тщательно разработанные маркетинговые планы, так как речь идет не только о новых продуктах, запускаемых на рынок, но и о новом рынке. В случае плохо проработанного маркетинга эта ситуация часто характеризуется такой поговоркой, как «пан или пропал». В случае хорошо подготовленного и реализованного маркетинга полученные дополнительные доходы могут существенно перекрыть высокие расходы. Таким образом, анализ продуктовых групп по разным рынкам позволяет определить конкретные стратегии и тактики по производству и сбыту банковских продуктов.

Основная идея маркетингового подхода к производству банковских продуктов состоит в том, что маркетинговые службы банка вначале изучают рынок предполагаемых к выпуску продуктов, процентные ставки, цены на них, типы клиентов-покупателей, конкурентов, предлагающих аналогичные продукты, а затем организуют их производство и реализацию.

Литература:

1. Федько В.П., Федько Н.Г. Основы маркетинга. – Киев, 2002. – 480 с.

**ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРУКТУРИ БІРЖОВОГО РИНКУ
ПОХІДНИХ ЦІННИХ ПАПЕРІВ**

АНДРЕЄВА Галина

*доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Розвиток ринкових відносин в Україні супроводжується суттєвими змінами економічного, інформаційного та правового середовища. Відповідно, змінюються й ключові проблеми сучасної вітчизняної економіки, наприклад, високі ризики в реальному і фінансовому секторі, вирішенням яких є, на наш погляд, використання похідних цінних паперів, коли учасники фінансових і товарних ринків безпосередньо визначають форми й вартість обмеження ризиків, пов'язаних із операціями, що здійснюються. Проте, для ефективного застосовування похідних цінних паперів необхідний чіткий механізм функціонування ринку похідних цінних паперів і, перш за все, розвиток його ключової ланки – біржових інститутів, бірж похідних цінних паперів. Сучасні умови вимагають від учасників біржового ринку похідних цінних паперів трансформації структури ринку під впливом нових технологій, розширенням спектру інструментів і учасників торгів, зростанням конкуренції між торгівельними системами, розвитком національної біржової інфраструктури, та, відповідно, принципів організації їх діяльності.

Слід зазначити, що біржовий ринок – це централізована торгівельна система з особливою структурою, принципами організації й ціноутворенням. Як правило, організаціями, які здійснюють торгівлю й виконання зобов'язань за похідними цінними паперами на біржовому ринку, є: біржа (Exchange); клірингова організація або клірингова палата (Clearing House); розрахункові організації або розрахункові банки (Settlement Banks); розрахункові депозитарії (Settlement Depositories) – у разі організації торгівлі похідними цінними паперами на фондові активи; спеціалізовані сховища, які призначені біржею (Designated Warehouses, Approved Storage Facilities) – у разі організації торгівлі похідними цінними паперами на товарні активи; інфраструктурні організації (страхові компанії, інвестиційні фонди, фонди хеджування тощо); безпосередні учасники біржової торгівлі (члени строкової біржі та їх клієнти).

Біржа, як суб'єкт господарювання, орієнтована на отримання прибутку для власного утримання й розвитку. Як суб'єкт економічних відносин, біржа являється організаційною основою розвитку ринку похідних цінних паперів, вступаючи у взаємовідносини з його учасниками. Механізм функціонування біржового ринку похідних цінних паперів припускає існування загальних закономірностей у біржовій діяльності пов'язаних з його сутністю й формами організації [1].

Основна мета клірингової палати строкової біржі полягає в здійсненні клірингу й забезпеченні виконання зобов'язань, проведенні розрахунків на ринку похідних цінних паперів за результатами укладених угод на строковій біржі. Мета розрахункової організації зводиться до проведення розрахунків за результатами торгових операцій з похідними цінними паперами та їх виконання. Розрахунковий депозитарій та спеціалізоване сховище забезпечує процедури проведення постачання при виконанні зобов'язань. Розрахункові банки та депозитарії можуть бути уповноваженими утримувачами коштів системи гарантування строкової біржі. Інфраструктурні організації на

біржовому ринку здійснюють свою діяльність на підставі укладених угод про взаємодію, але з безпосередніми учасниками торгів оформлюються договори членства [2].

Організований ринок являє собою відкриту, динамічну систему, що розвивається, в якій погодженість окремих елементів і функцій досягається вдосконаленням структурної організації [3].

Найчастіше за все, структуру біржового ринку досліджують в залежності від ознаки, за якою ринок поділяється на складові елементи. Наприклад, за складом фінансових інструментів біржової торгівлі – інструментальна структура; за способом розміщення фінансових інструментів – інституційна структура; за складом професійних учасників ринку. Кожна ознака дозволяє досліджувати структуру під певним кутом зору, розглядати й вирішувати специфічні проблеми. Проте, на наш погляд, аналіз структури біржового ринку повинен здійснюватися за функціональною ознакою, що дозволить визначити стан окремих підсистем ринку та наявність диспропорцій. Отже, за функціональною ознакою в системі організаційно-економічних відносин біржового ринку похідних цінних паперів можна виділити наступні підсистеми:

- похідні цінні папери – забезпечують постачання на ринок інструментів інвестування, які розрізняються за ступенем надійності, доходності, ліквідності та ризиків;
- інвестиційні ресурси – виконують функцію мобілізації заощаджень інвесторів і формування платоспроможного попиту на фондові цінності;
- ціни та фінансові регулятори – вирішують задачу регулювання попиту й пропозиції, встановлення рівня доходності за конкретними об'єктами інвестування;

- інфраструктура ринку – створює умови для здійснення біржових угод і забезпечує взаємодію торговельної, депозитарної та розрахункової системи;
- нормативно-правова база – встановлює певні правила, стандарти й норми поведінки професійних учасників ринку, правові гарантії реалізації інтересів всіх категорій інвесторів;
- інформаційно-аналітичне обслуговування – сприяє розкриттю інформації щодо емітентів, інвесторів та найбільш потужних операторів ринку з метою прийняття інвестиційних рішень;
- програмно-технічне забезпечення – відповідає за технологічну надійність укладання та виконання угод і розрахунків.

Необхідно зазначити, що ефективність вітчизняного біржового ринку похідних цінних паперів залежить від того, наскільки збалансовані його функціональні підсистеми. Організатори та регулятори ринку мають можливість впливати на них, активізуючи або блокуючи функції, що виконуються, і, тим самим, регулювати темп розвитку біржового ринку похідних цінних паперів.

Єдність рішень, які приймають організатори й регулятори біржового ринку похідних цінних паперів, їх послідовність і погодженість забезпечується певними принципами біржової торгівлі, що сприяє більш повній реалізації потенційних переваг організованого ринку. Своєю єдністю принципи складають систему загальних правил організації, функціонування та регулювання ринку, яка відображує об'єктивну логіку становлення й подальшого розвитку біржового ринку. Виходячи із вітчизняного і світового досвіду розвитку біржового ринку похідних цінних паперів, можна виділити п'ять основних принципів. По-перше, принцип соціально-економічної значимості, який зобов'язує організаторів ринку працювати не тільки на користь професійних учасників, але й сприяти вирішенню макроекономічних задач, які мають пріоритетне значення для суспільства.

По-друге, принцип інформаційної прозорості ринку. Він передбачає розробку єдиних правил проведення біржових угод і операцій. Стандарти та норми поведінки професійних учасників розробляються на основі спеціальних нормативних актів, що регулюють ринок і надають можливість відбору й ліцензуванню професійних учасників ринку; розкриття інформації щодо основних емітентів, значних інвесторів та учасників ринку; встановленням жорсткого контролю за дотриманням законодавчих норм і правил проведення операцій на біржовому ринку. По-третє, принцип технологічності. Одним з найважливіших результатів конкуренції на фінансовому ринку в цілому, й на біржовому ринку зокрема, є впровадження в практику біржової торгівлі прогресивних технологічних рішень, наприклад, автоматизованого програмно-технічного комплексу, який забезпечує бездокументарний спосіб укладання угод. При цьому гарантується персональна відповідальність за прийняті рішення. По-четверте, принцип універсальності, який полягає в удосконаленні програмно-технічного комплексу та використанні модифікованих версій програмного забезпечення і дозволяє здійснювати торгівлю різними похідними цінними паперами, забезпечити депозитарне обслуговування учасників торгів, здійснювати кліринг і розрахунки за результатами угод, надає можливість встановлення зв'язків і взаємодії між віддаленими учасниками торгів. По-п'яте, гарантування розрахунків. Найбільшою перевагою цивілізованого ринку є своєчасне й чітке виконання зобов'язань за всіма угодами та операціями, що забезпечує високу довіру до системи біржової торгівлі похідними цінними паперами з боку її учасників та їх інвесторів. В цілому, сформульовані принципи організації біржового ринку похідних цінних паперів утворюють єдину систему, взаємно доповняючи один одного та, на наш погляд, відповідають сучасному етапу становлення ринку.

Таким чином, дослідження структури біржового ринку похідних цінних паперів дозволяє зробити висновок, що аналіз структури біржового ринку повинен здійснюватися за функціональною ознакою, що надасть можливість визначити стан окремих підсистем ринку, наявність диспропорцій в їх розвитку та, на підставі цього, розробити комплекс заходів, спрямованих на усунення невідповідностей між похідними цінними паперами, способами їх розміщення та обігу на ринку, інтересами його учасників. Освоєння нових інформаційних і фінансових технологій, посилення конкуренції між організаторами торгівлі, на нашу думку, змінюватимуть структуру біржового ринку, призведуть до трансформації традиційних і появи нових принципів організації біржового ринку похідних цінних паперів.

Література:

1. Галанов В.А. Производные инструменты срочного рынка: фьючерсы, опционы, свопы / В.А.Галанов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 464 с.
2. Соловьев П. Биржевой рынок производных финансовых инструментов в России и его ликвидность/П.Соловьев // Рынок ценных бумаг. – 2004.–№ 20.– С.56-59.
3. Сохацька О.М. Біржова справа: підручник/О.М. Сохацька.: Тернопіль: Карт-бланш, К.: Кондор, 2008. – С.232-233, 254-256. – 632 с.
4. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами/И.А.Бланк.: М.: Омега-Л, 2010.– 768 с.
5. Буренин Л.Н. Рынок производных финансовых инструментов/Л.Н. Буренин. – М.: ИНФРА–М, 2000. – 386 с.
6. Кандинская О.А. Структура рынка биржевых производных инструментов [Электронный ресурс]: управление корпоративными финансами. – Режим доступа:/ <http://www.grebennikon.ru/cat-185-3-3.html>.
7. Маршалл Дж.Ф., Бансал В.К. Финансовая инженерия: Полное руководство по финансовым нововведениям: Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М., - 1998. - 784 с.
8. Фельдман А.Б. Производные финансовые и товарные инструменты / А.Б.Фельдман –М.: Финансы и статистика, 2003. – 241 с.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЮ БАНКАМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

АНДРУШКІВ Тарас

*к.е.н., доцент кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

Світова фінансова криза є серйозним випробуванням на міцність для національної банківської системи та світової фінансової системи в цілому. Глобальна банківська криза справила негативний вплив на банківську систему України, зокрема зумовила погіршення кредитування банків.

Ефективність кредитної діяльності банків на сьогоднішній день є необхідним, якщо не вирішальним, фактором життєдіяльності банків, так як кредитний портфель становить більше половини всіх активів банку. У структурі балансу банку кредитний портфель розглядається як єдине ціле та складова частина активів банку, що має свій рівень дохідності та ризику. Тому для успішного кредитування – забезпечення повернення наданих позичок та підвищення дохідності кредитних операцій, банки мають впровадити ефективну та гнучку систему управління кредитним портфелем. Досягнути ж цього можна завдяки вивченню теоретичних і практичних питань щодо підходів та процесу формування і управління кредитним портфелем комерційного банку.

Формування та управління кредитним портфелем є одним з основоположних пріоритетних напрямків у діяльності банку. Оптимальний, якісний кредитний портфель впливає на ліквідність банку та його надійність. Надійність банку важлива для акціонерів, підприємств, населення, які є вкладниками і користуються послугами банку. Фінансова нерівновага банків знижує загальну довіру до кредитної системи держави, а це відчувається і в інших секторах економіки.

Для активізації ролі кредитного портфеля як інструменту реалізації завдань державної кредитної політики доцільно розглядати його з трьох позицій. По-перше, це стратегічний кредитний портфель, який має бути

сформованим відповідно до вимог державної кредитної політики, місця та завдань банку в її виконанні. По-друге, це тактичний кредитний портфель, що його формує банк на основі обсягів і структури стратегічного кредитного портфеля. По-третє, це портфель фактично наданих кредитів, що зараз є визнаним [4, 230].

За підсумками роботи банківської системи в першому півріччі 2012 року вже можна робити певні висновки. На банківському ринку ресурси досі дорогі й «короткі», а кредитування ускладнюється через недостатню кількість платоспроможних позичальників.

Важливим чинником, що обмежує обсяги кредитування, а також конкурентоспроможність банківської системи України за сучасних умов, є недостатній рівень їх капіталізації, який проявляється у тому, що попри зростання капіталу, темпи збільшення капіталу банків не встигають за розширенням їх зобов'язань та активів. Низький рівень капіталізації також сприяє зростанню кредитних ставок та знижує конкурентоспроможність банків.

Варто відзначити, що друга половина 2011 року та перше півріччя 2012 року відрізнялися незначним посиленням кредитної активності. Нові кредити перевищили обсяги погашення «старих» боргів. В основному зростання відбувається завдяки авто- та іпотечному кредитуванню, тому що споживчі позики зараз займають не найбільшу частку за обсягом. Однак розраховувати на подальше зростання кредитування населення не доводиться. Причиною цього є висока вартість ресурсів [6].

Банківська система, як і будь-який бізнес в Україні, має свої проблеми. Одна з проблем полягає в тому, що вартість грошей в Україні та банківському секторі залишається високою. Ніхто не хоче розміщувати гроші під низький відсоток, але при цьому всі хочуть низькі ставки за кредитами. Раніше частково цю проблему вирішували за рахунок дешевих зарубіжних валютних кредитів. Та після економічної кризи дешевих закордонних кредитів у банківській системі практично не залишилося.

Варто наголосити, що у першому півріччі 2012 р., банки проводили «чистку» балансів від проблемної заборгованості, проблемні кредитні портфелі продавали, списували, реструктурували. Крім того, тривала тенденція відходу з українського ринку багатьох іноземних банків. Згорнули свою діяльність в Україні SEB Банк, Commerzbank, Home Credit, Volksbank і Swedbank [6].

Аналізуючи проблеми банківського кредитування в Україні видно, що банківська система України потребує значного реформування, направлено на здешевлення кредитів, їх доступності, економічно обґрунтованих кредитних ставках, вдосконалення законодавчої бази, переймання досвіду іноземних держав. Удосконалення кредитної політики вітчизняними банками повинно забезпечити оздоровлення фінансового сектору та відновлення темпів економічного зростання в Україні. Саме це є головним завданням в умовах необхідності якнайшвидшого подолання наслідків фінансової кризи у вітчизняній економіці та запорукою забезпечення її подальшого розвитку [2, 15].

Одним з уроків кризи стало надмірне використання банками іноземних запозичень для формування своїх ресурсів, що призвело до розбалансованості ресурсної бази і диспропорційності у використанні її для кредитування реального і споживчого секторів економіки. Ці чинники стали серйозною передумовою для більш глибокої банківської кризи в Україні порівняно з іншими країнами. Зокрема, істотно погіршилась довіра до банків з боку населення та інших учасників грошового ринку, стрімко погіршились кредитні портфелі банків, ускладнився пошук кредитоспроможних позичальників по нових кредитах, впала інвестиційна привабливість банків для вітчизняних та іноземних інвесторів, знизилась прибутковість банківського бізнесу тощо.

Також необхідно враховувати, що Україна позначила для себе євроінтеграційний курс, фінансовий ринок у майбутньому чекають значні зміни, які виявлятимуться, перш за все, у розширенні присутності закордонних

фінансових установ. Це змушує українські фінансові компанії вступати в жорстку конкурентну боротьбу.

Фінансове становище, в якому діє банк, динамічно змінюється: впроваджується нові технології, посилюються конкурентна боротьба за клієнтів, коригуються засоби регулювання банківської діяльності тощо. Отже, існує необхідність в управлінні кредитним портфелем шляхом нагляду і контролю за діяльністю банківської установи.

Література:

1. Григораш Т.Ф. Банківське кредитування в Україні: сучасний стан, основні проблеми та шляхи їх вирішення [Текст] / Григораш Т.Ф., Пільгуй С.С. // Економічний простір №62.—2012.—с.119-124

2. Міщенко В. Реструктуризація кредитів в умовах кризи: світовий досвід і можливості застосування в Україні [Текст] / В. Міщенко, В. Крилова, М. Ніконова // Вісник Національного Банку України. – 2009. - №5. – С. 12-17.

3. Основні показники діяльності банків України за 1 півріччя 2012 року // [Електронний ресурс] Офіційний сайт Національного банку України — Режим доступу: www.bank.gov.ua.

4. Пірог В.В. Оцінювання якості кредитного портфеля банків з урахуванням виконання економічних нормативів НБУ [Текст] / В.В. Пірог // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 2. – С. 228-235.

5. Слобода Л. Напрямки вдосконалення роботи банків України з проблемними активами в посткризовий період [Текст] / Слобода Л. Дунас Н., // Вісник НБУ. – 2011. - № 4. – С. 46-51.

6. Український банківський портал [Електронний ресурс.] – Режим доступу: <http://banker.ua>

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ БАНКУ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

АФАНАСЬЄВА Ольга

*к.е.н., асистент кафедри міжнародної економіки,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Дослідження впливу світової фінансової кризи на функціонування банківської системи України як безпосередньо в період 2008-2009 рр., так і в посткризовий період, дозволяє виявити основні його негативні наслідки. Так, зокрема, відбулось зниження довіри до банківських установ, про що свідчить масове вилучення (до 25 %) коштів з рахунків банків та обмеження доступу до

міжнародних ринків капіталу. Діяльність 41 банку України виявилася збитковою, причому прибутковість активів банків все ще продовжує скорочуватися і сьогодні. Незбалансованість за термінами співвідношення кредитів до депозитів (у 2009 р. воно складало 213 % при нормі 100 %) обумовила зростання вартості кредитів на 4-5 %, що суттєво обмежило можливості кредитування реального сектора економіки України. Криза призвела до різкого збільшення обсягу проблемних кредитів (з 18 до 70 % протягом 2009 р.), різкого зростання вартості кредитів (на 4-5 %), підвищення вимог банків до позичальників, зменшення мережі філій вітчизняних банків на 18 %, скорочення чисельності персоналу в банках (більше ніж на 10 тис. осіб у 2008-2009 рр.). Наприкінці 2009 р. у 14 банках введено тимчасові адміністрації, а станом на березень 2012 р. 23 банки перебувають у стані ліквідації. З огляду на це виникає об'єктивна потреба в розробці практичного інструментарію проведення діагностики фінансового стану банків, яка б дозволяла розрахувати рівень ризику виникнення банківської кризи та, залежно від нього, прийняти рішення щодо застосування антикризових інструментів, спрямованих на його мінімізацію. Саме тому розвиток науково-методичних підходів до формування індикаторів виникнення кризових явищ в банках, адекватних сучасним умовам посткризового розвитку банківської системи України, не втрачає своєї актуальності.

Підтвердженням цієї тези може бути низка досліджень як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, у роботах яких запропоновано підходи до діагностики фінансового стану банків та прогнозування банківських криз. Зокрема слід відмітити методику складання рейтингових оцінок (CAMEL) [1], методику аналізу В.С. Кромонава [2], підхід до оцінки фінансової міцності Ю.С. Масленченкова [3], підходи до проведення стрес-тестування банківських установ (зокрема сценарний аналіз та аналіз чутливості [4], методи еластичностей та оцінки витрат [5] тощо), застосування нечітких нейронних мереж, зокрема ANFIS та TSK [6]. Таким чином, можна стверджувати, що наразі розроблена ціла

система моделей прогнозування кризових ситуацій як в діяльності банківської системи, так і в окремих банках. Проте більшість із таких моделей базується на досить односторонньому аналізі фінансового стану банку та не враховують інших аспектів діяльності банків, що також пов'язані з високою ризикованістю. Це викликає необхідність розробки та використання в практичній діяльності вітчизняних банків інтегрального показника, який враховував би основні фактори, що характеризують ймовірність банкрутства, а також дозволяв би врахувати ступінь впливу кожного з них на кінцевий критерій. Розрахунок такого індикатора надасть змогу приймати оперативні управлінські рішення і формувати стратегії подальшого розвитку банківських установ, які б відповідали поточним динамічним змінам у фінансовому секторі вітчизняної економіки.

Так, якщо у процесі функціонування банку або за результатами проведеного поточного моніторингу виявлено ознаки ймовірності настання кризи, необхідно провести більш глибоку діагностику фінансового стану банку з позиції кількісної оцінки ймовірності можливого банкрутства. Для цього пропонується застосовувати показник “прогнозний індикатор кризи” (G), що базується на використанні інструментарію нечіткої логіки, враховує пріоритетність факторів ризику та ступінь впевненості менеджменту банку в глибині кризових явищ.

Запропонований науково-методичний підхід до діагностики фінансового стану банку з позиції кількісної оцінки можливості його банкрутства, який передбачає розрахунок показника «прогнозний індикатор кризи», що базується на використанні інструментарію нечіткої логіки, дозволяє врахувати пріоритетність факторів ризику та ступінь впевненості менеджменту банку в глибині кризових явищ.

Практична реалізація розробленого науково-методичного підходу до визначення прогнозного індикатора кризи в банку на основі застосування методів нечіткої логіки надає можливість стверджувати про необхідність її

комплексного застосування в процесі прогнозування несприятливих фінансових ситуацій на ринку банківських послуг та з метою проведення ефективної і адекватної змін зовнішнього та внутрішнього середовища антикризової політики. У результаті дані дії забезпечать не тільки досягнення результативного виходу з нестабільної ситуації, але й дозволять більш швидкими темпами провести адаптування новітніх умов функціонування, причому з найменшими витратами.

Література:

1. Using CAMELS Ratings to Monitor Bank Conditions [Electronic resource] / Federal Reserve Bank of San Francisco. – Regime of access: <http://www.frbsf.org/econsrch/wklyltr/wklyltr99/el99-19.html>
2. Методика Кромона. [Электронный ресурс] / РосБизнесКонсалтинг. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/kromonov.shtml>
3. Масленченков Ю. С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке / Ю. С. Масленченков. - М. : Издательство «перспектива», 1997. – 221 с.
4. Про схвалення Методичних рекомендацій щодо порядку проведення стрес-тестування в банках України [Електронний ресурс]: постанова, затверджена Правлінням НБУ від 6 серпня 2009 року № 460 / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/v0460500-09>.
5. Банн Ф. Стресс-тестирование как метод оценки системных рисков / Ф. Банн // Банки: мировой опыт. – 2006. – № 1. – С. 33–35.
6. Войтенко О. С. Сравнительный анализ методов прогнозирования банкротства банков / О. С. Войтенко, Н. А. Карнаух // Вісник ЧДТУ. – 2011. - № 3. – С. 10-14.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО БАНКУ

БАБІЧ Ірина

*студентка 3 курсу напряму «Облік і аудит»,
Севастопольський інститут банківської справи УАБС НБУ*

На даний момент в Україні склалася ситуація, що характеризується абсолютною відсутністю прозорості ринку землі. Ринок землі є пріоритетною, привабливою та необхідною складовою економічного розвитку. Цей ринок може дати новий поштовх у розвитку вітчизняного агропромислового комплексу. Спираючись на законодавчо-нормативну базу, світовий та

історичний досвід зазначимо, що в Україні є перспектива розвитку ринку землі шляхом створення земельного банку. Основним завданням цього банку є «монетизація» землі, тобто перетворення землі на актив, який буде мати реальну ринкову вартість.

Економіка України, зазнавши втрат, яких завдала світова фінансово-економічна криза, перебуває у стадії стагнації. Для відновлення її розвитку необхідне реформування практично в усіх сферах. Зокрема, доцільним є акцентування уваги на таких сферах економіки, як сільське господарство та банківська система. Обидві галузі майже вичерпали внутрішні ресурси для розвитку та потребують нових підходів і нетрадиційних джерел фінансування. Сільському господарству необхідні кошти для впровадження сучасних технологій виробництва, збереження та переробки продукції. Банківська сфера прагне надавати позики і кошти для інвестування лише під надійну та ліквідну заставу. Поєднати інтереси цих галузей міг би земельний банк. Така взаємодія створить позитивний імпульс для розвитку інших сфер економічної діяльності [4].

Питання державного земельного банку постійно є об'єктом гострих дискусій та знаходиться під пильною увагою вчених-аграрників та економістів, зокрема, П.Т.Саблука, М.Я.Дем'яненка, Н.К.Корецької В.І.Кравченка, В.Д.Лагутіна, та інших.

Ринок землі є одним із найпріоритетніших та найпривабливіших ринків в Україні, адже 71% земельного фонду України становлять землі сільгосппризначення (рис. 1). Оскільки дефіцит продовольчих товарів у світі зростає, саме сільське господарство відіграватиме головну роль у майбутньому розвитку нашої країни [2].

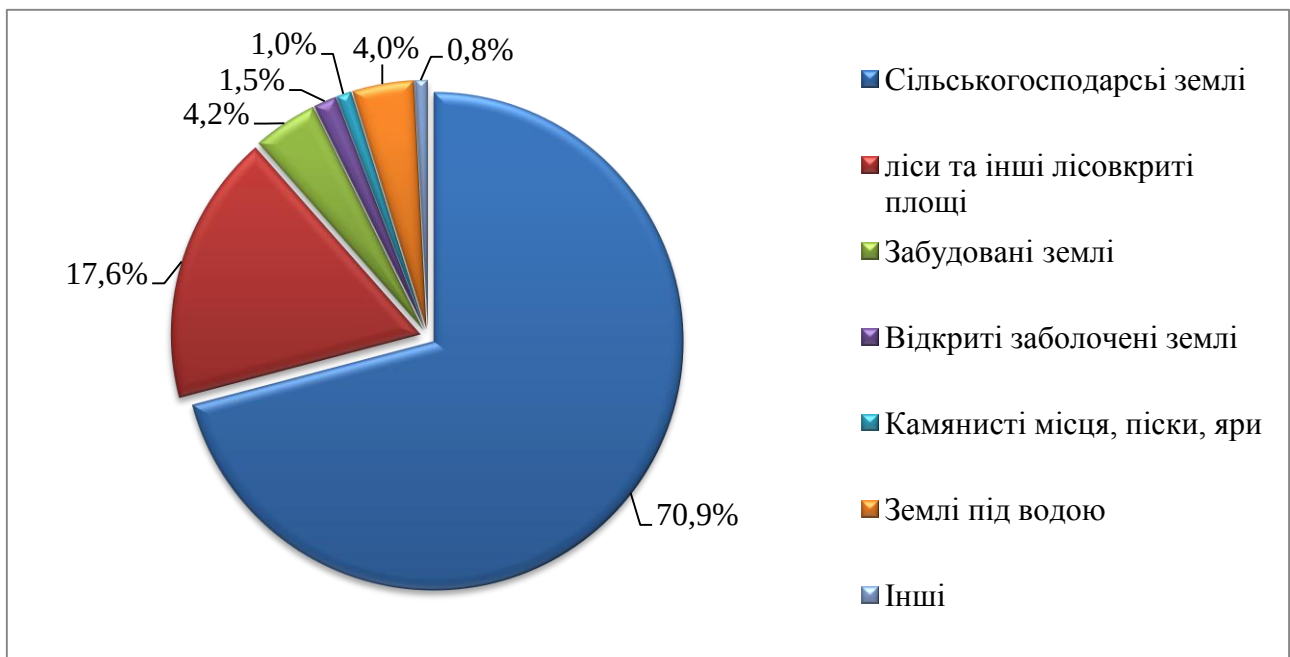


Рис. 1. Земельний фонд України на 1 січня 2012 року [2]

Зараз аграрне виробництво України переживає глибоку кризу і має свої специфічні риси, зокрема, спад обсягів виробництва та незадовільне економічне і фінансове становище більшості агропідприємств. Тому засобом вирішення цих проблем може стати Державний земельний банк, який міг би адаптувати банківський кредит до вимог аграрних підприємств [3].

До основних функцій, які має виконувати земельний банк, належать:

- традиційні (розрахунково-касові, депозитні, трастові, лізингові та міжбанківські операції);
- нові операції банку:
 - надання послуг заставникам з оформлення іпотечних договорів [5];
 - розробка і організація проведення тендерів, конкурсів і аукціонів з продажу земельних ділянок;
 - скупка земель у власників сертифікатів і продаж їх підприємствам для забезпечення цілісності сільськогосподарських угідь;

- одержання штрафів за нанесений збиток роді чисті землі і створення фонду відтворення ґрунтової родючості;
- одержання штрафів за несанкціоноване виведення земель з обороту і перерахування їх у бюджет;
- контроль за діяльністю суб'єктів іпотечного ринку[5].

Таким чином, Державний земельний банк бере участь в організації ринку землі як фінансова установа, де виступає прямим виконавцем Міністерства охорони навколишнього природного середовища України і Міністерства аграрної політики [1].

Наявність на фінансовому ринку земельного банку дасть змогу вирішити наступні пріоритетні завдання:

1. Підвищити ефективність діяльності державного земельного кадастру і контролю над цільовим використанням, охороною та поліпшенням земель.
2. Здійснити “монетизацію” землі, тобто розпочати процес її залучення до ринкового обігу, перетворення в актив, що має реальну вартість.
3. Здійснити ринковий перерозподіл землі від неефективних до ефективних власників, які спроможні продуктивно працювати, але не мають для цього фінансових ресурсів.
4. Підвищити забезпеченість сільського господарства кредитними ресурсами, які стимулюватимуть його розвиток.
5. Забезпечити реальний розвиток ринку іпотечних цінних паперів як важливої складової фондового ринку держави.

Отже, питання функціонування ринку землі актуальне та потребує негайного вирішення. Без створення земельного банку не слід сподіватися на швидкий розвиток системи обороту сільськогосподарських земель і підвищення ефективності аграрного сектору в цілому.

Література:

1. Корецкая Н.К. Земельный банк: когда у земли есть хозяин // Дом Индекс. – № 7.– 2010. – С. 79–85.

2. Державне агентство земельних ресурсів України: Земельний фонд України станом на 01.01.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dazru.gov.ua/terra/control/uk/index>.

3. Загурський О.М. Державне регулювання ринкового обігу земель сільськогосподарського призначення / О.М. Загурський // Економіка АПК. – 2008. – № 12. – С. 101-106.

4. Паляничко Н.І. Державне регулювання сталого використання земель сільськогосподарського призначення / Н.І. Паляничко // Економіка АПК. – 2009. – № 5. – С. 65-68.

5. Дем'яненко М.Я. Проблеми іпотеки сільськогосподарських земель / Дем'яненко М.Я. // Економіка АПК. – № 2. – 2003. – с. 102.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В УКРАЇНІ ТА СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

БАЙДАЛА Вікторія

к.е.н., доцент кафедри соціально-економічних дисциплін

Сумська філія ХНУВС

БУТЕНКО Віра

к.е.н., доцент кафедри соціально-економічних дисциплін

Сумська філія ХНУВС

Кредитно-фінансові ресурси регіонів формуються через функціонування банківської системи країни. Як відомо, банківська система України є дворівневою системою, до якої входять Національний банк України та комерційні банки різних видів і форм власності. У таблиці 1 представлена динаміка щодо кількості банків в Україні.

Кількісна динаміка банків характеризується відносною стабільністю. Що стосується банків з іноземним капіталом, то за останні 7 років їх кількість збільшилася в 2,3 рази, при цьому спостерігається зростання питомої ваги іноземного капіталу в статутному капіталі банків на 22,4 пункта проценту, що свідчить про привабливість економіки України для іноземного банківського капіталу. Станом на 2011 рік іноземний капітал в Україні представлений 20 країнами, серед яких найбільшу частку в його загальній сумі становить капітал Австрії (28,4%), Франції (15,6%), Кіпру (10,7%), Росії (9,2%), Нідерландів (8,4%), Угорщини (7,1%), Польщі (6,0%) [1]. Проте слід зазначити, що залежність банківського сектору від зовнішніх джерел робить його більш

вразливим від криз на світових ринках капіталу. Світова криза, викликана дефолтами за іпотекою у США, призвела до дефіциту в Україні саме «довгих» ресурсів для довгострокового кредитування як населення (іпотека), так і компаній (проектне фінансування).

Таблиця 1.

Кількість банків в Україні

Показники	01.01.2006	01.01.2007	01.01.2008	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012
Кількість зареєстрованих банків	186	193	198	198	197	194	198
Кількість банків, що перебувають в стадії ліквідації	20	19	19	13	14	18	21
Кількість діючих банків	165	170	175	184	182	176	176
Із них з іноземним капіталом	23	35	47	53	51	55	53
У тому числі зі 100-відсотковим іноземним капіталом	9	13	17	17	18	20	22
Частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків, %	19,5	27,6	35,0	36,7	35,8	40,6	41,9

У 2011 році діяльність банківського сектору України характеризувалася стабільним припливом коштів до банківської системи, зростанням ринку банківського кредитування, поліпшенням якості кредитного портфеля та скороченням простроченої заборгованості за кредитами, нарощуванням капіталу банків, зниженням порівняно з попереднім роком рівня збитків та зменшенням кількості збиткових банків (табл.2).

Співвідношення загальних активів банків до ВВП у 20011 р. зменшилося до 92,0% (на 01.01.2011 р. - 100,7%), активів – до 80,1% (на 01.01.2011 р. – 87,0%), зобов’язань – до 68,3% (на 01.01.2011 р. – 74,3%), власного капіталу – до 11,8% (на 01.01.2011р. – 12,7%).

Основні показники діяльності банків України [1]

Показники	01.01.2006	01.01.2007	01.01.2008	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012
Активи, млн. грн.							
Активи, всього	213878	340179	599396	926086	880302	942088	1054280
Готівкові кошти та банківські метали	7628	11430	18313	20668	21725	26749	27008
Кредити надані	156268	269294	485368	792244	747348	755030	825320
Прострочена заборгованість за кредитами	3379	4456	6357	18015	69935	84851	79292
Пасиви, млн. грн.							
Пасиви, всього	213878	340179	599396	926086	880302	942088	1054280
Власний капітал	25451	42566	69578	119263	115175	137725	155487
Зобов'язання банків	188427	297613	529818	806823	765127	804363	898793
Довідково							
Результат діяльності, млн. грн.	2170	4144	6620	7304	-38458	-13027	-7708
Рентабельність активів, %	1,31	1,61	1,50	1,03	-4,38	-1,45	-0,76
Рентабельність капіталу, %	10,39	13,52	12,67	8,51	-32,52	-10,19	-5,27

У 2011 році спостерігався процес концентрації активів, капіталу та зобов'язань в банках І групи, де на 01.01.2012 р. було сконцентровано 67,5% активів банків України, 65,5% капіталу та 67,2% загального обсягу зобов'язань.

Негативним моментом в діяльності банків стало різке падіння прибутковості починаючи з 2009 року (на 01.01.2010 р. збитки сягнули 38,45 млрд. грн.), хоча на початок 2012 року даний показник складає уже 7,71 млрд. грн., тобто масштаби втрат для банківської системи зменшуються.

Розглядаючи регіональний вимір, слід зазначити, що в областях практично всі акціонерні комерційні банки є філіями столичних банків, що спричиняє вплив грошових ресурсів з регіонів, причому такий процес двобічний. Великі банки, які раніше були державними і яким дісталась значна кількість підприємств державного сектора, для кредитування отримують ресурси від головних контор. На виплату відсотків за користування цими ресурсами спрямовується значна частка прибутку, частина якого осідає в Києві.

Нещодавно створені комерційні банки регіонального рівня майже не мають таких підкріплень. Вони вдаються до залучення максимальної кількості місцевих ресурсів по вкладах населення і депозитах підприємств. Залучені кошти спрямовуються знову ж таки не на розвиток регіонів, у яких вони створені, а в ті області, де значно вища потреба в кредитних ресурсах і вищі відсотки за їх використання. Крім того, будь-яка філія банку зобов'язана частину отриманого від діяльності прибутку надавати вищому органу, що знову ж таки знижує кредитні вкладення регіонів.

На території Сумської області зареєстровано 484 банківські установи, в тому числі 2 банки – ВАТ «Акціонерний банк «Столичний» та ВАТ «Комерційний банк «Володимирський», 3 філії, 449 відділень. Останнім часом у їх діяльності виявляється чимало порушень чинного законодавства. Не може не тривожити зростання заборгованості за наданими кредитами, яка на сьогодні становить понад 6 мільярдів гривень, у тому числі по проблемних (сумнівних до повернення) – понад 740 мільйонів гривень [2].

Серйозною проблемою кредитної системи, на наш погляд, є те, що практично не здійснюються інвестиційні вклади з боку нових комерційних банків у виробничі галузі. Це пов'язано з тим, що довгострокові кредити є низькорентабельними вкладками.

Як свідчать дані Головного управління статистики у Сумській області, обсяг капітальних інвестицій, освоєних підприємствами і організаціями області за I півріччя 2012 р., склав 839,1 млн. грн., що на 0,2% більше ніж за відповідний період 2011 р. При цьому основним джерелом фінансування виступають власні кошти підприємств та організацій. За рахунок них у I півріччі 2012 р. освоєно більше половини загального обсягу капітальних інвестицій. Витрати населення на будівництво індивідуальних житлових будинків склали 21,5% загального обсягу інвестицій. За рахунок кредитів банків та інших позик профінансовано лише 5,6% капітальних інвестицій. Ці

показники свідчать про те, що банки не зацікавлені в проведенні довгострокових інвестицій [2].

Отже, можемо дійти висновку, що існуюча банківська система України не сприяє поліпшенню галузевої структури економіки. Інноваційні галузі, яким притаманний більш тривалий виробничий цикл, і які водночас є основою для довгострокового економічного зростання країни, знаходяться поза увагою системи банківського кредитування через великий ризик неповернення кредитів. Банки, що здійснюють кредитування цих галузей, втрачають конкурентні переваги порівняно з банками, які проводять на фінансовому ринку швидкі та спекулятивні активні операції.

Таким чином, існуюча банківська система України практично не забезпечує стимулювання стратегічного сталого розвитку економіки як країни в цілому, так і регіону зокрема.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ФАКТОРИ УСПІХУ БАНКУ В КОРПОРАТИВНОМУ БІЗНЕСІ

***БАЛАНЧУК Денис**
аспірант кафедри банківської справи,
Київський національний
торговельно-економічний університет*

Ефективність управління корпоративним бізнесом банку в значній мірі залежить від ідентифікації факторів його успіху, які до сих пір залишаються маловивченим предметом економічної науки. Дослідження факторів успіху банку в сфері корпоративного бізнесу має важливе теоретичне та практичне значення. Адже, визначені фактори можуть бути покладені в основу концепції

розвитку корпоративного бізнесу, яку доречно розробити кожному банку з метою зміцнення власної конкурентоспроможності на даному сегменті ринку.

Проведені нами дослідження дозволили встановити, що вивчення факторів успіху банку в корпоративному бізнесі пов'язано зі вирішенням двох ключових проблем: виявлення та систематизації факторів, а також визначення індикаторів, за допомогою яких можна кількісно виміряти результативність дії кожного з них.

Сукупність факторів успіху банку в сфері корпоративного бізнесу пропонується систематизувати за наступними критеріями.

За формою походження доцільно виокремити внутрішні та зовнішні фактори успіху банку. Зовнішні фактори успіху, як правило, не підпадають під дію банку. В той же час на внутрішні фактори успіху менеджмент банку може суттєвим чином впливати та контролювати.

Завдяки гармонійному врахуванню зовнішніх та внутрішніх факторів формується потенціал успіху банку в сфері корпоративного бізнесу, а саме: ринковий (зміцнення в майбутньому конкурентоздатності банку на даному сегменті ринку), зниження витрат та підвищення продуктивності праці корпоративних менеджерів банку.

За ступенем виміру рекомендуємо виділити кількісні та якісні фактори успіху банку в сфері корпоративного бізнесу. Для виміру факторів успіху бізнесу доречно віднести: прибуток або рентабельність, забезпечення ліквідності та стабільності, потенціалу росту.

Досягнення запланованого прибутку характеризує абсолютне, а рентабельності – відносне значення успіху, які отримані в результаті надання корпоративним клієнтам кредитних, депозитних та інших послуг. Забезпечення стабільності та надійності банку пов'язані з обмеженням ризику, який приймає на себе банк в процесі корпоративного обслуговування клієнтів.

Потенціал росту може забезпечуватись завдяки підвищенню рівня монетарних індикаторів (збільшення обсягів наданих кредитів та залучених

вкладів) та немонетарних індикаторів (збільшення числа корпоративних клієнтів, що обслуговуються в банку).

Факторам успіху банку в сфері корпоративного бізнесу відповідають дві групи показників: внутрішньо-економічні та зовнішньо-економічні. До внутрішньо-економічних відносяться такі показники як забезпечення прийняттого для акціонерів банку рівня прибутку, рентабельності, ліквідності, стабільності та потенціалу росту. Зовнішньо-економічна група показників характеризує суспільну роль банку в економіці країни, а саме: результативність фінансово-кредитної підтримки корпоративних клієнтів. Кількісний вимір цієї результативності в сфері корпоративного бізнесу банку є надзвичайно складною науково-практичною проблемою, розв'язання якої потребує спеціальних глибоких наукових досліджень.

У міжнародній банківській практиці використовують два концептуальних підходи до управління бізнесом (ринково-орієнтований та ресурсно-орієнтований), які пропонується розглянути в контексті факторів успіхів. Відповідно до ринково-орієнтованого підходу на стратегію поведінки та успіх банку впливають, перш за все, зовнішні чинники (загальноекономічні, політичні, правові, технологічні та інші). На наш погляд, до найбільш значущих зовнішніх факторів, що впливають на успіх банку в корпоративному бізнесі, відносяться: інтенсивність конкуренції та вміння вести переговори зі сторони клієнтів.

Згідно з ресурсно-орієнтованим підходом перевага віддається ресурсним факторам успіху банку. Ресурси (фінансові, фізичні, організаційні, технологічні та людські) впливають на підприємницький успіх банку, який створює йому конкурентні переваги. Фактори успіху банку слід ідентифікувати також в таких сферах як управління, збут, маркетинг, тощо.

Внутрішніми факторами успіху банку в корпоративному бізнесі можуть бути: в управлінні – організація, персонал, планування, управління бізнес-процесами, менеджмент ризику; у збуті – розробка концепції обслуговування

корпоративних клієнтів; у маркетингу – організація дистрибуції, встановлення ціни, налагодження комунікацій, залучення клієнтів та їх сегментація.

Отже, виходячи з ринково-орієнтованого підходу, потенціал успіху банку залежить від конкурентного середовища, а ресурсно-орієнтованого – від різних видів ресурсів. Для підвищення ефективності управління корпоративним бізнесом банку необхідна чітка координація між вимогами зовнішнього середовища і ресурсним потенціалом банку, що сприятиме зміцненню конкурентної позиції та забезпечить його стабільний та довготривалий розвиток в майбутньому.

КОНСОЛІДАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ ТА ПРОМИСЛОВИХ КАПІТАЛІВ В РЕЗУЛЬТАТІ СТВОРЕННЯ ФІНАНСОВО-ПРОМИСЛОВИХ ГРУП

БАХІН Олег

*студент факультету банківського бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

На сьогоднішній день корпорація може розглядатись як інструмент інтеграції промислового та банківського капіталу. Таку організаційно-правову форму об'єднання господарюючих суб'єктів називають фінансово-промисловими групами (ФПГ). Фінансово-промислові групи – це групи взаємозв'язаних по капіталу підприємств, які включають спеціалізовані фінансові групи, які мають загальні інтереси в певних сферах діяльності і створюються з метою вирішення конкретних задач.

Виникнення ФПГ зумовлювалося об'єктивними та суб'єктивними чинниками перехідного періоду. З одного боку, їх існування – це неодмінна прикмета епохи так званого "початкового нагромадження капіталу" майже для всіх постсоціалістичних країн. З іншого боку, країни Центрально-Східної Європи зуміли трансформувати це явище згідно з основними принципами демократичного, відкритого суспільства, вчасно відокремити бізнес від політики. Чого не сталося в Україні та Росії.

ФПГ середини 1990-х років у Центрально-Східній і Східній Європі були об'єднаннями виробничих і торгових підприємств з кредитно-банківськими установами (з наступною трансформацією у великі багатогалузеві господарські системи зі спільною економічною стратегією і внутрішнім товарообігом). Однак пізніше вони позбулися винятково економічних рис і набули нових ознак, що дозволяє класифікувати їх як фінансово-політичні (або політико-економічні групи). Для ФПГ характерне поєднання політичних, економічних і адміністративних складових. При цьому контроль над певними сегментами промисловості встановлювався через систему політико-адміністративного патронажу.

Важливе значення для подальшого розвитку держави мав процес приватизації, перебіг якої визначив основні контури не лише економічного, а й політичного розвитку.

В Україні та Росії головної мети приватизації – відокремлення колишньої державної власності від влади, а політики – від підприємництва не було досягнуто. Хаотичний, а часто й протиправний процес початкового нагромадження приватного капіталу призвів до формування великих ФПГ, тісно пов'язаних з владними структурами: "благополуччя" ФПГ залежало від ступеня наближення до влади. Переважала в цьому процесі так звана номенклатурна приватизація, коли тодішня партійно-господарська еліта, по суті, виміняла собі власність на владу (пізніше вона повернула собі владу, але вже в новій, незалежній державі).

До складу сучасних ФПГ можуть входити комерційні та некомерційні організації, у тому числі й іноземні, за винятком суспільних та релігійних. Обов'язковим є наявність організацій, які діють у сфері виробництва товарів та послуг, а також банків та/або інших фінансово-кредитних установ. Крім названих у склад ФПГ можуть входити інвестиційні інститути, недержавні пенсійні фонди, страхові організації тощо.

Створення фінансово-промислових груп сприяє вирішенню таких задач:

- підвищення конкурентоздатності та ефективності виробництва;
- створення раціональних виробничих та коопераційних зв'язків;
- зростання експортного потенціалу;
- прискорення науково-технічного прогресу за рахунок консолідації корпоративних зусиль.

Отже, фінансово-промислова група може визначатись як інтеграційне об'єднання, тобто створення єдиного конгломерату зв'язків різноманітного типу між учасниками групи.

У структурі ФПГ значне місце відводиться банкам та іншим фінансовим установам. Саме створення ФПГ зумовлено присутністю в її складі фінансової установи. Цікавість фінансових установ у створенні ФПГ зумовлена наступними міркуваннями:

- можливістю підвищення фінансової стійкості, оскільки саме фінансова установа концентрує активи членів фінансово-промислової групи;
- розширенням інвестиційних можливостей фінансової установи;
- зниженням ризику інвестицій.

На сьогодні в Україні існують крупні господарські структури, які відповідають формальним ознакам промислово-фінансових груп. ПФГ вже здатні на рівних не тільки взаємодіяти з крупними зарубіжними корпораціями, але й здійснювати експансію на світові ринки з власною конкурентною продукцією, вступати в боротьбу за формування та перерозподіл світового доходу. Зайве доводити, як це важливо зараз, в епоху глобалізації світового господарства та диктату транснаціональних корпорацій. Прикладом є події навколо конкурсу з продажу польського металургійного комбінату HUTA Stali Czestochowa (HSC), в якому брала участь українська ПФГ «Індустріальна спілка Донбасу». Конкурсна пропозиція української сторони була найкращою

серед пропозицій учасників конкурсу - американських, російських, українських, індійських компаній.

Масштаб їхньої діяльності дозволяє активно впливати на стан національної економіки в цілому, багато в чому визначаючи напрями її подальшого розвитку.

Результати зусиль ПФГ щодо концентрації капіталу для розв'язання проблем стабілізації виробництва та його технологічного оновлення здебільшого залежать від того, якою мірою вдасться залучити до цього ресурси найсамостійніших, з фінансового погляду, галузей вітчизняної економіки.

Промислово-фінансові групи, концерни, холдинги, конгломерати та консорціуми, а також інші структури асоціативного типу, які базуються на внутрішніх договірних відносинах, є своєрідним каркасом економіки провідних індустріальних країн і світового господарства в цілому. Створення сильних ПФГ в Україні сприятиме виявленню економічних пріоритетів, зміцненню господарських зв'язків, підвищенню міцності промисловості та розвитку фінансової сфери, підвищенню конкурентоспроможності українських підприємств і виходу їх на світовий ринок, розвитку підприємств стратегічної орієнтації шляхом їх інвестування та реструктуризації.

Література:

1. Симоненко Ю.Г. «Корпоративне управління» Навчальний посібник. – К.: Каравела, 2008. – 384 с.
2. Телешун С. «Про діяльність фінансово-промислових груп та їх вплив на політичну систему України» // Україна: кам'янистий шлях до демократії. Зб. статей. К.: Заповіт, 2002. С. 79.
3. Сиденко В., Барановский А. Проблемы собственности и легализации капиталов и доходов в Украине // Зеркало недели. – 2004. – № 18 (493).

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ БАНКІВ

БЕРЕЖНА Ірина

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Актуальність даної теми пов'язана в першу чергу з розвитком банківської системи та необхідністю своєчасного здійснення грошових платежів, виконання платіжних зобов'язань економічних агентів. Особливе місце в платіжних системах посідають комерційні банки. Вони не тільки беруть участь в них як звичайні платники та одержувачі платежів, а й як посередники в платежах, покликані якнайшвидше, в режимі реального часу доставити грошові кошти від платника до одержувача. Це стає можливим за допомогою розрахунково-касових операцій, які є ключовим елементом платіжної системи.

Мета – визначити роль та функціональні особливості платіжних систем, які застосовуються в комерційних банках при проведенні операцій з розрахунками та переказом коштів, що виникають між учасниками цього процесу.

Дослідженням платіжних систем банків займалися як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники. Серед них можна відзначити: М.П.Березину, Ю.С. Крупнова, П. Ван ден Берга, Г.Д. Бломштейна, Б.Д. Саммерса, Е. Роде.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки України все більше зростає інтерес до питань розвитку національної електронної платіжної системи. Перспективним напрямком розвитку платіжної системи України є створення єдиного національного платіжного простору, головною ідеєю якої є пріоритетність національних правил щодо усіх внутрішньодержавних операцій з застосуванням платіжних карток.

Аналізуючи основні показники діяльності НСМЕР на картковому ринку України, можна побачити стійку тенденцію до зростання річних оборотів. Та незважаючи на збільшення кількості емітованих платіжних карток, частка безготівкових платежів у загальному обсязі карткових операцій не перевищує

5-7%. Не виконується основна функція карткових систем – переведення роздрібного грошового обороту в безготівкову форму.

Розглядаючи платіжні системи України, слід відзначити деякі тенденції їх розвитку. У 2011 році учасниками СЕП здійснено 332 865 тис. початкових платежів та надіслано електронних розрахункових повідомлень на суму 10 319 654 млн. грн., що на 1 % менше за кількістю, проте на 30 % більше за сумою, ніж у 2010 році.

Протягом 2011 року щомісяця через СЕП здійснювалося платежів:

- у файловому режимі – від 22 364 тис. (січень) до 29 659 тис. (березень);
- у режимі реального часу – від 20 тис. (січень) до 45 тис. (грудень).

Найбільше у СЕП оброблено початкових платежів та електронних розрахункових повідомлень, які надійшли від банків України – 306 950 тис. шт. (92.22 % від загальної кількості); від Державної казначейської служби надійшло та оброблено 25 555 тис. документів (7.68 % від загальної кількості), від інших учасників СЕП – 360 тис. (0.1 % від загальної кількості).

У 2011 року спостерігався швидкий розвиток ринку платіжних карток в Україні як у кількісному, так і в якісному вираженні. Зокрема активно впроваджувалися нові платіжні послуги та операції, які дають змогу контролювати й управляти банківським рахунком, а також здійснювати платежі за допомогою мобільного телефону. Станом на 1 січня 2012 року членами карткових платіжних систем були 142 банки (81% від загальної кількості), котрі обслуговували понад 35 млн. клієнтів.

Нині в Україні функціонують такі карткові платіжні системи:

– внутрішньодержавні – Національна система масових електронних платежів (НСМЕП), Укркарт, одноемітентні (внутрішньобанківські) платіжні системи, створені окремими банками;

– міжнародні – MasterCard, VISA, «Юнион Кард», «American Express», «Золотая Корона».

Лідерами за кількістю емітованих платіжних карток є: ПАТ «Приватбанк» (18 168 тис. шт.); ПАТ «Райффайзен Банк «Аваль» (2 896 тис. шт.); ПАТ «Державний ощадний банк України» (2 011 тис. шт.); ПАТ «Укрсиббанк» (974 тис. шт.); ПАТ «Промінвестбанк» (927 тис. шт.); ПАТ «Укрсоцбанк» (877 тис. шт.).

За 2011 рік збільшилася кількість банкоматів з обслуговування держателів платіжних карток на 2 834 од. (9.4%) і становила 32 997 од., та терміналів – на 15 400 од. (14.2%) і становила 123 540 од.

Для розширення безготівкових розрахунків і забезпечення розвитку СЕП та НСМЕП необхідно здійснити такі заходи:

1) приведення СЕП до технічних форматів розрахунків, відповідно вимог ЄС;

2) у разі порушення банками термінів виконання доручення клієнта на переказ і термінів завершення переказу, застосовувати до цих банків штрафні санкції у формі сплати пені;

3) подальше впровадження платіжної системи НСМЕП, що значно скоротить в Україні обсяг розрахунків за готівку і розширить сфери застосування безготівкових платежів;

4) ознайомлення населення з новими формами безготівкових розрахунків за технологією НСМЕП, використовуючи засоби масової інформації.

Отже, в Україні існують всі передумови для імплементації міжнародних принципів побудови платіжних систем. Створення Єдиного національного платіжного простору сприятиме скороченню гарантійних депозитів банків-членів міжнародних платіжних систем та запровадженню національної системи моніторингу шахрайських операцій і контролю ризиків.

Література:

1. Діяльність платіжних систем на ринку України в 2011 році // Вісник НБУ. – 2012. – С. 12-17.

2. Інформаційні системи і технології в банках: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Страхарчук А.Я., Страхарчук В.П. – К., 2010. – 515с.

З.Коваль І. НСМЕП: особливості розвитку на фоні фінансової кризи / І. Коваль // Вісник Національного банку України. – 2009. – № 8. – С. 40-41.

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЗДОРОВЛЕННЯ БАНКУ

БІЛОПРАНИЧ Яна

студентка 5 курсу,

Черкаський національний університет імені Б.Хмельницького

Сучасна фінансова криза виявила, що потенціал життєздатності банків недостатній, щоб протистояти стресовим подіям. При цьому дуже важливим стає не тільки створення певного запасу міцності у вигляді буфера капіталу або резервів під кредитні ризики, а й вміння керівників і власників банку швидко передбачати загрози, пристосовувати банк до змін у ринковому середовищі та проводити рішучі зміни у його бізнесі, процедурах, політиці. Відновлення нормального стану окремих банків та банківської системи в цілому є запорукою відродження довіри клієнтів до них, а також довірчих стосунків між самими банками. Незважаючи на актуальність, ця проблематика залишається недостатньо вивченою, особливо з урахуванням уроків сучасної кризи. Загальним теоретичним питанням оздоровлення банків приділяли увагу відомі українські економісти. Зокрема у працях В. Міщенка, І. Вядрової, К. Раєвського та О. Барановського розкриваються основні напрями оздоровлення банків шляхом їх реорганізації та реструктуризації, але з акцентом на проблематику неплатоспроможних банків; А. Штангрет, О. Копилук, В. Василенко, З. Шершньова, С.Оборська висвітлюють питання антикризового управління на підприємствах. Однак в економічній літературі недостатньо вивчається механізм оздоровлення саме тих банків, що мають проблеми, але продовжують працювати в режимі антикризового управління без переведення в режим тимчасової адміністрації.

Національний банк України (НБУ) як орган нагляду і регулювання визначив пріоритетним саме фінансове оздоровлення банків. При цьому в Постанові не визначено поняття "фінансове оздоровлення", а за змістом воно

ототожнюється з програмою капіталізації банків. Крім того, до сфери оздоровлення віднесено такі нефінансові заходи, як реорганізація банку. Антикризове управління представляє набір управлінських рішень та їх реалізацію з метою відновлення нормального стану, усунення внутрішніх причин кризи та забезпечення готовності банку до нових випробувань. Антикризове управління має готуватися ще тоді, коли банк знаходиться у нормальному стані, аби швидко "включити" аварійний механізм порятунку, а не проводити експерименти з трансформаціями в цейтноті.

Слушною є пропозиція В. Костогриз розглядати три види антикризового управління:

- передкризове управління (для своєчасного виявлення та прийняття рішень для запобігання кризи, що передбачає систему профілактичних заходів);
- управління в умовах кризи, що передбачає стабілізацію нестійких станів і оцінку кризової ситуації, виявлення факторів, що зумовили виникнення кризи, вивчення слабких і сильних сторін установи, оцінку потенційних можливостей щодо подолання кризи, пошук шляхів мінімізації негативних її наслідків, відновлення фінансової стійкості;
- управління процесами виходу з кризи, яке здійснюють для мінімізації втрат і втрачених можливостей під час виведення установи з кризи, обґрунтування стратегічної програми виходу з кризи, оперативне виявлення відхилень фактичних результатів реалізації програм оздоровлення від передбачених стратегічною програмою та розробка системи заходів щодо їх ліквідації.

Фінансово-економічний механізм оздоровлення банків є складовою загального механізму відновлення нормальної роботи банків. Крім фінансово-економічної складової до нього слід включати правовий і маркетинговий блоки, які виходять за рамки цього дослідження, оскільки представляють сферу маркетингу та юриспруденції. До правового блоку доцільно відносити й питання реорганізації банку (злиття, приєднання, поділ, виділення,

перетворення), а також внесення змін у відповідні статутні документи, підготовка угод про передачу активів або зобов'язань, робота з вимогами кредиторів до банку та вимогами самого банку до позичальників тощо.

Оздоровлення банківської установи як процес представляє: по-перше, подолання проблеми (і причин їх виникнення); по-друге, відновлення нормальної, стабільної роботи. Лише у разі необхідності оздоровлення може містити компоненту реорганізації, зокрема зміну структури банку, форми власності, політики у сфері активних і пасивних операцій, капіталізації, управління ризиками тощо.

Головною метою оздоровлення є досягнення довготривалої фінансової стабільності, адекватності капіталу та прибутковості. Безрезультатність заходів щодо оздоровлення означає необхідність ліквідації банку. Отже, сферою дослідження є саме діяльність зацікавлених осіб у подоланні проблем, а не в напрямі виведення неплатоспроможного банку з ринку (шляхом його закриття, передачі активів і пасивів, створення перехідного банку, поглинання тощо).

Література:

1. Костогриз В. Аспекти антикризового управління банківською діяльністю в Україні / В. Костогриз // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 156–158.
2. Міщенко В. І. Реорганізація та реструктуризація комерційних банків / В. І. Міщенко, А. В. Шаповалов, В. В. Салтинський, І. М. Вядрова. – К. : Знання, 2002.
3. Вядрова І. М. Реорганізація та реструктуризація комерційних банків: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / І. М. Вядрова. – Суми, 2001.

УЗАГАЛЬНЕННЯ ПОТОЧНИХ ТЕНДЕНЦІЙ КОНСОЛІДАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

БОГМА Сергій

*аспірант кафедри банківської справи,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Складність покращення якості активів, погашення зовнішніх та внутрішніх зобов'язань і підтримання загального рівня фінансової стійкості банків України

в сучасних умовах породжує ряд нових проблем не тільки для фінансової системи країни, а й для її економіки в цілому. Високий рівень конкуренції на ринку банківських послуг та ряд вимог, що висуваються Національним банком України (НБУ), змушують діючі банки в країні замислюватись над тим, як втримати свої позиції в тих чи інших сегментах ринку, або ж покращити їх, при цьому маючи достатній рівень капіталу і досягаючи основних цілей банківського бізнесу. У даному аспекті в останні роки консолідація капіталу банків в Україні є найбільш поширеним явищем, навколо якого йдуть активні дискусії. Для дрібних банків об'єднання їх капіталів – це єдиний шанс «вижити», для великих банківських структур – це шанс збільшити свою присутність на ринку, отримати конкурентні переваги порівняно з іншими банками і покращити свої фінансові показники.

Враховуючи актуальність даної тематики доцільним є узагальнення поточних тенденцій консолідації банківського капіталу в Україні.

Світова фінансова криза, яка безумовно вплинула на діяльність банків з іноземним капіталом, мала серйозні наслідки для діяльності останніх в Україні. Не бажаючи мати в своєму розпорядженні портфелі активів з високим рівнем проблемної заборгованості, іноземні власники почали звільнятися від своїх структур в Україні. Порівняно з докризовою ситуацією, коли іноземні банки здійснювали активну експансію у вітчизняний банківський сектор, поточна ситуація характеризується поступовим виходом іноземного капіталу з банківської системи України, що пов'язано не тільки з високим рівнем проблемної заборгованості в банку, а й переорієнтацією материнськими структурами стратегій діяльності іноземних банків в Україні, тобто вибір ведення діяльності лише у певних сегментах банківського бізнесу (роздрібний бізнес, споживче кредитування тощо), а також несприятливою економічною ситуацією в Україні та відсутністю платоспроможних позичальників на даний момент і на певний період в майбутньому [1].

Відповідно до цього, останнім часом деякі іноземні банки поступово «виставляються на продаж». Однак виникає проблема щодо визначення реальної вартості активів банку для уникнення завищення ціни угоди злиття / поглинання учасників консолідації. Досить часто у банків-покупців в майбутньому виникають проблеми з погіршенням якості кредитного портфеля, що не враховується в умовах здійснення угоди об'єднання банківських установ. У зв'язку з цим виникають різного роду спірні ситуації, які, як правило, вирішуються в судовому порядку.

Зважаючи на те, що банки, які продаються іноземними власниками, мають портфель активів не найкращої якості, ціна угоди між учасниками є близькою до одного капіталу і не передбачає збільшеного коефіцієнта (більше 1), що додається до вартості власного капіталу банку. Основними покупцями банків за такою ціною сьогодні виступають лише українські та російські банки. Європейські банки, які були активними до кризи, зараз не проявляють інтересу до придбання таких банків, які потребуватимуть ефективного менеджменту для покращення їх фінансового стану [2].

Підтвердженням цього є перелік угод, що були здійснені, починаючи з кінця 2010 року до 2012 року включно (табл. 1). Порівняно з попередніми роками, період 2011-2012 рр. показує зменшення загальної суми угод злиття та поглинання в банківській системі України.

Уже декілька років поспіль очікується масова консолідація капіталу банків на українському ринку, однак, як свідчать дані, кількість банків залишається на тому ж рівні, помітного укрупнення банківського бізнесу не відбувається, а спостерігається лише зміна власників банківських установ. У подальші роки експерти прогнозують все ж таки активізацію угод злиття / поглинання в банківській системі України, пояснюючи це занадто високим рівнем конкуренції на українському ринку банківських послуг, що створює загрозу недоотримання прибутків і взагалі банкрутство для невеликих банків.

Таблиця 1.

Найбільш значні угоди злиття та поглинання в банківській системі України
за період 2011-2012 рр.

Учасники	Характеристика угоди	Період завершення угоди
ПАТ «Хоум Кредит Банк» і ПАТ «Платинум Банк»	ПАТ «Хоум Кредит Банк» придбаний і поглинутий ПАТ «Платинум Банк»	Лютий 2011 р.
ПАТ «Банк Ренессанс Капітал» і група СКМ	Група СКМ придбала 100 % акцій ПАТ «Банк Ренессанс Капітал»	Березень 2011 р.
ПАТ «ПУМБ» і ПАТ «Донгорбанк»	Злиття двох банків одного власника. Об'єднана установа здійснює діяльність під брендом ПАТ «ПУМБ»	Липень 2011 р.
ПАТ «Надра» і Centragas Holding AG	Придбання банку ПАТ «Надра»	Липень 2011 р.
ПАТ «СЕБ Банк» і ПАТ «Євробанк»	Купівля ПАТ «Євробанк» роздрібного бізнесу ПАТ «СЕБ Банк»	Червень 2012 р.

Джерело: Банки.ua [3]

Таким чином, на сьогоднішній день відбувається певне сповільнення темпів консолідації банків в Україні й основним зацікавленим учасником консолідаційних процесів є українська сторона. Слід відзначити, що в довгостроковій перспективі скорочення кількості банків в Україні все ж таки неминуче і за умови купівлі українськими інвесторами іноземних банків частка іноземного капіталу може суттєво знизитись, зважаючи на наміри великих фінансових груп Європи згорнути свій бізнес в Україні.

Література:

1. Рожкова, К. І. Проблема консолідації капіталу в банківському секторі України та можливі шляхи її вирішення [Текст] / К. І. Рожкова // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 2 (11). – С. 173-177.
2. Бабенко, М. «50 ведущих банков Украины» [Электронный ресурс] / М. Бабенко // «Коммерсантъ-Украина». – 2012. – Прил. № 42. – Режим доступа: <http://kommersant.ua>.
3. Информационный портал Банки.ua [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.banki.ua>.

КОНСОЛІДАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

БОДНАРЧУК Андрій

студент факультету банківського бізнесу,

Тернопільський національний економічний університет

На сьогоднішньому етапі розвитку економіки України, та стану банківської системи, недостатньому рівні капіталізації банківських установ, існують певні проблеми, та виникають питання щодо методів та шляхів їх вирішення.

Концентрація банківського капіталу та забезпечення механізмів підвищення рівня капіталізації банківської системи є актуальним завданнями її подальшого розвитку. В умовах фінансової системи України питання розвитку банківської системи ускладнюється обмеженістю більшості банківських установ у фінансових ресурсах. Враховуючи значну кількість банківських установ, внутрішніх ресурсів недостатньо для підтримки високих темпів кредитування суб'єктів економіки, а доступ до зовнішніх фінансових ресурсів є вкрай обмеженим. Більшість країн вирішували це питання за допомогою концентрації фінансового капіталу на основі злиття і поглинання банків.

Загальновизнаним теоретичним підходом до розгляду зазначеної проблеми, підтвердженням багаторічною практикою на прикладі розвинених країн світу, є визнання тісного взаємозв'язку між рівнем концентрації банківського капіталу та рівнем економічного розвитку країни. Цей зв'язок є взаємозалежним, тобто розвиток економіки стимулює розвиток банківської системи, а остання, в свою чергу, забезпечує розвиток економіки.

Стратегічною метою реорганізації комерційних банків є підвищення надійності і стійкості банківської системи, шляхом підвищення рівня капіталізації окремих банків, забезпечення стабільної роботи платіжної системи. Для досягнення поставленої мети, органи державного управління покращують систему захисту інтересів інвесторів або вкладників, сприяють переорієнтації діяльності банків шляхом універсалізації або навпаки – більшої

спеціалізації в залежності від вимог економіки, підвищують рівень консолідації банківської системи.

Відповідно до міжнародного досвіду, можна стверджувати, що консолідація банківського сектору – це зменшення кількості банків та інших депозитних інститутів з одночасним зростанням розміру та концентрації банків, що залишилися.

Виключно важлива роль у забезпеченні високого рівня концентрації капіталу вітчизняних банків належить розгортанню процесу консолідації, який визначають як "процес, під час якого бізнес одних банків переходить до інших". З організаційно-правової точки зору, на відміну від капіталізації, він більш складний, а його характер і форми значною мірою залежать від загальної економічної та політичної ситуації в країні, політики Національного банку, особливостей та перспектив розвитку фінансових ринків, намірів власників банків тощо.

Відповідно до Закону України „Про банки і банківську діяльність” реорганізація банківських установ може здійснюватися добровільно за рішенням власників або примусово за рішенням Національного банку України шляхом злиття, приєднання, поділу, виділення чи перетворення. Однак, власне процес консолідації банківської системи відображають лише злиття та приєднання, оскільки саме вони характеризують підвищення рівня концентрації банківського капіталу внаслідок реорганізації.

Основними причинами, що стимулюють процеси консолідації вітчизняної банківської системи є:

- Необхідність підвищення рівня концентрації капіталу в зв'язку з розвитком як банківської системи, так і реального сектору та сектору домашніх господарств, які постійно потребують для свого розвитку все більшого й більшого обсягу фінансових ресурсів.
- Посилення регулятивних вимог.
- Вихід на міжнародні ринки.

- Підвищення ризиковості банківської діяльності.

- Можливість отримання додаткового прибутку, та збільшення рентабельності капіталу банку.

Цілі які переслідує консолідація банківської системи:

- Збільшення капіталу банківської системи.

- Реструктуризація окремих неплатоспроможних банків, ліквідація яких може спричинити серйозні соціальні й економічні наслідки.

- Ліквідація банків з неефективним управлінням і значними ризиками в їх діяльності.

- Залучення до участі в капіталах банків широкого кола власників.

Таким чином можна зробити висновок, що банківські установи для досягнення поставлених цілей та за для забезпечення конкурентоспроможності і рентабельності будуть використовувати всі можливі шляхи, в тому числі і консолідацію банківських ресурсів, як один із найперспективніших та економічно вигідних методів досягнення максимально вигідного економічного результату.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ В БАНКАХ

БОЖКО Олександр

*студент 3 курсу напряму підготовки «Фінанси»
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

На сьогодні стан ринку банківських послуг в Україні є висококонкурентним, не дивлячись на наслідки світової фінансової кризи, яка значно підірвала їхню прибутковість і знизила рівень довіри з боку населення. Це пов'язано зі зростанням кількості банківських установ, підвищенням здорової конкуренції між ними, а також збільшенням частки іноземного інвестора в даній сфері, який приніс з собою не лише іноземний капітал, а й міжнародний досвід успішного ведення господарської діяльності, яка за

сучасних нестабільних ринкових умовах можлива лише за рахунок використання інструментів якісного банківського маркетингу [1].

Різноманітні аспекти банківського маркетингу розглядаються в наукових дослідженнях таких зарубіжних фахівців як Є.П. Голубков, Дж. Еванс, Є.В. Єгоров, Є.Ф. Жуков, Ж. Ламбен, Г.Л. Макарова, Д. МакНотон, А.В. Романов, В.Т. Севрук. В Україні проблеми ефективного застосування маркетингу в банківській сфері вивчали наступні вчені: І. Алексєєв, В. Альошин, І. Брітченко, А.В. Войчак, В. Герасимчук, А.О. Єпіфанов, В. Лисицький, А. Мороз та ін. Проте активний розвиток економіки зумовив також появу і нових маркетингових підходів та інструментів, специфічних для фінансово-кредитних установ. Саме тому дане дослідження має значну актуальність в сучасних мінливих умовах, що характеризуються значним зростанням конкурентності банківського бізнесу [2].

Банківський маркетинг неможливо зрозуміти без урахування й аналізу основних понять загальної теорії маркетингу. Адже, дана концепція є багатопрофільною і в залежності від того, який набір критеріїв використовується, можна отримати різні результати й прогнози.

Роль маркетингу в банківській галузі продовжує змінюватися. Протягом багатьох років основним напрямком банківського маркетингу були суспільні відносини. Згодом фокус змістився до реклами і стимулювання збуту, тобто акцент перейшов на розвиток культури продажів. Хоча всі елементи концепції маркетингу – задоволення клієнтів, прибуток та соціальна відповідальність – залишилися, рівень задоволення клієнтів від отриманих послуг після даного переорієнтування значно зріс [3].

Ми визначаємо банківський маркетинг як сукупність функцій, спрямованих на надання фінансових послуг, з метою задоволення потреб та бажань клієнтів більш ефективно і результативно, ніж конкуренти. На практиці ж маркетингова діяльність у банківських установах полягає у комплексі зусиль, з метою виявлення, створення, пробудження й задоволення ринкових потреб.

Це означає, що кожна людина, яка є банківським працівником, вносить власний вклад в успішність загальної справи і саме банк повинен в кінцевому підсумку сприяти орієнтації власних співробітників саме на побажання клієнтів.

Сучасний банківський маркетинг – це система організації по розробці, виробництву і збуту товарів, і наданні послуг, всебічному вивченні ринку і реальних потреб клієнтів з метою отримання високого прибутку.

Головний акцент тут полягає у формуванні програм виробництва, науково-технічних досліджень, продажів, технічного обслуговування.

Банківський маркетинг є орієнтованим саме на результати виробництва, вимоги і побажання споживачів. Ця система включає в себе гнучкі організаційні форми управління, активні підприємства, постійний пошук шляхів ефективного пристосування до ринку і впливу на споживача.

Важливо відзначити, що банківський маркетинг заснований на глибокому знанні об'єктивної інформації про ринок, реальні потреби споживачів. У список увійшли практично всі об'єкти, які можуть задовольнити найрізноманітніші потреби людини і її вимоги щодо послуг і місць їх пропонування [4].

Банківський маркетинг – це стратегія і філософія банку, пошук найбільш вигідних ринків банківських продуктів з урахуванням реальних потреб клієнтів. Маркетинг в банківській сфері має бути спрямованим на вивчення ринку кредитних ресурсів, фінансового аналізу та прогнозування побажань клієнтів і саме на цій основі залучати депозити в банк і формувати його майбутню поведінку.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що банківський маркетинг передбачає використання певного набору методів для задоволення потреб клієнтів у банківських послугах найефективнішим чином.

Маркетингова концепція по суті складається з декількох простих, на перший погляд, заходів, виконання яких і сприяє успішному продовженню подальшої діяльності:

- 1) банк не може існувати без клієнтів, адже метою його створення є саме їх залучення й збереження;
- 2) клієнт є і повинен бути в центрі уваги банку;
- 3) банківські установи повинні гарантувати, що їх послуги надаються найбільш ефективним способом, тобто обслуговування клієнтів повинно здійснюватися в зручний для них спосіб;
- 4) кінцевою метою банківського маркетингу є повне задоволення клієнта, тобто його внутрішніх потреб [5].

Всі методи і стратегії маркетингу використовуються так, що в кінцевому підсумку вони сприяють тому, що люди хочуть мати справу саме з даною установою, яка найбільш відповідає їх вимогам.

Отже, маркетинг є організаційною філософією, яка вимагає задоволення потреб клієнтів в якості попередньої умови для існування і виживання будь-якої фінансово-кредитної установи. Маркетинг також є філософією розуму. Це означає, що в центрі уваги всієї діяльності банку є клієнт. Маркетинг не є окремою функцією банків, вона є інтегрованою з його діяльністю. Маркетинг набагато більше, ніж просто реклама і просування, це основна частина загальної бізнес-операції. Таким чином, діяльність у сфері надання банківських послуг просто неможлива без впровадження в практику маркетингових заходів, адже маркетингові задачі в банках є більш складними, аніж в інших видах комерційних підприємств.

Література:

1. Сучасні тенденції розвитку банківського маркетингу та проблеми його впровадження в банках України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/fkd/2011_2/part1/11.pdf.
2. Банківський маркетинг [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://subject.com.ua/pdf/8.pdf>.
3. Маркетинг у банках та проблеми його розвитку [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/fkd/2011_2/part1/11.pdf.
4. part1/11.pdf.
5. Bank Marketing and its Importance, Irreplaceable Role in the Intensive Development of the Bank [Електронний ресурс]. Режим доступу:

<http://banksandsystems.blogspot.com/2012/05/bank-marketing-and-its-major-role-in.html>.

6. Bank Marketing [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ru.scribd.com/doc/19481332/Bank-Marketing-1>.

ТЕНДЕНЦІЇ СТІЙКОСТІ ДОВІРИ НАСЕЛЕННЯ ДО БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

ВАСИЛЬЧИШИН Олександра

*к.е.н., доцент кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

Банківська система посідає унікальне місце як у загальній структурі функціонування капіталу, так і в його кругообігу в процесі розширеного відтворення. Роль банківської системи як унікального фінансового посередника полягає, передусім, у концентрації в ній майже всіх грошових засобів і за її допомогою здійснюється розподілі та перерозподілі ресурсів у всіх галузях.

Необхідність створення в Україні сприятливих умов для безперервності відтворювального процесу та структурних зрушень висуває проблему відновлення довіри до банківської системи. За відсутності довіри до банківських установ, населення свої заощадження зберігають в готівковій формі або спрямовуються у тіньову сферу, що значною мірою обумовлює зменшення можливостей формування банками інвестиційних ресурсів, а відтак і стримує економічне зростання України. Ця проблема особливо гостро постає під час фінансової нестабільності, коли довіра населення до банків є дуже низькою. Тому в умовах сьогодення визначення тенденцій стійкості формування довіри до фінансово-кредитних установ є вкрай актуальним і потребує практичного вирішення.

Необхідність створення в Україні сприятливих умов для безперервності відтворювального процесу та структурних зрушень висуває проблему відновлення довіри до банківської системи. Ця проблема особливо гостро постає під час фінансової нестабільності, коли довіра населення до банків є катастрофічно низькою. Тому в умовах сьогодення пошук новітніх форм і

методів формування довіри до фінансово-кредитних установ є вкрай актуальним і потребує практичного вирішення. При цьому, протягом усього 2011 р. найбільші ставки пропонували переважно українські банки і, на відміну від першої половини року, в другій найвищі процентні ставки банки пропонували за депозитами строком до 1 року (здебільшого 1–3 місяці).

Причини більш активного підвищення ставок за короткостроковими депозитами – від місяця до півроку – переважно полягають в актуалізації викликаного значною часткою короткострокових зобов'язань у структурі пасивів, ризику ліквідності в українських банках у другій половині року. Намагаючись терміново позбутися цієї проблеми та оцінюючи її як ситуативну, банки підвищили ставки за короткостроковими депозитами, плануючи за їх допомогою закрити брак ліквідності на поточному етапі, не зв'язуючи себе високими ставками за депозитами на довгі строки, а в подальшому знизити їх при пролонгації.

Разом з тим, незважаючи на стрімке підвищення прибутковості короткострокових депозитів, українські вкладники у 2011 р. все більше віддавали перевагу депозитам на тривалий термін – один рік і більше. На листопад 2011 р. обсяг депозитів фізосіб на строк від року до двох років зріс на 23,8 млрд. грн. на строк понад два роки – на 5,8 млрд. грн. А обсяг вкладів строком до року, навпаки, зменшився на 4,75 млрд. грн.

Загалом така тенденція свідчить про певне підвищення довіри вкладників до банківських установ, хоча потрібно зважати на ринкову консервативність значної частини населення, яке більшою мірою орієнтується при виборі банку не на розмір пропонованої процентної ставки, а на можливості надійного заощадження.

Таким чином, після падіння ставок за депозитами у 2010 р. та їх коливання на одному рівні протягом періоду березень-серпень 2011 р., у період жовтень-грудень сформувалася тенденція до їх активного зростання (переважно за короткостроковими депозитами у гривні). Таке зростання ставок

відповідало в часовому інтервалі тенденції до зменшення обсягу короткострокових депозитів фізичних осіб у банківській системі.

При цьому серед банків, які пропонували найвищі відсоткові ставки за депозитами, переважають банки з виключно українським капіталом, що можна пояснити їх більшою залежністю від такого джерела фінансування.

З огляду на згадані вище процеси, можна помітити, що депозити фізосіб у 2010–2011 рр. знову почали активніше відігравати роль ресурсного забезпечення банківської системи України. Після помітного скорочення їх частки в пасивах банківської системи (з 36–39% у передкризових роках до 25–27% у 2009 р.) у 2010–2011 рр. відбулося досить стрімке відновлення до попередніх показників. Цьому процесу також позитивно сприяла ініціатива Комітету Верховної Ради з питань податкової та митної політики щодо відстрочення до 2014 р. введення податку на депозити для населення [1].

Подальшому збільшенню частки депозитів фізичних осіб завадили негативні очікування економічної і фінансової ситуації в країні (девальваційні побоювання) та за рубежом (позначилося на поведінці банків з іноземним капіталом). Ці негативні фактори спричинили виникнення нової кризи довіри населення та відповідне, хоча й не дуже значне, скорочення депозитної бази.

Більшу частку ринку депозитних послуг, протягом останнього часу, займають найбільш прості та зручні за умовами використання з привабливою фіксованою відсотковою ставкою, яка, в першу чергу, компенсує втрати від інфляційних процесів, з вільним доступом до рахунку або лояльними умовами дострокового розірвання договору в разі форс-мажорних обставин.

Серед ринкових новинок привертає увагу поширення пропозицій з поєднання депозитних продуктів з іншими (кредит з лімітом, що відповідає сумі депозиту, можливість управління депозитним рахунком через інтернет-банкінг, зарахування відсотків за депозитом на платіжну картку). Окремо слід

відзначити активізацію акційних пропозицій, зокрема постійним клієнтам або приурочену до певних свят, що супроводжують депозитну політику банків.

Слід зауважити, що темпи зростання депозитів фізичних осіб з початку року станом на 24.07.2012 становили майже 11%, при цьому депозити в національній валюті приростали майже вдвічі більшими темпами, порівняно із вкладами в іноземній валюті (13,4% та 7,7% відповідно) [3]. В цілому загальний обсяг депозитів протягом першого півріччя поточного року збільшився на 3,6% - до 506, 9 млрд. грн. Такий приріст забезпечено за рахунок збільшення депозитів у національній валюті (на 4,8 %). Депозити в іноземній валюті протягом цього періоду збільшувалися помірнішими темпами (приріст становив 2,1). Позитивну динаміку депозитного портфеля банків досягнуто виключно за рахунок збільшення вкладів населення, які протягом першої половини поточного року зростали щомісячно [2].

Усе наведене дає підстави очікувати збереження стабільності грошової одиниці і у подальшому, у т. ч. – восени поточного року. Навіть у випадку історично притаманного для осіннього періоду певного підвищення ринкової волатильності, Національний банк України має достатньо важелів для стабілізації ринкових очікувань та забезпечення рівноваги на грошово-кредитному ринку.

Література:

1. Брус С.І., Бублик Є.О. Ринок банківських послуг населенню: криза довіри, її наслідки і перспективи подолання // Український соціум. – 2012. - №2 (41). – С. 51-66.
2. Монетарний огляд II квартал 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=119381>
3. Населення демонструє стійку довіру до банківської системи України та гривні – НБУ// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2012/07/31/284668>.

ІПОТЕЧНЕ КРЕДИТУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

ВЕЛИЧКО Микола

студент 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

На сучасному етапі необхідною умовою становлення сталого розвитку економіки України є розвиток її соціальної сфери як фундаменту діяльності держави. Одним з напрямів є ефективне функціонування іпотечного кредитування фізичних осіб, за допомогою якого можна вирішити багато економічних та соціальних проблем. Проблема формування іпотечного ринку в нашій країні набуває значної актуальності в зв'язку з тим, що іпотечний ринок, завдяки своїй здатності стимулювати інвестиції, виступає потужним каталізатором економічного зростання, що дозволяє характеризувати його як одну з вагомих складових сталого економічного розвитку.

Іпотека дає змогу мобілізувати значну частину заощаджень населення і коштів інвесторів в інвестиції у всі галузі економіки, що пов'язані з житловим будівництвом, тобто забезпечує спрямування грошових ресурсів у реальний сектор економіки. Іпотечний ринок має створити мультиплікаційний ефект прискореного розвитку багатьох галузей економіки, внутрішнього ринку, підвищення платоспроможного попиту населення і сталого зростання валового внутрішнього продукту країни.

Останніми роками, а саме після фінансово-економічної кризи 2008-2009 років, і без того майже не розвинений ринок іпотечного кредитування фізичних осіб в Україні стримується ще більшим рядом проблем, серед яких можна виділити: нерозвиненість механізмів залучення коштів населення, неточність вартісної оцінки заставленої нерухомості, недостатня популяризація іпотечного кредитування, існування інфляційних та валютних ризиків.

Протягом 2005-2008 рр. і до фінансової кризи іпотечне кредитування фізичних осіб в Україні розвивалося швидкими темпами. Стабільність валютного курсу (з травня 2005 р. по травень 2008 р. курс гривні відносно

долара США залишався на рівні 5,05 грн. за 1 доллар) створила передумови для поступової, а згодом надмірної валютизації іпотечного кредитування, так як громадяни України не надавали уваги валютному ризику, зважаючи в основному на нижчу вартість кредитів у валюті.

Так, згідно з статистичними даними НБУ, частка іпотечних кредитів фізичним особам в іноземній валюті наприкінці 2008р. становила понад 85%[1].

Однак, знецінення гривні до долара наприкінці 2008 року на понад 40% призвело до того, що подальше обслуговування кредитів в іноземній валюті стало неможливим для більшості позичальників; збільшувався рівень прострочень по іпотеках. А отже, банки були змушені боротися з наслідками такої ситуації, йдучи на певні поступки позичальникам: пролонгація боргу (зменшення розміру щомісячних платежів за рахунок збільшення терміну кредитування), «кредитні канікули» (сплачуються тільки відсотки, а саме тіло боргу через визначений термін) та інші види реструктуризації боргу.

В посткризовий період обсяг пропозиції на ринку іпотечного кредитування для фізичних осіб є набагато меншим порівняно з 2006-2008 рр., і одночасно ці кредити є менш доступніші. Необхідно відзначити такі зміни в іпотечному кредитуванні фізичних осіб порівняно з докризовим періодом:

- збільшення розміру первісних внесків. До кризи іпотечні позики з рівнем первісного внеску до 10 % не були рідкістю, так як при постійному зростанню вартості нерухомості цьому фактору не надавали значення. Однак з початком кризи, коли ціни почали знижуватися, клієнти стали відмовлятися від своїх позик через те, що нова вартість нерухомості була нижчою за ще непогашену суму кредиту. Як наслідок, протягом 2011 року не було видано жодного іпотечного кредиту с первісним внеском менше 20 %, а середній внесок становить близько 40 % суми кредиту;

- скорочення строків кредитування. До кризи середній строк іпотечного кредитування становив 10-15, іноді 20 років. У посткризовій період найдовший строк погашення іпотеки протягом 2011 року складає 15 р., а в середньому по

ринку – 7 років. Основною причиною є те, що короткий термін спрощує оцінку здатності позичальника повернути кредит, що істотно зменшує ризики банку;

- кредитування в національній валюті. Більшість іпотечних кредитів у посткризовий період видається у національній валюті, що з одного боку виключає можливість валютного ризику, але з іншого робить їх менш доступними через їх вищу вартість.

Правильна організація процесу банківського іпотечного кредитування, розроблення ефективної та гнучкої системи управління іпотечними кредитними ресурсами – одна з важливих передумов стабільності реального сектору економіки.

Таким чином, необхідно сказати про значну роль іпотечного кредитування фізичних осіб в сучасних умовах становлення сталого розвитку, яке однак знаходиться в занепаді після фінансової кризи 2008-2009 рр. Ефективне функціонування цієї сфери безсумнівно покращить стан соціальної сфери, дозволить вирішити ряд економічних та соціальних проблем, та вплине на становлення сталого розвитку в цілому. Розв'язання проблем іпотечного кредитування в Україні потребує вдосконалення та конкретизації ролі держави в забезпеченні ефективного функціонування фінансової системи.

Література:

1. Бюлетень Національного банку України № 02/2011(215).
2. Куценко О. Споживче кредитування в Україні: огляд ринку та практики [Електронний ресурс]. – Режим доступу / <http://www.finger.kiev.ua>.

ОЦІНКА ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ БАНКІВ ТА ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА ДАТУ БАЛАНСУ

ВОРОНЦОВА Анна

*студентка 4 курсу, спеціальності «Облік і аудит»,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

В умовах переходу банківських установ на Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), що завершився у 2011 році, актуалізуються питання оцінки основних засобів, що використовуються у їх діяльності. У той

же час, лише окремі категорії підприємств зобов'язані використовувати вказані стандарти, зокрема Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО) 16 «Основні засоби», продовжуючи застосовувати для обліку основних засобів національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 7 «Основні засоби» у своїй практиці. Отже, на сучасному етапі реформування системи бухгалтерського обліку України існують дві паралельні методики обліку та оцінки основних засобів на дату балансу: у банках – за МСФЗ та на підприємствах – за П(С)БО. Порівняємо моделі оцінки основних засобів на дату балансу за міжнародною та національною практикою.

МСБО 16 «Основні засоби» [1] дає банкам право обирати одну з двох моделей оцінки основних засобів після їх визнання – базову чи альтернативну. Тобто, банк може закріпити у своїй обліковій політиці або модель собівартості, за якою основні засоби обліковуються за собівартістю за вирахуванням зносу та накопичених збитків від знецінення корисності, або модель переоцінки, за якою слід обліковувати основні засоби за переоціненою сумою. При цьому обрана модель повинна застосовуватись до всього класу основних засобів.

На відміну від МСБО 16, згідно з національним П(С)БО 7 «Основні засоби» [3] підприємствам дозволено переоцінювати об'єкт основних засобів, якщо залишкова вартість цього об'єкта суттєво відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу. Тобто, можна використовувати лише альтернативний підхід – модель переоцінки і підприємства не мають можливості обирати ту модель, яка була б доцільнішою для даного виду діяльності.

Модель собівартості і модель переоцінки хоча і є альтернативними одна одній, але положення МСБО 16 не вказує на пріоритет тієї чи іншої моделі. Якщо суб'єкт господарювання має можливість провести надійну оцінку справедливої вартості, з застосуванням наприклад експертної оцінки, то доцільніше використовувати модель переоцінки. Загалом, вибір моделі повинен ґрунтуватися на економічній доцільності відображення основних засобів в

фінансової звітності. Більш детально розглянемо модель переоцінки основних засобів, що використовується банками і підприємствами України.

У міжнародних стандартах, що застосовуються банківськими установами, немає чіткого визначення вказаної вище суттєвої різниці між залишковою та справедливою вартістю, а в українському законодавстві відповідно до листа Міністерства фінансів [4] порогом суттєвості може прийматися величина, що дорівнює 1 % чистого прибутку (збитку) підприємства, або величина, що дорівнює 10 % відхиленню залишкової вартості об'єктів від їх справедливої вартості.

Щодо строків проведення переоцінки банками, то згідно МСБО 16, якщо об'єкти основних засобів можуть зазнавати значних і непостійних змін справедливої вартості, вони потребують щорічної переоцінки; решта об'єктів основних засобів переоцінюються з періодичністю три-п'ять років. У П(С)БО 7 строки переоцінки для підприємств взагалі не визначені.

Коли об'єкт основних засобів переоцінюють, будь-яку суму накопиченої амортизації на дату переоцінки у банках можуть обліковувати за допомогою наступних методів [1]:

- перераховують пропорційно до зміни валової балансової вартості активу так, що балансова вартість активу після переоцінки дорівнює переоціненій сумі. Цей метод часто застосовують, коли актив переоцінюється за допомогою індексу переоцінки до його амортизованої відновлюваної собівартості.

- виключають з валової балансової вартості активу та чистої суми, перерахованої до переоціненої суми активу. Цей метод використовують для будівель.

У П(С)БО 7 для підприємств надається лише один метод пропорційної переоцінки накопиченої амортизації, який є аналогічним методу у міжнародній практиці, а інший взагалі не застосовується.

При проведенні переоцінки основних засобів у фінансовій звітності банків за міжнародними стандартами [1] розкривається достатньо широкий перелік інформації: дата набрання чинності переоцінки; чи був залучений незалежний експерт; методи та значні припущення, застосовані під час попередньої оцінки справедливої вартості об'єктів; міра, якою справедлива вартість об'єктів була визначена безпосередньо шляхом посилення на ціни на активному ринку або нещодавні ринкові операції між незалежними сторонами чи попередньо визначена із застосуванням інших методів оцінки вартості; для кожного переоціненого класу основних засобів – балансова вартість, яка була б визнана, якби активи обліковували за моделлю собівартості; дооцінка із зазначенням зміни за період, тощо.

За П(С)БО 7 «Основні засоби» у примітках фінансової звітності підприємств, на відміну від банків, наводиться лише обмежена інформація щодо суми зміни первісної (переоціненої) вартості та зносу основних засобів у результаті переоцінки та про зміну розміру додаткового капіталу в результаті переоцінки основних засобів та обмеження щодо його розподілу між власниками (учасниками).

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що в умовах реформування бухгалтерського обліку в Україні, до цього часу існують відмінності між національним та міжнародним стандартами щодо процесу оцінки основних засобів банків і підприємств на дату балансу. Усунення вказаних вище розбіжностей дозволить гармонізувати національні принципи ведення бухгалтерського обліку основних засобів з міжнародними принципами.

Література:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/file/link/320289/file/IAS%2016.pdf> - Офіційний сайт Міністерства фінансів України
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.99 № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14> – Законодавство України

3. Про затвердження положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» : Міністерство фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.minfin.gov.ua/file/link/340521/file/Положення%20\(стандарт\)%20бухгалтерського%20обліку%207%20Основні%20засоби.pdf](http://www.minfin.gov.ua/file/link/340521/file/Положення%20(стандарт)%20бухгалтерського%20обліку%207%20Основні%20засоби.pdf) - Офіційний сайт Міністерства фінансів України

4. Щодо суттєвості у бухгалтерському обліку і звітності : Лист Міністерства фінансів України від 29.07.2003 № 04230-04108 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v4108201-03> – НАУ-Online.

ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЦІНУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

ГАЛИЦЬКА Наталя

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Сучасний стан банківської системи України характеризується посиленням цінової конкуренції, що передбачає пропозицію продуктів за зниженими цінами або з нижчою вартістю обслуговування чи споживання, і застосовується як засіб проникнення на ринки та відповідь на дії конкурентів. При цьому недостатньо уваги приділяється формуванню цін на банківські продукти та дослідженню факторів, що їх обумовлюють, хоча саме вони значною мірою впливають на кінцеві фінансові результати і конкурентну позицію банку.

Ефективність функціонування банків прямо пропорційна політиці, яка проводиться в сфері ціноутворення. Ключовим етапом розробки цінової політики та визначення цінової стратегії банку є аналіз факторів, що впливають на ціну банківського продукту, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Фактори ціноутворення – це рушійні сили, суттєві обставини, основні причини, що здійснюють визначальний вплив на формування цін. Базовим при структуризації факторів є їх поділ на: зовнішні (неконтрольовані, некеровані) та внутрішні (контрольовані, керовані).

До внутрішніх критеріїв відносяться:

- реклама (чим вище і унікальніше якість їх пропозиції, тим вище і ціна);

- специфіка пропонованих послуг (чим вище і унікальніше якість їх пропозиції, тим вище і ціна);

- вид, спосіб (індивідуальні операції мають більш високу собівартість, а, отже, і ціну – продуктова маркетингова концепція; послуги масового характеру мають низькі витрати, невисоку ціну – виробнича маркетингова концепція);

- орієнтація на одного і (чи) безліч ринкових сегментів, тобто ринкова стратегія і тактика виробника;

- життєвий цикл конкретної послуги (найчастіше вона має вищу ціну при короткому життєвому циклі, і навпаки);

- мобільність процесу надання послуг (при частих і інтенсивних змінах послуга має нищу ціну);

- ціна товару банку вище при великому ринку, добре організованому продажному і післяпродажному сервісі;

- авторитет (реюме) виробника-банку на внутрішньому і зовнішньому ринках.

До зовнішніх критеріїв відносяться:

- політична стабільність країни-виробника і країн, де знаходиться ринок збуту її продукції;

- відсутність на вільному ринку деяких видів ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових);

- практика регулювання економіки з боку держави, що відображається на регульованому Центральним банком і державою діапазоні цін; тарифних і нетарифних бар'єрах; юридичних нормах і правилах здійснення внутрішньої і зовнішньої економічної діяльності; митних нормах і правилах;

- рівень інфляції;

- вид існуючого (реального) і перспективного (чи потенційного) купівельного попиту населення на конкретні банківські послуги;

- наявність і рівень конкуренції, яка, зі свого боку, може існувати між банками одного типу (назад пропорційно рівню цін), банками, що належать

одній галузі, (підвищення рівня конкуренції підвищує рівень цін) між споживачами (клієнтами) і виробниками (банками) і між банками різного типу (міжгалузева).

У процесі ціноутворення банки керуються такими критеріями як життєвий цикл операції/послуги; корисність для споживачів й економічна ефективність. Стратегія банків при цьому націлена на формування конкретних переваг по ціноутворенню, об'єктивності й доступності цін для клієнтів.

Неодмінними властивостями ціноутворення банківських продуктів є науково-технічна новизна, виробниче використання і комерційна реалізованість. Відсутність кожної будь-якої із трьох властивостей негативно позначається на ціноутворенні банківських операцій.

Основними завданнями банку при розрахунку цін на банківські продукти є врахування відповідних факторів, які зменшують чи розширюють можливий інтервал варіацій цін на той чи інший товар. Можна враховувати певну структуру факторів, які так чи інакше впливають на процеси ціноутворення. Оскільки керованими є саме внутрішні фактори, то ціноутворення в банку повинно забезпечувати вплив саме на внутрішні фактори з обов'язковим урахуванням мінливих факторів зовнішнього середовища.

Література:

1. Заячківська О.В., Панчук І.П. Особливості цінової політики комерційного банку в Україні//Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2010. – № 4. – С. 39-51.
2. Павленко Л.Д. Фактори ціноутворення банківських продуктів // Інноваційна економіка. – 2011. – № 4 (23). – С. 255-259.
3. Пельтек Л.В. Шляхи підвищення доходності банку із урахуванням його цінової політики на ринку банківських послуг // Вісник Запорізького національного університету. – 2008. – № 1. – С. 101-107.

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ

ГАЛІБА Юлія

студентка 5 курсу,

Черкаський національний університет імені Б.Хмельницького

Мотивація базується як на фізіологічних так і на моральних потребах кожної людини. Саме ці потреби лягли в основу відомих у наш час підходів до мотивації таких як: «людські відносини», «науковий менеджмент», «збагачення праці», «ієрархія потреб», «самоактуалізація» і т.д. Кожний з цих підходів не досить досконалий як теоретично, так і практично, але все ж таки вони дають змогу зрозуміти мотиви, що рухають людьми на робочому місці та їх бажання, а також розробляють рекомендації щодо ефективного управління персоналом.

Мотивація у широкому розумінні – це процес спонукання працівників до діяльності для досягнення цілей організації.

У цілому можна сформулювати ряд правил здійснення ефективної мотивації працівників у банківській сфері [2]:

1. Мотивування тоді приносить результати, коли підлеглі відчують визнання свого вкладу в результати роботи, володіють відповідним статусом. Дизайн і розмір кабінету, участь у престижних конгресах, функція представника банку на важливих переговорах, поїздка за кордон; неординарне позначення посади – все це підкреслює положення співробітника в очах колег і сторонніх осіб. Удаватися до цього методу варто делікатно: часткове або повне позбавлення працівника раніше наданого статусу приводить, як правило, до надзвичайно бурхливих реакцій аж до звільнення.

2. Несподівані, непередбачувані і нерегулярні заохочення мотивують краще, ніж прогнозовані, коли вони практично стають незмінною частиною заробітної плати.

3. Позитивне підкріплення результативніше негативного.

4. Підкріплення має бути невідкладним, що виражається в негайній і справедливій реакції на дії співробітників.

Світова фінансова криза найбільше торкнулася фінансово-кредитних установ, а її наслідки певним чином вплинули на мотивацію праці конкретних груп працівників. Дослідження показали, що протягом 2008-2010 років у системі мотивації відбулися такі тенденції: скорочення виплат, замороження фіксованої частини винагород, скасування премій та бонусів, виплати дивідендів, масові звільнення працівників.

Починаючи з 2011 року відбувається поступова стабілізація рівня оплати праці найзатребуваніших фахівців, банки розпочали використовувати різні форми заохочення працівників.

У ПАТ «Державний Ощадний банк України» використовують такі форми заохочення за особливі заслуги в розвитку банку: знаки відзнаки ПАТ «Ощадбанк»; оголошення подяки голови правління (із врученням срібної пам'ятної медалі); почесна грамота; грошові премії.

У ПАТ «Універсал банк» існують різні форми матеріальної і нематеріальної мотивації: формування корпоративної культури; програма медичного страхування; участь у міжнародних програмах навчання, які проводить материнський банк в Афінах; програма навчання менеджменту та лідерства для керівників середнього і вищого рівнів (разом із Harvard Business School); публікація розповідей про найкращих співробітників у щомісячній газеті банку «Universal Times» .

ПАТ Банк «Фінанси та кредит» застосовує такі форми заохочення працівників: підвищення заробітної плати за результатами оцінювання індивідуальної ефективності співробітника; система бонусів, винагороди на основі збалансованих показників ефективності; нагородження грамотами, сертифікатами на подарунок, дошка пошани; розміщення інтерв'ю з успішними працівниками на веб-сторінці банку.

У ПАТ «Банк Форум» існують два ключові напрями мотивації: «емоційна винагорода» – стандартні програми навчання та нові програми Key People («ключові співробітники») і Talent Pool («кадровий резерв»), конкурс бізнес-

ідей, номінації «Працівник року», «Найкраща філія», «Найкраще відділення банку»; участь в управлінні організацією – розроблення системи преміювальної винагороди, запроваджено проект посадових рівнів (грейдів) з 2011 року з ціллю забезпечення максимальної прозорості оплати праці, створення внутрішнього HR-порталу.

Але є невирішені проблеми у сфері мотивації персоналу банківської сфери в сучасних умовах. У 2010 році було проведено мотиваційний моніторинг персоналу (охоплено понад 800 респондентів обласних дирекцій і філій ПАТ «Укрсоцбанк», ПАТ «Промінвестбанк», ПАТ «Укрексімбанк», АКБ «Княжий» у містах Києві, Одесі, Луганську, Кіровограді). За результатами дослідження було виділено проблеми, які негативно впливають на мотиваційний потенціал банківських працівників, зокрема: невисока оплата праці – 64 %; відсутність соціальних пільг – 13 %; постійна трудова перевантаженість; матеріальна винагорода не враховує стресового характеру роботи, необхідності самоосвіти, розвитку кваліфікації – 63 % [3].

Підсумовуючи вищезазначене, можна констатувати, що мотивація праці є вагомим чинником прогресу і розвитку вітчизняних банківських установ.

Література:

1. Значимость поощрения персонала банков // Банкир. – 2010. – № 3 (33). – С. 50–51.
2. Кебас М. Системность эффективной мотивации / Михаил Кебас // Управление персоналом: Украина. – 2010. – № 4. – С. 52–55.
3. Паладій М. В. Ефективність мотивації праці банківського персоналу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://disser.com.ua/contents/34585.html>.

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ ІПОТЕЧНИХ КРЕДИТІВ БАНКУ

ГЕРБИЧ Людмила

викладач кафедри банківської справи,

Київський національний торговельно-економічний університет

Управління портфелем іпотечних кредитів банку набуває все більшої актуальності в умовах подолання наслідків світової фінансової кризи, коли

значно знизилась обсяги та погіршилась якість цього виду кредитів. Важливе значення для управління портфелем іпотечних кредитів банку має визначення його принципів.

На думку Голуба В.М. в управлінні кредитним портфелем банку необхідно дотримуватися таких принципів:

- принцип цільової спрямованості кредитного портфеля на виконання завдань державної кредитної політики, яка визначає у просторі і часі як обсяги й динаміку, так і структуру кредитного портфеля за різними форматами;

- принцип забезпечення якнайменш загрозливого рівня ризикованості кредитного портфеля, який не тільки гарантує стабільність діяльності окремого банку, а й банківської системи в цілому, а також рівновагу всього економічного комплексу;

- принцип забезпечення дохідності кредитного портфеля банку, реалізація якого потребує не тільки платності кредитів, що уявляється класичним принципом кредитування, а й зв'язку ціни кредиту з рівнем ризикованості кредитного портфеля, а також іншими чинниками ціноутворення на кредитні послуги [1].

Вайсбек Є.Н. до найважливіших принципів управління кредитним портфелем відносить принципи систематичності, формування системи показників та різнорівневого характеру аналізу [2].

Як бачимо, позиції обох авторів щодо визначення принципів управління кредитним портфелем абсолютно відрізняються і, на нашу думку, жоден із авторів не надає вичерпного переліку принципів управління кредитним портфелем. Ми погоджуємося з принципами, які наводить Голуб В.М., але вважаємо, що його перелік потребує доповнення. Стосовно принципів, сформульованих Вайсбек Є.Н., то в нас не викликає сумніву лише принцип систематичності, а формування системи показників та різнорівневий характер аналізу, на нашу думку, є інструментами управління кредитним портфелем, а не його принципами.

При визначенні принципів управління портфелем іпотечних кредитів банку ми візьмемо за основу принципи управління кредитним портфелем, сформульовані Голубом В.М., оскільки управління портфелем іпотечних кредитів банку здійснюється в межах управління загальним кредитним портфелем, але пропонуємо суттєво доповнити перелік принципів.

Принципи управління портфелем іпотечних кредитів банку ми пропонуємо поділити на загальні та специфічні. До загальних принципів необхідно віднести традиційні принципи банківського менеджменту, такі як: наукової обґрунтованості, ефективності, оптимальності, системності, комплексності, безперервності, послідовності, своєчасності, компетентності, інформативності, гнучкості.

До специфічних принципів управління портфелем іпотечних кредитів банку необхідно перш за все портфельний принцип, який означає, що управління здійснюється всією сукупністю іпотечних кредитів в цілому, а не окремими кредитами. Також сюди слід віднести принцип безпечності портфеля іпотечних кредитів банку, тобто забезпечення оптимального рівня його ризику; принцип доходності портфеля іпотечних кредитів банку, який забезпечує отримання постійного доходу від портфеля, та принцип ліквідності, тобто іпотечні кредити необхідно утримувати в портфелі доти, доки вони є привабливими для інших кредиторів, а при зниженні їх привабливості – реалізовувати.

Особливу групу специфічних принципів управління портфелем іпотечних кредитів банку складатимуть принципи, які притаманні тільки цьому портфелю і не притаманні іншим видам кредитних портфелів банку. До таких принципів, на нашу думку, необхідно віднести принцип передбачуваності змін на ринку нерухомості, який означає необхідність постійного моніторингу ринку нерухомості та пристосування портфеля іпотечних кредитів банку до змін на цьому ринку, а також принцип передбачуваності та покриття ризиків у довгостроковій перспективі. Останній принцип означає те, що банки повинні

усвідомлювати, те, що іпотечні кредити є одними з найбільш довгострокових і тому важко передбачити, які ризики будуть супроводжувати портфель у майбутньому. Зважаючи необхідно завбачливо у кредитній політиці та у кожному конкретному кредитному договорі передбачити способи покриття можливих ризиків, одним із яких найчастіше є умова коригування процентної ставки за кредит в залежності від зміни макроекономічної ситуації.

Література:

1. Голуб В. М. Управління кредитним портфелем комерційного банку. - Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / В.М. Голуб; Київ. нац. екон. ун-т. — К., 2004. — 19 с.
2. Вайсбек Е.Н. Управление кредитным портфелем коммерческого банка. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2011/thesis/s4/s4_023.pdf

ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

ГЛУХАН Наталія

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Якщо розглянути ринок цінних паперів ззовні та з середини, то видно, що комерційні банки є його одним з головних учасників. Це можна пояснити багатьма причинами. По-перше, Уряд України та Верховна Рада України в “Концепції ринку цінних паперів в Україні” чітко передбачають, що саме комерційні банки стають ланкою, яка зв'язує первинний і вторинний ринки багатьох цінних паперів, таких як депозитні сертифікати, акції і т.п. По-друге, при існуючій економічній ситуації саме комерційні банки активно виходять на ринок цінних паперів, що обумовлюється наявністю у комерційних банків вільних коштів, які вони згодні інвестувати в цінні папери. Що стосується самого ринку цінних паперів, то його можна назвати особливою сферою соціально-економічного життя країни. Тут переплітаються інтереси держави і НБУ, комерційних банків і посередницьких контор і власників цінних паперів, потенційних емітентів і власників вільних грошових коштів.

Актуальність теми пояснюється тим, що операції з цінними паперами є одними із найперспективніших та таких, які постійно вдосконалюються та розширяються. В усіх країнах у даний час доходи комерційних банків від операцій з цінними паперами відіграють помітнішу роль у формуванні прибутку.

На даний час банківські інститути є найактивнішими учасниками ринку цінних паперів, які можуть здійснювати широкий спектр професійних та непрофесійних операцій.

Головною метою діяльності комерційного банку є отримання прибутку. Для досягнення цієї мети банки використовують різні можливості, в тому числі розширення операцій з цінними паперами. Операції з цінними паперами є одними із найперспективніших та таких, які постійно вдосконалюються та розширяються.

Прагнення комерційних банків до розширення операцій з цінними паперами стимулюється, з одного боку, високою доходністю цих операцій, з іншого – відносним скороченням прямих банківських кредитів. У зв'язку з інтернаціоналізацією ринку цінних паперів національні комерційні банки розширюють обсяги своїх операцій з іноземними акціями та облігаціями, які в багатьох випадках приносять банкам значний прибуток у тому числі за рахунок гри на курсових різницях.

Банки на ринку цінних паперів можуть здійснювати наступні види діяльності:

1) комісійна діяльність із цінними паперами, яка передбачає купівлю-продаж цінних паперів за свій рахунок з метою перепродажу третім особам; фактично банки виступають в ролі дилера;

2) комісійна діяльність з цінними паперами, яка визначається як купівля-продаж цінних паперів, що здійснюється банком як торговцем цінними паперами на підставі договорів-доручень чи комісії за рахунок клієнтів (брокерська діяльність);

3) діяльність щодо ведення реєстрів власників іменних цінних паперів та депозитарна діяльність зберігача;

4) діяльність щодо управління активами недержавних пенсійних фондів та інститутів спільного інвестування.

Одним зі шляхів збільшення прибутковості та зменшення ризику банківської системи України є активізація діяльності банківських інститутів на ринку цінних паперів, зокрема – шляхом формування власних інвестиційних портфелів.

На сьогоднішній день комерційні банки, оцінюючи ризик цінних паперів, керуються здебільшого порядком, встановленим у положенні Національного банку України про порядок формування резерву під операції банків України з цінними паперами” (затверджене постановою Правління Національного банку України від 02.02.2007 № 31). Оскільки дотримання комерційними банками зазначеного вище положення є обов’язковим і контролюється Національним банком України, то затверджений у ньому порядок оцінки показника ризику цінного папера також необхідно врахувати під час управління портфелем цінних паперів.

Незважаючи на те, що банкам належить вагоме місце в інвестиційному процесі, практика функціонування вітчизняного ринку цінних паперів свідчить про недостатню активність комерційних банків як інвесторів цього ринку, незначні обсяги їхніх вкладень у фондові інструменти, що можна пояснити зваженою політикою керівництва банків щодо вкладень у фондові інструменти та недостатнім розвитком вітчизняного ринку цінних паперів. Така позиція банків, з одного боку, гальмує розвиток українського ринку цінних паперів, а з іншого – обмежує доходи від операцій із цінними паперами.

Роль банків на ринку різних країн неоднакова, але можна визначити певні узагальнені риси взаємодії комерційних банків на національному та міжнародному фондовому ринку. У країнах, де банки мають право здійснювати всі види операцій з цінними паперами (наприклад, Німеччина), вони активно

виходять на ринки як емітенти, фінансові посередники та значні інвестори. У тих країнах, де роль комерційних банків на фондовому ринку значно обмежена (США, Канада, Японія), вони перебувають на ньому опосередковано шляхом участі в інвестиційній та посередницькій діяльності через трастові операції, кредитування інвестиційних компаній і фондів, співробітництво з брокерськими фірмами.

Отже, велике значення на перспективу для комерційних банків України, як одних з найактивніших учасників ринку цінних паперів, власників інтелектуального капіталу та носіїв грошових коштів має запровадження нових банківських операцій з цінними паперами.

ПРОБЛЕМА РИСКОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ БАНКОВСКИХ ОПЕРАЦИЯХ

ГОЛУБЦОВА Дарья

студентка кафедры финансов

Донбасская государственная машиностроительная академия

В современной банковской практике во время проведения международных банковских операций существует проблема рисков. Данная проблема является актуальной, так как увеличивается объем безналичных расчетов на международном рынке финансов, что сопровождается возникновением дополнительных рисков, уровень которых в банковской деятельности и без того достаточно высок.

Данную проблему исследовали такие известные экономисты, как: Лаврушина И.О., Жукова Е.Ф., Сейткасимова Г.С. и другие [1-4].

Главным условием успешности международной банковской системы являются возникающие риски во время проведения банковских операций, которые разумны, подвергаются контролю, находятся в пределах финансовой выполнимости.

Риск в банковской практике можно понимать как вероятность, опасность наступления потерь банком части своих финансовых ресурсов, недополучение прибыли, возникновение убытков.

Международные банковские операции включают предоставление разнообразных услуг, на которые существует спрос на международном рынке со стороны иностранных клиентов, покупку и продажу иностранных ценных бумаг, обмен иностранной валюты, прием чеков, векселей, банковских акцептов для инкассирования.

Международное банковское кредитование является наиболее прибыльной и рискованной отраслью экономики. Эта деятельность проявляется в форме выдачи ссуд для обеспечения международной торговли под обеспечение долга товаров и товарных документов. При осуществлении кредитования возникают кредитные риски.

Под кредитными рисками необходимо понимать невыполнение кредитного договора заемщиком, следствием чего является возникновение финансовых потерь. При этом при осуществлении банковской операции по предоставлению кредитов могут нарушаться как формальные, так и неформальные обязательства партнеров. Этот риск можно связать с неопределенностью будущего развития в отношении отрасли предпринимательства предприятия-заемщика денежных средств.

Кредитный риск зависит от воздействия множества факторов, которые необходимо учитывать при его оценке и прогнозировании: макроэкономические факторы; факторы, связанные с предприятиями – заемщиками; факторы, связанные с банком [2, 146].

Операция обмена валюты с одной на другую является наиболее часто проводимой на международном рынке финансов. Данные операции называются валютными. Причина проведения данных операций – это отсутствие на мировом рынке единой международной валютной единицы (платежного

средства), которую можно использовать для расчета на мировом рынке товаров и услуг.

Субъектами, которые осуществляют свою деятельность на международном валютном рынке, могут быть как банки, так и отдельные физические и юридические лица. Чем больше банк, чем лучше его репутация, степень развития сети филиалов за границей, чем более развита система отношений с другими банками, тем активность банка на валютном рынке выше, и, следовательно, тем выше уровень валютных рисков.

Валютный риск, или риск курсовых потерь, связан с интернационализацией рынка банковских операций, созданием транснациональных (совместных) предприятий и банковских учреждений и диверсификацией их деятельности и представляет собой возможность денежных потерь в результате колебаний валютных курсов [1, 66].

На изменение валютных курсов влияют многочисленные факторы, например:

- изменение внутренней стоимости валют;
- непрерывный перелив денежных средств из одной страны в другую.

Резкие колебания валютного курса могут быть не только связаны с экономической и политической ситуацией, но и возникать по спекулятивным причинам.

Для того, чтобы банки более активно выходили на мировой финансовый рынок, необходимо проводить мероприятия по минимизации банковских рисков.

Существует несколько методов для снижения степени валютного риска:

- регулирование валютной позиции по контрактам;
- правильный выбор валютной цены.

Также можно использовать для привлечения банков на международную арену такой метод, как страхование рисков, включающий в себя несколько способов: валютные оговорки и форвардные операции. Оба эти способа

является актуальными и эффективными на современном этапе развития мировой экономики.

Но при осуществлении своей деятельности банками невозможно избежать возникновения проблем, таких как неблагоприятное движение валютных курсов при выполнении операции, а также банкротство второй стороны договора до того, как началось исполнение данных договорных отношений.

Рассмотрим несколько способов управления риском деятельности банка, направленных на минимизацию риска. К ним относятся:

1) предварительная оценка возможных потерь с помощью прогнозных методов анализа имеющейся статистической и динамической достоверности информации о деятельности самих банков, их клиентов, контрагентов, посредников, конкурентов. Для этой цели в банках должны создавать отделы, занимающиеся анализом уровня риска и вырабатывать меры по управлению ими в системе маркетинга;

2) динамика процентных ставок, которые при увеличении степени риска увеличиваются, и наоборот, т.е. ставки по свободно обращающимся инструментам ниже ставок по инструментам с ограниченной обратимостью; ставки по пассивным операциям и операциям на межбанковском рынке обычно ниже ставок по активным операциям и кредитным операциям с клиентурой; чем стабильнее заемщик, тем ниже процентная ставка; долгосрочные меняются более плавно, чем краткосрочные; ставки по кредитам с обеспечением и краткосрочным операциям ниже, чем ставки без обеспечения и по краткосрочным операциям;

3) страхование кредита как гарантия на случай неблагоприятных обстоятельств;

4) хеджирование (страхование риска);

5) отказ от предложений заемщика при слишком большом риске;

6) расчет условий кредита, применяемый в основном для небольших займов и личного кредитования;

7) диверсификация риска, представляющая собой его рассредоточение.

Она может проявляться в виде:

а) предоставления кредитов более мелкими суммами большему количеству клиентов при сохранении общего объема кредитования;

б) предоставления кредитов на консорциональной основе, когда для выдачи большой суммы кредита объединяются несколько банков, образуя консорциум;

в) привлечения депозитных вкладов, ценных бумаг более мелкими суммами от большего числа вкладчиков;

г) получения достаточного обеспечения по выданным кредитам. Важными условиями реализации последнего требования являются наличие залогового права; умение правильно анализировать и оценивать платежеспособность заемщиков; правильно ориентироваться по оперативному взысканию долга; применение системы нормативов по активным и пассивным операциям, которые устанавливаются Центральным банком и обязательны для выполнения [3, 134].

Таким образом, можно сделать вывод, что при осуществлении банковских операций на международном рынке возникают риски, которые негативно влияют на деятельность банковской системы страны. В условиях рыночной экономики необходимо проводить анализ соотношения приобретаемых рисков и получаемой прибыли для оценки эффективности деятельности банков.

На основе вышеизложенного можно сказать, что для успешной деятельности банка необходимо изучение и развитие системы управления рисками, которая бы позволила снижать потери банка и постоянно расширять пакет предоставляемых услуг.

Литература:

1. Гаджиев Ф.Р. Управление валютными рисками // Деньги и кредит. – 2009. – № 9. – С. 66-69.
2. Тюрина А.В. О кредитных рисках и возможностях кредитования. // Финансы и кредит. – 2009. – № 12. – С. 146-148.

3. Банковское дело / Под ред. доктора экономических наук Г.С. Сейткасимова. – Алматы, 2008. – 634 с.

4. Электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bibliotekar.ru

РОЛЬ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

ГОРІН Наталія

*к.е.н., доцент кафедри міжнародних
економічних відносин,
Львівський національний університет
імені Івана Франка*

Екологізація розвитку національних економік є сьогодні одним із найважливіших завдань як на рівні окремо взятої країни, так і в глобальному масштабі. Впровадження новітніх інноваційних технологій, які б забезпечували охорону навколишнього середовища, розглядається експертами як головний шлях інноваційного розвитку національних економік, а також світового господарства в цілому.

Більш того, як для підприємств, так і для держави економічно вигідними є інвестиції в еколого-інноваційні проекти та впровадження на підприємствах маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних технологічних процесів. Підраховано [2, 106], що витрати на ліквідування екологічних наслідків використання екологонебезпечних технологій у 30–35 разів вищі від витрат, потрібних для розроблення екологобезпечних технологій.

Однак найважливішою складовою економічного забезпечення екологізації інноваційної діяльності є фінансування. Надзвичайно гострим питання фінансування впровадження екологічних інновацій є у період глобальної боргової кризи, адже здебільшого це вартісні проекти, які потребують довгострокових капіталовкладень.

Зростання в умовах світової фінансової кризи боргових зобов'язань держав в цілому та банківського сектора зокрема, підвищення навантаження на державний бюджет та дефіцит останнього не дає можливостей для

впровадження нових державних програм фінансування науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) в галузі охорони довкілля, а проблема ліквідності, з якою стикнулася банківська система, перешкоджає кредитуванню реального сектора економіки для його традиційних потреб, не говорячи вже про збільшення обсягів фінансування еколого-інноваційної діяльності. У процесі кредитування еколого-інноваційних проектів, які є здебільшого довгостроковими і високоризиковими, банківській системі необхідно вирішувати проблеми залучення ресурсів для довгострокового кредитування великомасштабних проектів. Перешкодами цьому є високий ступень неліквідності банків в умовах кризи, значні боргові навантаження, обмежений обсяг грошово-кредитних ресурсів, а для економік, що розвиваються, ще й відсутність значного досвіду кредитування великомасштабних проектів у реальному секторі економіки.

Крім того, багато традиційних джерел не підходять або частково не підходять для фінансування еколого-інноваційної діяльності підприємств. З урахуванням високих ризиків при реалізації еколого-інвестиційних проектів, особливо на їх ранніх стадіях, комерційні банки, які надають кредитні ресурси на фінансування таких проектів, повинні бути впевненими в погашенні позик і відсотків за ними. Це можливо тільки при взаємодії держави через систему гарантування та страхування еколого-інноваційних кредитів.

У процесі аналізу та оцінки зарубіжного та вітчизняного досвіду фінансування (кредитування) екологізації інноваційної діяльності виокремлюється декілька перспективних шляхів формування джерел фінансування за взаємодії держави та банківського сектору:

- 1) змішане фінансування за допомогою коштів державного бюджету та банківського капіталу, а також залучення до спільного фінансування інших фінансово-кредитних інститутів, зокрема інвестиційних компаній, страхових компаній, недержавних пенсійних фондів тощо;

2) пільгове кредитування підприємств, які впроваджують ресурсозберігаючі та природоохоронні технології, переходять на маловідходне та безвідходне виробництво, а також займаються діяльністю з переробки відходів. У цьому випадку з бюджету виділяється певна сума для сплати різниці між ринковими та пільговими позичковими відсотками по еколого-інноваційних кредитах. Ця сума надається у розпорядження банківсько-кредитної системи, що використовує її при фінансуванні еколого-інноваційних проектів на умовах розстрочки платежу. У цьому разі до кредитування експортерів підключають комерційні банки з використанням державної боніфікації відсотку по еколого-інноваційних кредитах;

3) створення спеціальним рішенням уряду фіксованого фонду, що передається у розпорядження кредитних інститутів (комерційних банків), які фінансують еколого-інноваційні проекти, надають кредити на умовах пільгового відсотку. Цей фонд – обіговий і відновлюється по мірі повертання наданих кредитів та сплати пільгових відсотків;

4) створення спеціалізованих фінансових інституцій, сприяння їх взаємодії з іншими банківськими та фінансово-кредитними установами. Важливо створити банк еколого-інноваційного розвитку з державною участю, який би на пільгових умовах кредитував вітчизняні підприємства, займався випуском цінних паперів під фінансування перспективних еколого-інвестиційних проектів, випуском та розміщення цільових облігацій розвитку. Для цього необхідна активізація діяльності фондового ринку.

Не зважаючи на те, що преференційне кредитування екологізації інноваційної діяльності має важливе значення в мобілізації дешевих грошових ресурсів, основною перешкодою для підприємств залишається вимога банків щодо надійного його забезпечення від фінансових ризиків, що пов'язані з такими операціями.

Одним із шляхів зниження ризиків кредитування еколого-інноваційних проектів може стати створення державного (або у формі асоціації) Фонду

страхування та гарантування еколого-інноваційних кредитів та інвестицій, який надає гарантії у формі страхування наданих кредитів від серії ризиків.

Отримання відповідних гарантій дає змогу підприємствам бути впевненими в тому, що фінансування еколого-інноваційного проекту банком буде виконано до кінця, і сприяє їх заохоченню до впровадження ресурсозберігаючих та природоохоронних технологій. Комерційні банки отримують гарантії щодо повернення наданих кредитів позичальниками навіть у випадку їх неплатоспроможності. Водночас держава використовує систему еколого-інноваційного страхування і як інструмент підвищення конкурентоздатності економіки на світових ринках, оскільки її функціонування стимулює необхідне для національних товаровиробників кредитування виробництва на основі новітніх еколого-інноваційних технологій.

Література:

1. Kanerva M. Environmental innovation: Using qualitative models to identify indicators for policy. / M. Kanerva, A. Arundel, R. Kemp // Working paper series. – Maastricht: UNU-MERIT, 2009. – No. 47. – 54 p.
2. Kemp R. The innovation effects of environmental policy instruments — A typical case of the blind men and the elephant. / R. Kemp, S. Pontoglio // Paper for DIME WP 2.5 Workshop on Empirical Analyses of Environmental Innovations, Fraunhofer Institute for Systems and Innovation Research (ISI). – Karlsruhe, 2008. – 17-18 January.
3. Mulki S. Green Investment Horizons: Effects of Policy on the Market for Building Energy Efficiency Technologies / S. Mulki, A. Hinge // Working paper. – World Resources Institute, 2010. – 39 p.
4. Rennings K. Redefining innovation — Eco-innovation research and the contribution from ecological economics / K. Rennings // Ecological Economics. – 2000. – No. 32. – P. 319-322.
5. Горин Н. Взаимодействие государства и банковского сектора при финансировании эколого-инновационной деятельности / Н.Горин // Zborník recenzovaných príspevkov III. Medzinárodnej vedeckej konferencie “Fin Star Net 2012”, 7.-9. Februára 2012. – Bratislava: Vydavateľstvo Fin Star, 2012. – с.51-59.
6. Марцин С.В. Економічний зміст відносин у сучасній моделі банківського кредитування / С.В. Марцин // Вісник Університету банківської справи Національного банку України (м.Київ) – 2010. - № 1. – С. 3-9.

НЕТРАДИЦІЙНІ БАНКІВСЬКІ ОПЕРАЦІЇ: ЛІЗИНГ ТА ФАКТОРИНГ. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

ГРИГОРАШ Т.

*старший викладач кафедри фінансів підприємств та банківської справи,
Дніпропетровська державна фінансова академія*

ПІЛЬГУЙ С.

*студентка,
Дніпропетровська державна фінансова академія*

В сучасних умовах глобалізації господарських зв'язків необхідною умовою сталого економічного розвитку країни є підвищення конкурентоспроможності банківської системи, зокрема грошово-кредитного сектору. Зважаючи на те, що нестача обігових грошей в реальному секторі економіки істотно гальмує розвиток господарських взаємовідносин, фінансове ресурсозабезпечення економічного розвитку країни неможливе без використання сучасних нетрадиційних банківських операцій – лізингу та факторингу. Нетрадиційні банківські послуги широко використовуються у економічно розвинених країнах. До нетрадиційних для банків України операцій та послуг можна віднести: лізинг; факторинг; довірчі (трастові) послуги; операції з дорогоцінними металами; гарантійні, посередницькі, консультаційні та інформаційні послуги; фінансовий інжиніринг [1].

На сьогоднішній день з усіх нетрадиційних банківських послуг саме лізинг та факторинг є найбільш актуальними і тому набули найбільшого розвитку.

У світі існують дві моделі розвитку факторингового та лізингового бізнесу: європейська та американська. Європейська модель передбачає створення великих вузькоспеціалізованих компаній, які, як правило, були створені великими банками і згодом можуть від них відмежовуватись. В американській моделі компанії утворювалися приватними підприємцями без участі банків. Український ринок лізингу та факторингу розвивається за європейською моделлю, адже більша його частина (близько 80 %) контролюється комерційними банками. Підтвердженням цьому є дані Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців», де чітко видно, що рейтинг очолюють лізингові

компанії, підконтрольні банкам (табл. 1).

Таблиця 1.

Рейтинг лізингових компаній станом на 31.03.2012 р. [4]

№ з/п	Назва лізингової компанії	Лізинговий портфель, млн. грн.
1	ВТБ Лізинг Україна	4 093,33
2	Райффайзен Лізинг Аваль	1 892,92
3	ІНГ Лізинг Україна	1 538,60
4	УніКредит Лізинг	1 496,59
5	ОТП Лізинг	829
6	Хюпо Альпе-Адріа-Лізинг	582,137
7	Порше Лізинг Україна	398,825
8	Євро Лізинг	377,279
9	Ерсте Груп Імморент Україна	351
10	ALD Automotive / Перша лізингова компанія	350,42

Практика використання лізингових операцій комерційними банками виявила їх безсумнівні переваги для всіх його учасників. Стрімка динаміка розвитку лізингових відносин спонукала банки відокремлювати лізинг як банківську послугу та засновувати власні лізингові компанії.

Займаючись лізинговою діяльністю, банківські установи отримують такі переваги:

- диверсифікація портфеля банківських послуг;
- зниження кредитних ризиків, оскільки предмет лізингу перебуває у власності банку;
- вигідне вкладення коштів шляхом фактичного кредитування прибуткових інвестиційних проектів;
- підвищення власної конкурентоспроможності за рахунок розширення переліку надаваних послуг;
- зниження втрат банку від зростаючих темпів інфляції, оскільки, на відміну від знецінених коштів, обладнання, яке надається в лізинг, зберігає свою вартість за відрахуванням зносу;
- розширення власної клієнтської бази за рахунок залучення тих клієнтів, видача кредиту яким є неможливою за рахунок певних кредитних обмежень або

відсутності кредитної історії [2].

Також одним із перспективніших видів банківських послуг є факторинг – ризикований, але високоприбутковий бізнес, ефективне знаряддя фінансового маркетингу, одна з форм інтеграції банківських послуг, які найбільш пристосовані до сучасних процесів розвитку економіки.

Першим українським банком, що почав надавати послуги з факторингових операцій, був ПАТ КБ "Укрсоцбанк", на діяльність якого ще впродовж декількох років припадала третина всіх операцій по факторингу, в тому числі і міжнародного. Зараз основними банками-гравцями на ринку факторингових послуг є: Укрсоцбанк, ПриватБанк, ОТП-банк, РФБ Аваль, Swedbank та ін. [5]. Загалом відслідкувати обсяги факторингу, що пропонують банківські установи, є практично неможливим, адже обсяги цієї діяльності не оприлюднюються перед державними органами, на відміну від факторингової операційної діяльності фінансових компаній (рис. 1).

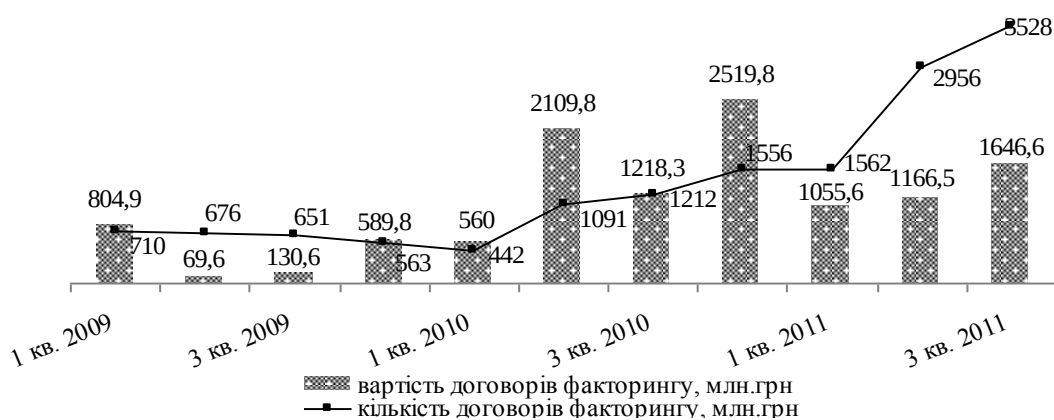


Рис. 1. Динаміка надання фінансовими компаніями послуг факторингу щоквартально за 2009 - III кв. 2011 р. [3]

Переваги факторингу є суттєвими, оскільки його використання позитивно впливає на фінансовий стан підприємства, дозволяє підвищити ліквідність дебіторської заборгованості, ліквідувати касові розриви та збільшити оборотний капітал, застрахувати ризики, пов'язані з наданням відстрочення платежу покупцям, розширити свою частку на ринку, а банк, в свою чергу, має

можливість отримати додаткове джерело доходів та посилити свою конкурентну позицію на ринку банківських послуг.

Банкам, які є основними інститутами грошово-кредитного ринку, що активно впливають на соціально-економічний стан в країні необхідно активно впроваджувати у свою діяльність нетрадиційні банківські операції — лізинг і факторинг, адже вони довели свою ефективність та вигідність для всіх їх учасників. Саме нетрадиційні банківські операції дають змогу банку розширити коло клієнтів, знайти нові джерела збільшення обсягів прибутків, диверсифікувати ризики, а все це в свою чергу позитивно впливає на розвиток грошово-кредитної сфери країни.

Аналіз сучасного стану ринку фінансових послуг показав, що лізинг і факторинг поступово набувають популярності, стаючи перспективними напрямками банківської діяльності, адже нині найреальнішими суб'єктами господарювання, які можуть надавати лізингові та факторингові послуги, зважаючи на необхідний накопичений капітал, можуть виступати лише банківські установи. Тому, зараз банківська система рухається в напрямі створення своїх підконтрольних, дочірніх лізингових та факторингових груп і компаній.

Література:

1. Косова Т.Д., Циганов О.Р. Банківські операції: Навч.пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – С. 9-10.
2. Луців Б.Л. Сучасні аспекти лізингової діяльності банківських установ в Україні / Б.Л. Луців // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2012. – №1(13) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VUbsNbU/2012_1/12_1_40.pdf
3. Підсумки діяльності фінансових компаній, ломбардів та юридичних осіб (лізингодавців) за 9 місяців 2011 р. / Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/dpn/fk__I_kv_2011.pdf
4. Рейтинг лізингових компаній за результатами першого кварталу 2012 року / Українське об'єднання лізингодавців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.leasing.org.ua/ua/rating/2012Q1/>

5. Філіпенко Ю.Ю. Факторингові операції комерційних банків: механізм проведення, особливості обліку, проблеми та перспективи розвитку в Україні / Ю.Ю. Філіпенко, А.В. Сатановська // Вісник ПДАБА. – 2011. – №6-7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vpabia/2011_6-7/25.pdf

ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ УКРАИНСКИХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

ГРИДАСОВ Вадим

*канд. техн. наук, доцент кафедры «Финансы»,
Донбасская государственная машиностроительная академия*

ЕВТУХОВА Оксана

*студентка экономико-гуманитарного факультета,
Донбасская государственная машиностроительная академия*

Обобщение литературных источников позволяет сделать вывод о недостаточном изучении процесса инвестирования средств коммерческими банками в ценные бумаги и долговые обязательства, что и обуславливает актуальность данной темы.

Целью данной статьи является изучение рынка облигаций Украины как одного из наиболее доходных сегментов рынка финансовых услуг.

Проблемы функционирования и развития фондового рынка, управление формированием инвестиционного портфеля ценных бумаг рассматриваются на теоретическом и методологическом уровнях в работах таких ученых, как Пересада А.А., Бланк И.А., Касимов Ю.Ф., Марковиц Г., Александер Г., Шарп У., Фабоцци Ф. и др.

Во времена кризиса и последующего восстановления экономики банкам не так легко найти надежных заемщиков. Поэтому банки все чаще инвестируют средства в государственные и корпоративные облигации. Рынок корпоративных облигаций Украины динамично растет. Коммерческие банки на сегодняшний день выступают основными инвесторами. Меньший интерес проявляют к облигациям инвестиционные и пенсионные фонды, страховые компании. И совсем незначительные объемы вложений делают физические лица [3].

Вложения в облигации позволяют банкам улучшать качество инвестиционного портфеля за счет диверсификации активов, эффективно планировать финансовые потоки, участвовать в финансировании привлекательных и добросовестных заемщиков, налаживать новые деловые контакты как с эмитентами, так и с другими партнерами-инвесторами.

Чтобы оценить реальную привлекательность корпоративных облигаций, необходимо сравнивать их по уровню доходности и степени риска с альтернативными доступными объектами инвестирования – акциями и государственными облигациями, а также банковскими депозитами.

Уровень доходности государственных облигаций по сравнению с доходностью корпоративных облигаций украинских предприятий или же банков достаточно низкий. В то же время риски невозврата средств, как показывает практика, отличаются не сильно.

По сравнению с облигациями предприятий рынок акций может действительно обеспечить более высокие доходы, но при этом и риски, связанные с портфельными инвестициями в паевые ценные бумаги, будут несоизмеримо выше – нет определенности относительно будущих выплат дивидендов и роста курса акций. При резком снижении цен на акции инвестор может нести значительные убытки.

Доходность банковских депозитов находится, как правило, на уровне корпоративных облигаций на соответствующий срок, но с учетом налогообложения доходов по облигациям она обеспечит вкладчикам более высокую прибыль. Однако преимуществом облигаций является возможность валютного хеджирования (наличие привязки основной суммы долга или купона к индексу изменения официального курса гривны к доллару США или евро). Кроме того, при досрочном погашении облигаций процентная ставка, которую заплатит эмитент, известна заранее, поскольку она объявляется еще до начала размещения облигаций. Что же касается банковских депозитов, то при

досрочном изъятии средств со счета проценты, как правило, будут аналогичны ставкам вкладов до востребования или ниже [2].

Осенью 2012 года процентные ставки по депозитам выросли и достигли отметки 26%. Процентные ставки по корпоративным облигациям с января по сентябрь 2012 г. увеличились на 6%.

Наиболее существенным минусом вложения средств в корпоративные облигации является риск невыполнения эмитентом своих обязательств (который в основном компенсируется соответствующим уровнем доходности облигаций).

На развитых рынках на помощь инвесторам приходят рейтинги эмитентов, составляющиеся рейтинговыми агентствами. Но все же даже при наличии рейтингов (которые, в принципе, не являются рекомендацией инвестировать в облигации) инвесторам нужно самостоятельно оценивать, стоит ли инвестировать в облигации того или иного эмитента [2].

Подводя итоги, можно отметить, что с каждым годом рынок облигаций Украины развивается, появляется все большее количество эмитентов, что несколько усложняет для инвестора процесс выбора этих ценных бумаг. Но все же среди существующих на рынке инструментов корпоративные облигации являются наиболее привлекательными для банков, так как позволяют одновременно достичь наибольшей ликвидности и доходности на вложенные инвестиции.

Литература:

1. Аналитический обзор украинского рынка облигаций [Электронный ресурс] // Официальный сайт ООО «Украинский фондовый центр». – Режим доступа: <http://ufc-capital.com>.
2. Нюансы инвестирования в корпоративные облигации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aval.ua>.
3. Почему банки вкладывают деньги в облигации? [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Dragon Capital». – Режим доступа: <http://www.dragon-broker.com/rus/pages/services>.

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

ГУБСЬКИЙ Станіслав

*студент 3 курсу за спеціальністю «Фінанси»,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

В умовах посилення конкуренції на фінансовому і грошово-кредитному ринках банки вимушені застосовувати нові фінансові інструменти для забезпечення стійкості та більш гнучкого реагування на можливі ризики. Крім того, посилення конкуренції супроводжується зменшенням впливу НБУ на банківську справу, що призводить до зміни структури портфелів банків у бік більших ризиків для отримання належного рівня доходів. НБУ, своєю чергою, намагається знизити загальний рівень ризику шляхом підвищення вимог [3].

Сучасний ринок банківських послуг під час економічної кризи має такі риси [4]:

- недовіра населення до фінансових інструментів, зокрема депозитів;
- жорстка конкуренція між банками;
- хронічна нестача грошових ресурсів у самих банках та їхніх клієнтів (юридичних та фізичних осіб);
- зростання неплатежів;
- підвищення ризиків.

Банківський маркетинг – це філософія, стратегія й тактика банку, що спрямовані на ефективне задоволення потреб, запитів і сподівань, вирішення проблем існуючих і потенційних банківських клієнтів шляхом успішної реалізації на ринку банківських продуктів, які враховують тенденції розвитку ринку та приносять користь суспільству завдяки управлінню активами і пасивами, прибутками і витратами, ліквідністю банку, рівнем ризику його операцій [2].

В Україні розвиток маркетингу в промисловості та у сфері банківських послуг відбувався одночасно і в дуже складних кризових умовах, що

характеризується відсутністю досвіду, методологічних розробок, кваліфікованих спеціалістів та інформаційного середовища.

Головними факторами, що викликають необхідність застосування маркетингової діяльності в банках, є наступні [2]:

- посилення конкуренції у банківській системі як у сфері залучення засобів, так і в сфері надання кредитних послуг. Конкуренція у банківській сфері відрізняється розвиненістю форм та інтенсивністю, відсутністю вхідних бар'єрів і патентних обмежень;
- обмеження цінової конкуренції на ринку банківських продуктів, що пов'язані з державним регулюванням;
- розвиток інформаційних технологій і засобів комунікацій на базі сучасної техніки, що призвело до розширення територіальної сфери діяльності фінансово-кредитних інститутів;
- диверсифікація банківської індустрії. Розширення спектра банківських продуктів, застосування небанківських методів позички грошових коштів;
- інтернаціоналізація економічних процесів, що супроводжується проникненням банків на закордонні ринки та їх конкуренцією з місцевими банками, глобалізація банківської конкуренції.

Основними завданнями маркетингу в банку виявляються [2]:

- забезпечення рентабельної роботи банку в умовах грошового ринку, що постійно змінюються;
- гарантування ліквідності банку з метою дотримання інтересів кредиторів і вкладників, підтримки іміджу банку серед населення;
- максимальне задоволення запитів клієнтів щодо обсягу, структури та якості послуг, які здійснює банк. Це створює умови для стабільних ділових відносин;
- комплексне вирішення комерційних, організаційних і соціальних проблем колективом банку.

Під вивіскою «Банк» більшість людей очікують побачити стандартний набір – це столик обслуговування, черга, стенди з буклетами банківських продуктів. Але наскільки приємніше було б людині, якщо вона зайшовши до банку побачила зовсім інше – відвідувачі, замість того щоб стояти в черзі – сидять за столиками та п'ють каву, у приміщенні грає приємна музика, на стінах розвішані картини різноманітних художників, а в центрі на столі, як на ринковому розпродажу, розкладені найрізноманітніші предмети – від футболок до чашок. Саме це бачать клієнти Umpqua Bank найвеличнішого в світі банку, що розташований в США. Цей банк насправді нічим не нагадує типовий банківський офіс. Стіни завішані живописними полотнами і телевізійними екранами, на яких транслюються фінансові новини, а також передачі спортивного та музичного каналів. Значну частину просторого приміщення займає кафе, в якому можна випити чашечку ароматної кави, поїсти морозива або вийти в Інтернет. Перед широкими екранами телевізорів розташовані затишні дивани і крісла зі столиками, на яких разом з рекламними брошурами банку знаходяться свіжі газети та журнали. Це робить відділення банку схожим на фойє затишного готелю [5].

Але що заважає нашим вітчизняним банкам здійснювати свій бізнес таким способом? Більшість банків і відділень у нашій країні схожі один на одного як «брати близнюки». Єдине, що їх відрізняє – це назва та палітра кольорів які застосовуються...

У банках повинні існувати певні принципи, одним з таких принципів може бути право кожного менеджера самому визначати, як краще використовувати банківську територію в «суспільних» інтересах. За таким принципом, будь-хто може звернутися до співробітника банку з проханням, і якщо ідея буде прийнята (а теоретично невмотивованих відмов бути не повинно), то майданчик надається абсолютно безкоштовно.

Іншим принципом може стати проведення заходів вечорами, це можуть бути і колективні перегляди фільмів, і заняття спортом. Банк перетворюється то

в клуб, то в спортзал, то в кінотеатр. Як результат, банк може стати основним комунікаційним центром. Таким чином, основна задача вирішена, і клієнти отримують мотив, щоб прийти саме в цей банк. Ця політика залучення клієнтів до банку має чітке обґрунтування. Кожен ритейлер погодиться з тим, що дві третини покупок здійснюються спонтанно, імпульсивно. Те ж саме відбувається і в банківській сфері. Чим більше часу люди проводять в банку, тим більше вірогідність того, що в кінці кінців вони стануть його клієнтами і придбають хоча б один з його продуктів. Нехай це відбудеться не відразу, нехай спочатку вони прийдуть тільки заради кави і свіжих газет, але в перспективі можна розраховувати на співпрацю [1].

Співробітники банку, що постійно спілкуються з відвідувачами, повинні проходити спеціальні тренінги, на яких їх навчають не лише ввічливо спілкуватись з клієнтами та підтримувати з ними розмову на абстрактні теми, але і поглиблювати свої знання про банківський бізнес. Всупереч тенденції спеціалізації, чільної в сучасній фінансовій галузі, працівники повинні стати універсалами, здатними виконати будь-яку операцію в інтересах клієнта. Так, касир може прийняти заявку на іпотечний кредит, а співробітник кредитного відділу – провести відвідувача до його сейфа. «Скільки разів ви приходили в банк у важливій справі і виявляли, що потрібний вам співробітник зайнятий? Вам доводилося чекати черги, бо інші працівники, хоч і були вільні, але не могли вам допомогти. Вони знають тільки свою роботу, але не знають чужої» [5]. Кваліфікований працівник банку повинен виконувати всі види робіт, що пов'язані з діяльністю банку.

Рей Девіс керівник Umpqua Bank не приховує формулу свого успіху. «Ми не робимо нічого екстраординарного, – говорить він. – Це чистої води маркетинг. Фінансові продукти різних банків практично однакові. Вся справа в тому, як ви їх підносите і яке враження справляєте на ваших клієнтів, партнерів і конкурентів» [5]. Отже, завдяки нетрадиційному підходу до банківського

сервісу і активної маркетингової політики банки можуть домогтися успіхів у бізнесі.

Література:

1. Umpqua Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fioletkorova.ru/umpqua-bank>.
2. Банківський маркетинг. Принципи, функції, організація [Електронний ресурс]: Українська електронна бібліотека підручників. – Режим доступу: http://libfree.com/122407086_bankivska_spravabankivskiy_marketing_printsipi_fun_ktsiyi_organizatsiya.html.
3. Маркетинг у банківській сфері [Електронний ресурс]: Українська електронна бібліотека підручників. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/14170120/bankivska_sprava/marketing_bankivskiy_sferi#433.
4. Маркетинг у банківській сфері [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг_у_банківській_сфері.
5. Тарнавский, В., Маркетинг и продажи [Текст] / В. Тарнавский // журнал "Новый маркетинг". – 2008. – № 5.

МАРКЕТИНГ ПОДІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ БАНКУ

ГУЗЬ Марина

*к.е.н., старший викладач кафедри
теоретичної і прикладної економіки,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Відомим є факт, що разом із стільниковими операторами та автодилерами банки завжди були одними з найбільших рекламодавців, свідченням чого є надмірні банківські рекламні бюджети. Так, за даними рейтингу компанії Spring Marketing Group [1] у I півріччі 2012 року найбільший рекламний бюджет мав банк ПУМБ, що становив 9,254 млн. гривень. На другому місці рейтингу розмістився російський «ВТБ банк» з розміром бюджету у 7,145 млн. гривень, а замикає трійку лідерів «Надра Банк» з бюджетом 4,906 млн. гривень.

Десятка найбільших банків-рекламодавців, відповідно до зазначеного рейтингу, наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

№	Банк	Рекламний бюджет, грн.
1	ПУМБ	9 254 447
2	ВТБ Банк	7 145 962
3	Надра Банк	4 906 112
4	Універсал Банк	4 345 443
5	Укрсоцбанк	4 329 399
6	Ерсте Банк	4 052 455
7	Платіnum Банк	4 035 260
8	ОТП Банк	3 974 482
9	Креді Агріколь	3 227 833
10	Альфа-Банк	2 603 653

Аналізуючи засоби маркетингових комунікацій можна зробити висновок, що не втрачають своєї актуальності ATL заходи, що пов'язані з розміщенням реклами в традиційних засобах масової інформації. Основною перевагою масової реклами є низька вартість контакту з потенційною аудиторією. Однак ефективність таких заходів все більше стає сумнівною, адже споживач перестає реагувати на рекламні повідомлення з причини нескінченних розмірів інформаційного потоку, на який перетворюються всі рекламні посилання, що транслюються в пресі, радіо і телебаченні.

В умовах інтенсивного інформаційного потоку рекламних повідомлень, виникає необхідність пошуку інструментів ефективного і відносно недорого просування банківських продуктів. На перший план починає виходити інтегрований комплекс маркетингових заходів – BTL заходи (стимулювання збуту, персональний продаж, паблік рилейшнз, директ-маркетинг, івент-маркетинг, POS-матеріали та інш.).

Серед зазначених BTL заходів все частіше банківські установи звертаються до івент-маркетингу, як оригінального та ефективного інструменту банківського маркетингу.

Івент-маркетинг або маркетинг подій досить новий напрям рекламної діяльності, який зокрема і виник через необхідність виділити конкретне повідомлення із загального інформаційного потоку. Говорячи про івент-

маркетинг в банку ми маємо на увазі комплекс спеціальних заходів і акцій, здатних не лише запам'ятатися цільовій аудиторії, але і дати можливість ближче познайомитися з продуктами банку та сформувати прихильне ставлення до установи. Головна перевага будь-якої спеціальної події в рамках івент-маркетингу – встановлення безпосереднього контакту між банком та аудиторією, створення між ними емоційного зв'язку.

Всі заходи що проводяться в рамках реалізації івент-маркетингу, можна розділити на наступні види відповідно до цілей (табл. 2):

Таблиця 2

Вид івент-маркетингу	Цільова аудиторія	Заходи	Мета
Trade Events (стимулюючі продажі заходи)	– Партнери – Клієнти	Конференції, презентації, прийоми, семінари, форуми, конгреси, саміти, рг-акції, спеціальні заходи на виставках-ярмарках, креативний промоушен і т.д.	Представити продукт, наочно продемонструвавши його переваги, презентувати нові послуги, обмінятися досвідом, знайти нових стратегічних партнерів, залучити нових клієнтів тощо.
Corporate Events або HR Events (корпоративні заходи)	Співробітники	Спільний відпочинок співробітників, ювілеї компанії, професійні свята, вечірки, пікніки, сімейні дні (family day), командоформування (teambuilding) тощо.	Донести ідеї компанії безпосередньо до співробітників, сформувати міцний дружній колектив, підвищити лояльності системних клієнтів і партнерів засвідчуючи їм свою повагу запрошуючи на подібні неформальні заходи.
Spesial Events (спеціальні заходи)	– Партнери – Клієнти	Фестивалі, вручення премій, концерти, шоу, масові заходи, рекламні тури, заходи для преси, спеціальні події.	Сформувати позитивну реакцію цільової аудиторії, привернути увагу потенційних клієнтів, забезпечити соціально активний та соціально відповідальний імідж банку.

Серед банків, які успішно використовують івент-маркетинг в Україні, можна відзначити банки Аваль і Альфа-Банк. Також можна виділити UniCredit Bank, Platinum Bank, УкрСиббанк. Маркетингова діяльність цих установ має яскраво виражену соціальну складову, і часто направлена на реалізацію

конкретних соціальних програм, а також спонсорство культурно-масових і спортивних заходів.

Отже, на сьогоднішній день маркетинг подій є одним з найперспективніших сегментів рекламного ринку головним чином унаслідок того, що саме з його допомогою можна нетривіально представити ідеологію банківської установи, залучити, зацікавити клієнтів. До актуальних загальносвітових ділових трендів слід віднести не лише глобалізацію та після кризові перестановки, але і деяку трансформацію бізнес-свідомості, переорієнтація якої відбулася в сторону превалювання форми над змістом, а отже в таких умовах рекламні заходи потребують все більш оригінального і неординарного підходу.

Література:

1. Офіційний сайт Spring Marketing Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://springmg.com/rating>

ДЕРЖАВНА ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА: ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ

ДАНІЛОВ Костянтин

аспірант,

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»,

Інвестиційна теорія, розглядаючи механізми розширеного відтворення реального капіталу в економіці, традиційно значну увагу приділяє аналізу інструментів державної інвестиційної політики. Існуючі концептуальні підходи до адміністративних механізмів регулювання комерційних заходів з фінансування довгострокового розміщення капіталу, як правило, обстоюють необхідність втручання регулюючих органів у процес формування рівноваги на інвестиційному ринку, а саме – їх прямого чи опосередкованого впливу на інвестиційний попит та інвестиційну пропозицію. Особливо впливовим у цьому аспекті є механізм регулювання обсягу прямих державних витрат на соціальні, загальноекономічні та інші заходи.

Відповідно до концепції Дж. Кейнса, серед двох частин валового попиту, якими є інвестиційний та споживчий попит, пріоритетною є перша складова, оскільки саме вона, підтримуючи збільшення капітальної вартості, прямим чином здійснює вплив на динаміку зміни національного доходу країни. Під час настання кризових явищ, постійному рівні цін на товари, існуванні виробничих потужностей, що не використовуються для створення споживчої продукції, і поширенні безробіття, ринковий механізм демонструє обмежені можливості для інтенсифікації капіталовкладень. При цьому держава виконує завдання регулювання механізмів реального інвестування, а точніше – акумулює валовий попит за рахунок збільшення бюджетних відрахувань та витрат.

Значні резервні виробничі активи, що акумулюються суб'єктами господарювання в кризових умовах, реагують на збільшення валового попиту за рахунок гнучкої пропозиції споживчих товарів. У відповідності до зростання доходів, формується активний попит на товари інвестиційної направленості, який задовольняється відповідним збільшенням їх пропозиції. Тому збільшення державних витрат приносить мультиплікаційний ефект, що, згідно Кейнсу, розраховується за допомогою «мультиплікатора інвестицій», шляхом впливу якого забезпечується приріст сукупного обсягу інвестицій, і дохід збільшується в розмірі, який у певному співвідношенні перевершує приріст інвестицій.

Макроекономічне регулювання інвестиційних процесів, ґрунтуючись на концепції Кейнса, відіграє істотну роль у напрямку стабілізації і подальшого розвитку економічних систем розвинутих країн. Проте у середині 70-х років XX століття нарощування інфляційного тиску паралельно зі значним бюджетним дефіцитом у багатьох країнах завершилося структурною кризою і тривалою депресією. Таким чином, нова економічна реальність довела необхідність застосування оновленої концепції державного економічного регулювання.

Джерелами формування неокласичної концепції стали монетаризм та консервативні теорії, економіка пропозиції і теорія раціональних очікувань. Зміст даної концепції полягає в тому, що державний вплив на економіку має

пов'язуватися зі створенням максимально сприятливих умов розвитку інвестиційного ринку.

Об'єктом регулювання з боку відповідних органів стають детермінанти, що впливають на інтенсивність пропозиції ресурсів. Стабільна та безінфляційна вартість ресурсів, у тому числі товарів інвестиційного призначення, активізує конкуренцію, сприяє зростанню виробництва товарів. За рахунок механізму встановлення ринкових цін відбувається вплив на мотивацію інвесторів до капіталовкладень залежно від їх очікуваної рентабельності.

Скорочення попиту на споживчі товари має наслідком неповне завантаження засобів виробництва першої групи, і як наслідок – повну зупинку роботи засобів виробництва другої групи, що в авторській інтерпретації називається «принципом акселерації». З метою запобігання цьому, держава має стимулювати розвиток інших продуктивних сфер, у тому числі обслуговуючого сектору, який би забезпечував зростання зайнятості населення і сприяв збільшенню продуктивного попиту.

Таким чином, держава за рахунок механізму інвестиційної політики має змогу формувати умови довгострокової ефективності роботи підприємницького сектора і, як наслідок, забезпечувати зростання інвестиційної активності.

Розміри і структура інвестицій, якість і темпи їх здійснення є визначальними в процесах технічного і технологічного оновлення, а це в свою чергу, забезпечує технологічну безпеку країни і стратегічний успіх розвитку економіки в цілому, оскільки формує конкурентоспроможність країни на світовому ринку.

Незважаючи на те, що стартові умови для нарощування інвестицій в Україні не дуже сприятливі, на сьогоднішньому етапі особливої актуальності набуває формування раціональної державної інвестиційної політики, яка б створювала стимули для збільшення і продуктивного використання капітальних вкладень в реальний сектор економіки. Результатом диспропорцій між накопиченими і інвестованими ресурсами, критичного стану галузей, що

забезпечують реальні інвестиції, може стати втрата економікою здатності формувати внутрішні ресурси для накопичення та інвестування в реальний сектор, тобто дезорганізація не тільки розширеного, але й простого відтворення. Держава повинна в законодавчому порядку розблокувати можливості внутрішньогосподарських нагромаджень, використання амортизаційних фондів для цілей інвестування, тобто створити економічні умови для нормального відтворювального процесу на розширеній основі.

Література:

1. Державне регулювання економіки: Підруч. для ВНЗ. – 2-ге вид./За ред. І.Р. Михасюка. – К., 2000.
2. Липсиц И.В. Введение в экономику и бизнес. Учеб. для сред. спец. учеб. завед. – 2-е изд. - М., 1999.
3. Мировая экономика: Учеб. пособие для вузов / Под ред. И.П. Николаевой. – 2-е издание. – М., 2000.

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ПІДґРУНТЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

ДІДЕНКО Оксана

*Харківська ОД ПАТ «Райффайзен Банк Аваль»,
директор з питань роздрібного бізнесу, кандидат економічних наук*

Унаслідок подолання наслідків глобальної фінансової кризи, більшість вітчизняних банків зіткнулися з проблемою забезпечення операційної ефективності бізнесу. Низька якість активів та відсутність економічних передумов для відновлення кредитування, як основного джерела доходів, труднощі у реалізації доходної посередницької діяльності, поставили питання перегляду існуючих підходів управління банківською діяльністю та бізнесом в цілому та розробку оптимізаційних програм.

За таких умов питання розробки антикризових заходів з відновлення прибуткової діяльності банку все частіше стають об'єктом пильної уваги в економічній літературі. Проте, більшість пропозицій дослідників зосереджена в частині фінансової складової бізнесу – управління ліквідністю, банківськими ризиками, капіталом, не приділяючи достатньої уваги одній з центральних

проблем банківського бізнесу в Україні – проблемі адекватності та раціональності внутрішнього механізму прийняття управлінських рішень, тобто організаційно-аналітичній складовій.

Забезпечення ефективності бізнесу є невід'ємною складовою частиною загальної системи управління банком, тому і організаційно-аналітичне підґрунтя для його реалізації має відповідати сучасним вимогам. На сьогодні найбільшого поширення в банківській практиці набув функціональний підхід до управління результатами бізнесу, який передбачає їх аналіз в межах організаційної та фінансової структури: за структурними підрозділами банку, основними бізнес-напрямами (обслуговування фізичних осіб, обслуговування юридичних осіб, інвестиційний бізнес тощо), продуктами та клієнтами.

Сучасна практика ведення бізнесу дає змогу визначити проблемні зони такого підходу: з позиції ведення бізнесу – наявність дублювання типових завдань, відсутність чіткого розподілу відповідальності при реалізації бізнес-процесів банку, високий рівень ієрархічності та бюрократизованості, з позиції управління результатами – зосередженість персоналу банку на індивідуальних задачах відповідного функціонального підрозділу та ігнорування стратегічних задач розвитку бізнесу. Таким чином, пріоритетним завданням управління сучасним банківським бізнесом стає адаптація організаційно-аналітичного забезпечення до потреб одночасного врахування стратегічних орієнтирів та операційних задач банку. Під ефективністю бізнесу сьогодні слід розуміти досягнення не лише короткострокових операційних задач, а відповідність отриманих результатів стратегічним цілям.

Узагальнення науково-методичної літератури в даному напрямку дає змогу стверджувати, що ключовою передумовою формування сучасного організаційно-аналітичного забезпечення для управління ефективністю стає формалізованість основних бізнес-процесів в банку [1-3]. Це, у свою чергу, створює підґрунтя для значного скорочення матеріальних витрат та витрат часу з метою пошуку напрямів оптимізації діяльності банку, швидкого та

якісного процесу оновлення продуктового ряду та підвищення якості і оперативності управлінських рішень, що приймаються. Формалізованість бізнес-процесів банку передбачає їх розподіл в межах стратегічного та операційного рівнів управління. Так, ключове місце належить організаційно-аналітичній підтримці управління ефективністю бізнесу, адже процес прийняття управлінських рішень, прогнозування та планування ефективного розвитку банку не може здійснюватися без достатньої інформаційної підтримки. Серед основних функцій організаційно-аналітичного забезпечення сьогодні слід вважати забезпечення комплексного характеру аналізу результатів бізнесу та подальшого управління в межах основних чотирьох сфер діяльності: фінанси, клієнти, внутрішні процеси та інновації і розвиток; відстеження причинно-наслідкового зв'язку усіх оціночних показників у системі; встановлення зв'язку оціночних показників, стратегічних цілей, фінансових результатів діяльності.

Стратегічний рівень управління ефективністю передбачає наявність формалізованої стратегії, яка створює основу для взаєморозуміння між акціонерами та менеджерами щодо питань розвитку банку умови для делегування повноважень та відповідальності на середні та нижні рівні управління; підвищує привабливість банку для партнерів та інвесторів.

Оперативний етап управління ефективністю характеризується трудомісткістю процесу бізнес-планування, складним процесом узгодження бізнес-планів, проблемністю контролю. Операційні бюджети посідають особливе місце в системі бюджетування в банку як з позиції формування базису управлінських рішень локального характеру (що приймаються структурними підрозділами на місцях), так і з позиції їхньої ґрунтовності для формування планових показників бюджету доходів та витрат і балансового бюджету.

В кінцевому підсумку розглядаються пропозиції щодо коригування нормативів, припинення окремих операцій та фінансових проектів і навіть зміни статусу окремих бізнес-напрямів, продуктів та клієнтів.

Підсумовуючи, зауважимо, що управління ефективністю бізнесу в банках України є сьогодні актуальною та гострою проблемою одночасно, оскільки забезпечує життєздатність банку як комерційної установи та джерела задоволення інтересів багатьох зацікавлених сторін – Національного банку України, клієнтів, власників тощо. Реінжиніринг організаційно-аналітичного забезпечення управління ефективністю виступає одним з ключових факторів виходу з посткризового періоду за рахунок узгодженості стратегічного та оперативного рівні управління та відповідної інформаційної підтримки.

Література:

1. Петров П. А. Реинжиниринг бизнес-процессов с учетом возможных рисков на примере подразделения банка / П. А. Петров // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2010. – № 2. – Т. 42. – С. 93-97.
2. Ізюмцева Н. В. Моделювання та організація проведення реінжинірингу бізнес-процесів у банківській системі / Ізюмцева Н. В., Лічмаровська А. В., Мирончик Г. В. // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – №1 (10). – С. 160-168.
3. Бушуєва І. В. Інжиніринг банківського бізнес-процесу «Планування» / І. В. Бушуєва, Г. Лавінський // Банківська справа. – 2002. – № 5. – С.40–48.

ОЦІНКА РИЗИКІВ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОГО ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ У БАНКУ

ДІДЕНКО Сергій

*старший викладач кафедри банківської справи,
Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ*

КУРБАТОВ Сергій

*магістрант,
Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ*

Глобалізація фінансово-економічного простору, технічний та інноваційний розвиток банківських продуктів, що покликаний на задоволення індивідуальних потреб клієнта, обумовлює нові управлінські підходи, методи та моделі оцінки, управління ризиками в умовах інформаційної невизначеності в контексті практики імплементації новітніх банківських продуктів. Ендогенні та екзогенні фактори ризиків можуть обумовлюватися складністю технологій та

новим інституційним середовищем реалізації відповідного продукту. І яскравим тому прикладом є стрімке зростання розвитку ринку електронних грошей та відповідної еволюції інформаційних технологій і систем.

Метою актуалізації проблематики є необхідність дослідження щодо оцінки ризику використання новітніх інструментів для проведення нелегальних фінансових операцій, ухилення від процедур фінансового моніторингу.

Групою з розробки фінансових заходів з відмивання коштів (FATF) було виявлено типології, що пов'язані із незаконним використанням нових способів платежів для цілей відмивання грошей та фінансування тероризму [1]:

1. Вкладення грошей третіми особами (включаючи фіктивних та підставних осіб).
2. Використання безособового характеру рахунків для використання нових способів платежів.
3. Провайдери послуг нових способів платежів або їх співробітники, які є співучасниками злочинних схем.

У процесі легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом, електронним грошам властива дихотомія, адже вони можуть одночасно виступати як:

- інструмент генерації нелегальних грошових потоків (об'єкт предикатного злочину);
- інструмент трансформації нелегального капіталу в законну форму (інструмент злочину – процесу легалізації) [2].

Питання щодо способів введення і виведення цих коштів в систему є надзвичайно важливим. Відповідно одним із аспектів актуальних завдань, що постали перед внутрішнім контролем, є підвищення чутливості до змінних в регуляторному середовищі, розробка систем раннього реагування особливо в частині методичного забезпечення щодо моделей та методів управління ризиками, контролю за розкриттям інформації та впровадження ризик-орієнтованого підходу до прийняття рішень.

Крім способів ведення / виведення електронні гроші мають низку й інших властивостей, які роблять їх вразливими для відмивання коштів, отриманих злочинним шляхом, та фінансування тероризму, зокрема:

- анонімність клієнтів;
- деперсоніфіційованість електронних грошей;
- можливість здійснення транскордонних переказів;
- висока швидкість платежів та їх низька вартість;
- відсутність єдиних міжнародних стандартів і неврегульованість питань національного законодавства тощо.

За таких умов основні можливості легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом за допомогою електронних грошей полягають у такому:

- інтенсивного, менш витратного проведення трансакції і легкості уникнення обмежень у т.ч. за сумами платежів;
- організації та проведення нелегальної діяльності за допомогою глобальної мережі, доходи від якої надходять за допомогою платежів в електронних грошах;
- ухиленні від сплати податків;
- приховуванні слідів трансакції (послідовного ряду трансакцій).;
- використанні третіх осіб;
- можливості деперсоніфікованого введення / виведення готівки;
- «обхід» банківської системи, яка жорстко регулюється з питань легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом, та фінансування тероризму;
- неврегульованості законодавства;
- труднощах міжнародного співробітництва;
- легкості фізичного переміщення передплачених карт (поповнення рахунку тощо) [2].

Формування джерел та спрямування обігу обумовлюють необхідність належних процедур контролю щодо оцінки ризиків в контексті складності технічного та технологічного забезпечення функціонування системи (рис.1).



Рис. 1. Шляхи введення та виведення готівкових і безготівкових грошей до/із систем електронних грошей [3]

Отже, з огляду на постійне розширення використання електронних грошей на сьогоднішній день постала низка завдань у сфері боротьби з відмиванням коштів, отриманих злочинним шляхом, або фінансуванням тероризму:

1. Визначення співвідношення вартості впровадження / посилення заходів запобігання та протидії легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом, фінансуванням тероризму та обсягів ринку, рентабельності проектів, пов'язаних з електронними грошима.

2. Необхідність розширення переліку суб'єктів первинного фінансового моніторингу (наприклад, включення мобільних операторів, агентів з обміну електронних грошей).

3. Проведення перевірки клієнтів і можливостей застосування спрощеної методики залежно від суми платежу засобами електронних грошей.

4. Визначення основних інструментів та необхідних масштабів застосування ризик-орієнтованого підходу щодо операцій з електронними грошима.

5. Створення необхідної нормативної та методологічної бази щодо операцій з електронними грошима.

Література:

1. Новые способы платежей: Рабочая группа по типологиям// Итоговый проект документа (30 сентября 2010 года) 18 октября 2010 года, Штаб-квартира ОЭСР, Париж, Франция. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurasiangroup.org/ru/news/Novye_sposoby_platezhey_2010.pdf.

2. Медвідь Т.А. Возможности для відмивання доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансування тероризму за допомогою електронних грошей /Медвідь Т.А. // Фінансовий простір. – 2012. – Випуск № 2 (6) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fp.cibs.ck.ua>.

3. Махаєва О.О. Емісія та використання електронних грошей в Україні / Махаєва О.О. // Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – УБС НБУ. – 2009.

КАПІТАЛІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

ДОВГАНЬ Жанна

*д.е.н., доцент кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

Подолання наслідків фінансової кризи та підтримка фінансової стійкості є однією з основних проблем, що стоїть перед вітчизняною банківською системою. Ця проблема набуває особливої значущості в контексті виконання банками функції із забезпечення економіки достатнім капіталом в умовах несприятливої зміни ринкової кон'юнктури, забезпечення їх спроможності нейтралізувати ризики та відповідати за своїми зобов'язаннями, формувати якісну ресурсну базу та підтримувати довіру клієнтів до банківських установ.

І зрозуміло, що якщо ми хочемо мову вести про створення стійкої банківської системи, що відповідає міжнародним стандартам і тим самим забезпечити економічне зростання, то необхідно перш за все створити умови для її прискореної капіталізації.

Можливість ж залучення банківськими установами додаткових коштів залежить від ефективного управління їх власним капіталом. У зв'язку з цим існує необхідність розробки такого механізму управління капіталом банківських установ, який би забезпечив їх стабільну роботу.

Отже, нарощування капіталу банку, консолідація банківської системи, контроль над притоком іноземного капіталу, зростання прибутку, підвищення ринкової вартості акціонерного капіталу нині є головними завданнями для вітчизняних банків

Банківська система України до 2008 року характеризувалась постійним темпом зростання банківського капіталу, максимальний розмір якого було досягнуто у 2007 р. Однак через кризові явища в економіці країни у 2008 р. спостерігається різкий спад обсягу капіталу національної банківської системи. Разом з тим, сукупний обсяг власного капіталу усіх діючих банків в Україні дорівнює обсягу власного капіталу лише одного європейського банку середнього рівня.

Однак головна проблема вітчизняної банківської системи навіть не стільки у незначній абсолютній сумі власного капіталу в порівнянні з іншими країнами, а в тому, що існує незначне співвідношення власного капіталу до ВВП. Так, хоча ми спостерігаємо сталу тенденцію зростання частки власного капіталу банків України у ВВП (а зокрема на початок 2006 р. досліджуваний показник становив біля 5,0 %, то упродовж 2010-2011 рр. спостерігається змінювання частки власного капіталу банків у ВВП країни на рівні 10,0% [2].

Разом з тим, рівень капіталізації банківської системи залишається недостатнім. Для порівняння варто зазначити, що в деяких європейських країнах співвідношення власного капіталу до ВВП є практично вдвічі вище, ніж в Україні. Так, наприклад, у Росії цей показник становить 37,2 %, а в країнах Центральної Європи – понад 40 %. Ще вищим цей показник є в США. Банківські активи в Україні становлять – 80 % до ВВП, а в Англії – наприклад, більше 300 % [1].

Це яскравий приклад недостатності національного банківського капіталу в масштабах економіки України. Отже, наші банківські можливості у порівнянні з невисоким ВВП, показують, наскільки ми малопотужні. Із такими незначними силами досягти серйозного підйому економіки неможливо. Звідси і незначний вплив банків на економічне зростання. Ми вважаємо, що якби розгорнути активи і капітал вітчизняних банків на повну силу, то можна домогтися того, що темпи економічного зростання будуть вдвічі вищі.

Окрім цього, для забезпечення конкурентоспроможності і стійкості банківської системи темпи зростання власного капіталу повинні бути як мінімум вищі темпів зростання активів. Однак за 10 місяців 2012 року ми спостерігаємо зростання як капіталу, так і активів практично на однаковому рівні – відповідно 6,4 і 5,9% [3]. Це яскравий приклад недостатності національного банківського капіталу в масштабах економіки України. Отже, наші банківські можливості у порівнянні з невисоким ВВП, показують, наскільки ми малопотужні. Із такими незначними силами досягти серйозного підйому економіки неможливо.

Також аналіз динаміки показників діяльності банківського сектору в останні роки вказує на поступове зниження рентабельності власного капіталу комерційних банків від майже 11 до -5,27 % [3], що спричинено посиленням економічної кризи та негативними явищами загалом у фінансовому та реальному секторах економіки.

Значна увага повинна приділятися не лише зростанню обсягу абсолютної суми власного капіталу ще й по тій причині, що основна функція, яку він виконує – це захисна. Тому якість власного капіталу банку повинна бути високою.

Отже, поточний рівень капіталізації банківської системи не повною мірою забезпечує вимоги для зростання вітчизняної економіки. По-перше, обсяг капіталу вітчизняних банків є недостатнім для розв'язання проблеми інтеграції вітчизняної банківської системи у світовий фінансовий простір через незначний

його рівень відносно обсягу капіталу банків розвинених країн світу. Окрім цього, вітчизняні банківські установи до сих пір не впровадили рекомендацій нової Базельської угоди (Базель II і III). До того ж проблеми нарощування капіталу на фоні проблемних кредитних портфелів і зменшення приросту фінансових показників банківського сектору України порівняно з 2003–2008 рр. можуть спричинити недотримання більшістю банків зазначених вище рекомендацій.

Література:

1. Довгань Ж.М. Проблеми фінансової стійкості банківських установ України // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2009. – №1(4). – С.109–112.
2. Офіційний сайт Асоціації українських банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.aub.com.ua.
3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

ДУДЧЕНКО Наталія,
викладач кафедри фінансів,
Черкаський державний технологічний університет

При розкритті сутності економічної безпеки комерційних банків, на нашу думку, необхідно врахувати, що вона повинна бути представлена як динамічна характеристика єдиної, цілісної системи.

Автори пропонують розглядати ***систему економічної безпеки комерційного банку*** як динамічну систему елементів, взаємодія яких дозволяє формувати позитивні фінансові потоки розвитку комерційних банків.

Метою економічної безпеки комерційних банків є своєчасне виявлення, попередження і зведення до мінімуму впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, забезпечення захисту функціонування і розвитку комерційних банків.

Функції економічної безпеки банків: прогнозування, попередження та послаблення загроз; забезпечення захисту функціонування і розвитку банку.

Систему економічної безпеки підприємства доцільно розглядати спираючись на основні системні *принципи*, такі як: цілісність, своєчасність, безперервність, взаємозв'язок гласності та конфіденційності, компетентність.

- *цілісність* – якщо не буде забезпечена хоча б одна підсистема або елемент економічної безпеки, то говорити про забезпечення економічної безпеки в цілому комерційного банку, було б невірно;
- *своєчасність* – вплив загроз повинно бути прогнозовано і виявлено на ранній стадії для того, щоб встигнути вжити заходів щодо запобігання негативного впливу цих загроз. В іншому випадку різко знижується ефективність ослаблення загроз і усунення заподіяної шкоди;
- *безперервність* – система економічної безпеки комерційних банків повинна діяти безперервно, щоб не упустити можливості попередження раптових і непередбачених загроз;
- *взаємозв'язок гласності та конфіденційності* – всі співробітники банку повинні знати і послідовно виконувати вимоги економічної безпеки і не розголошувати відомі їм способи, засоби і методи для боротьби з погрозами;
- *компетентність* – співробітники банку повинні бути професіоналами в питаннях економічної безпеки для ухвалення вірних рішень, а не високоризикованих, дилетантських, оскільки від неправильних рішень системі економічної безпеки може бути завдано серйозної шкоди.

Як будь-яка система вона складається з взаємопов'язаних елементів або складових. Елементи повинні бути сумісними, а їх взаємодія – дозволяти отримувати нові якісні характеристики для всієї системи. До основних *елементів системи економічної безпеки банківських установ* автори пропонують віднести: об'єкт, суб'єкти, нормативно-правове регулювання діяльності банківських установ, функціональні складові системи та механізм забезпечення економічної безпеки (рис. 1).



Рис. 1. Основні елементи системи економічної безпеки банківських установ

Об'єктом економічної безпеки виступає все те, на що спрямована діяльність по забезпеченню безпеки банківської установи, зокрема:

- різні види діяльності (операційна, фінансова, інвестиційна);
- майно і ресурси (фінансові, матеріально-технічні, інформаційні);
- персонал, керівники, різні структурні підрозділи, служби, партнери, співробітники, які володіють інформацією, що є комерційною таємницею, тощо [1].

Суб'єкти економічної безпеки – державні регулятори, Національний банк України, керівники комерційних банків, організації, служби і окремі особи, які виконують практичні дії щодо забезпечення економічної безпеки банків [1].

Нормативно-правове регулювання діяльності комерційних банків щодо забезпечення економічної безпеки ґрунтується на [2]:

- Конституції України;
- міжнародних правових актах, ратифікованих Верховною радою України;
- Господарському, Податковому та інших кодексах;
- законах України – «Про господарські товариства», «Про акціонерні товариства», «Про банки та банківську діяльність» тощо;
- підзаконних актах органів державного регулювання;
- внутрішніх документах банку (Статут, Положення про Правління, Положення про Спостережну раду, Положення про Корпоративного секретаря, Положення про Службу економічної безпеки, Положення про комерційну таємницю)

Виходячи із позицій системного аналізу, вважаємо за доцільне навести перелік *функціональних складових системи економічної безпеки підприємств* за видовою ознакою: фінансова, корпоративна, правова, майнова, кадрова, технологічна, інформаційна та екологічна [2].

Механізм забезпечення економічної безпеки комерційних банків складається з кількох елементів: організації, елементів управління, стратегії, системи рейтингу. Він являє собою дві нерозривні частини: теоретичне обґрунтування забезпечення економічної безпеки і комплекс практичних заходів щодо захисту банку від загроз. Теоретичне обґрунтування являє собою методологічну базу забезпечення економічної безпеки і включає теоретичні основи, способи, методи та конкретні економічні показники з кількісною характеристикою значень і якісними властивостями.

Комплекс практичних заходів включає практичні заходи та кроки, які необхідно виконати для забезпечення економічної безпеки комерційних банків, а також прийняти конкретні рішення.

Формування *механізму забезпечення економічної безпеки* – процес складний. Він передбачає наявність органів (суб'єктів) безпеки, які впливають на об'єкти для вирішення завдань; наявність грошових коштів для проведення попереджувальних заходів, оперативних заходів, компенсації збитку, рейтинги.

Окремої уваги потребує *методологія оцінки стану системи економічної безпеки банківських установ*. Для комерційних банків важлива оцінка результатів їх роботи забезпечення економічної безпеки в порівнянні з результатами аналогічної роботи інших банків. Підтримка іміджу безпечного фінансового стану комерційного банку відповідає одній з основних функцій комерційних банків – залучення коштів великих вкладників, інвесторів, а також відкриття і ведення банківських рахунків, що створює умови для збільшення капіталу комерційного банку.

Основним методом, що використовується для оцінки банківський установ є рейтинг, що складається як загальний показник діяльності банку, або як показник окремих напрямів діяльності (за розміром прибутку, активів, кредитів, депозитів тощо). Рейтинг економічної безпеки банківських установ, на нашу думку, повинен бути узагальнюючим показником та включати в себе характеристики банку за функціональними складовими економічної безпеки.

Отже, запропонована автором сукупність елементів системи економічної безпеки банківських установ дозволяє отримувати нові якісні характеристики даної системи в цілому.

Література:

1. Зубок М. І. Безпека банківської діяльності: Навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / М. І. Зубок. – К.: КНЕУ, 2003. – 156 с.
2. Мігус (Шульга) І.П. Економічна безпека емісійної діяльності акціонерних товариств : Монографія [Текст] / І. П. Шульга. – Черкаси: Вид-во ТОВ «МАКЛАУТ», 2010. – 425 с.

ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ОДИН З ВАЖЛИВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПІДТРИМАННЯ СТАБІЛЬНОСТІ ТА ЗАВОЙОВУВАННЯ РИНКУ

ДУМА Назар

*студент факультету банківського бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

Банківська система України проходить серйозну перевірку часом в умовах постійних економічних трансформацій. Нагадаємо, що рівень розвитку економіки значною мірою залежить від стану банківської системи. Оскільки саме вона забезпечує економіку потрібним обсягом фінансових ресурсів, дає змогу кредитувати її, забезпечує вільний рух капіталу, а також дозволяє реалізувати низьку необхідних завдань та функцій.

Слід відмітити, що зовсім недавно банки України були під впливом світової фінансової кризи, яка значно підірвала їхню прибутковість і знизила рівень довіри з боку населення. Зараз, коли ситуація в банківській системі дещо стабілізувалася, значної актуальності набуло відновлення іміджу та надійності комерційних банків [2].

Банки почали активно використовувати маркетингові інструменти, новітні технології з метою підтримки конкурентоспроможності, зручного та оперативного обслуговування клієнтів, надання консультацій, розробка інтуїтивного програмного забезпечення для користувачів, а також для підтримки стабільності комерційного банку в цілому.

Варто звернути увагу, на активну роботу банків в соціальних мережах. Як відомо, соціальна мережа – це структура, що складається з певних елементів, якими можуть бути як люди, так і соціальні групи. Найпопулярнішими соціальними мережами на даний час є: «Facebook», «Twitter», «ВКонтакте», «Однокласники» «Google+» та інші [1].

Банкам вигідно займати нішу в соціальних мережах, оскільки це надає їм ряд наступних переваг:

1. Моніторинг потенційних клієнтів перед видачею кредиту: активність, сталість, коло спілкування, обговорення роботи та бізнесу.
2. Таргетування цільових груп потенційних споживачів, і окремих клієнтів, для підвищення ефективності маркетингу.
3. Пошук боржників, а також неплатників.
4. Оперативний обмін інформацією між співробітниками банку в режимі онлайн, інструктажі, навчання, передача досвіду, рішення аналогічних завдань і схожих проблем, робочі групи по проектам.
5. Підвищення відвідуваності сайту компанії.
6. Пошук необхідного персоналу та експертів.
7. Популяризація бренду.
8. Використання живих маркетингових медіаканалів, виявлення задоволених клієнтів, що підтримують компанію.
9. Побудова образу максимальної прозорості та довіри.
10. Оперативний моніторинг, опитування, отримання оперативної маркетингової інформації. Використання даних зворотного зв'язку в режимі реального часу, відстеження відгуків про товари та послуги, тенденцій, вивчення думок і уподобань [5].

Як бачимо, активна діяльність банків у соціальних мережах розширює поле їх діяльності.

Безумовним лідером «Facebook» є ПУМБ, який 12 серпня 2012 року підсилив свої позиції подолавши позначку в 10 тис. учасників групи. До речі, ПУМБ зробив це першим з українських банків.

Сервіс мікроблогінгу «Twitter» українські банки використовують переважно як додаткову гарячу лінію. Лідируючі позиції у даній мережі займає ПриватБанк, на другому місці PlatinumBank, замикає трійку лідерів Ерсте Банк [3].

Для ефективної та продуктивної роботи в мережі банки повинні бути готові до таких моментів, зокрема:

- по-перше, розуміння того, що в онлайні банк стає більш відкритим, як для спілкування, так і для критики;
- по-друге, мати кваліфікованих та інтернет грамотних людей, які зможуть спілкуватися в мережі;
- по-третє, потрібно визначити чим саме банк може бути цікавий інтернет аудиторії, а яку користь це принесе банку;
- Наступним кроком є розробка стратегії і планування конкретного наповнення комунікацій та інтеграції онлайн активностей з планами в офф-лайн. Важливо також відстежувати свою ефективність в онлайні, яка вимірюється не тільки кількістю друзів, скільки якістю спілкування та активністю діалогу.

Існують маркетингові ризики присутності банків в соціальних мережах.

Головний ризик – це завищеність очікувань. Тобто, соціальна мережа – це все-таки натовп. І надати відповіді на запитання одночасно всім охочим практично неможливо.

До маркетингових ризиків можна віднести також нанесення шкоди репутації банку через неформальне спілкування в соціальних мережах, витік конфіденційної інформації, якою можуть скористатися конкуренти. Якщо співробітники банків спілкуються в робочий час, то це небезпека вірусних атак. Тому постає необхідність надійного захисту власних акаунтів та соціальної мережі їх розробниками в цілому [4].

Підводячи підсумок, актуальним буде вислів американського письменника, філософа та публіциста Річарда Баха: “Якщо хочеш мати те, чого раніше не мав – почни робити те, чого раніше не робив”. Звідси випливає наступне, запорукою успіху і гарантом стабільної роботи, підтримка та підвищення конкурентних позицій банківської установи є активна участь у соціальних мережах, мережі Internet, а також розвиток нових банківських продуктів на базі інноваційних технологій.

Література:

1. Банки в соціальних мережах [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://www.ufin.com.ua/analit_mat/gkr/159.htm.
2. Радченко О.В. Особливості маркетингу у банках України // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3 (12). – С. 186.
3. Рейтинг українських банків у соціальних мережах у серпні 2012 року [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://ua.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_pr/statti/analiz_dinamiki_kill_osti_peredplatnikov_ukrayinskih_bankiv_u_sotsialnih_media_za_serpen_2012_blog.
4. Українські банки можуть розширювати клієнтську базу через соцмережі [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://com-ua.com/українські-банки-можуть>.
5. Як поведуться банки в соціальних мережах? [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://ukrsprava.com/index.php?newsid=942>.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЖМАЙЛОВА Ольга

*к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Сучасні процеси, що відбуваються в банківській системі України та умови існування підприємств інших сфер діяльності підтверджують важливість і необхідність наявності грошових коштів для здійснення операційної діяльності банківських установ та суб'єктів підприємництва. Тому важливим є правильно аналізувати рух коштів, визначати зміну основних джерел їх отримання, а також вміти спрогнозувати грошовий потік.

Незважаючи на те, що теоретичні та методичні засади цієї проблеми досить широко розглянуті в працях вчених, певні питання залишаються не достатньо вивченими і потребують подальшого дослідження. Саме тому, висвітлення методики визначення грошового потоку від операційної діяльності прямим та непрямим методом, дослідження чистого руху коштів в банківських

установах та прогнозування їх величини на перспективу є актуальним і важливим питанням сьогодення.

Аналіз грошових коштів у розрізі окремих видів діяльності дає можливість оцінити, з яких джерел надійшли ці кошти, які напрямки їх використання, чи вистачає власних оборотних коштів для здійснення певних видів діяльності, пов'язаних між собою рухом коштів. Тобто, вихідним моментом аналізу грошових потоків є аналіз результату зміни грошових коштів від операційної діяльності.

Операційна діяльність – це основна діяльність, яка приносить підприємству дохід, а також інші види діяльності, що не є інвестиційною та фінансовою. Це: чисте збільшення (зменшення) резервів за активами; нараховані доходи; нараховані витрати; торговельний результат; надходження з іншого руху коштів, що не є грошовим; амортизація дисконту і премії фінансових інструментів, тощо [1]. Розрізняють два способи визначення потоку грошових коштів у результаті операційної діяльності: прямий і непрямий.

При використанні прямого методу для визначення чистої зміни грошових коштів унаслідок операційної діяльності у Звіті про рух грошових коштів послідовно наводяться всі основні класи (статті) надходжень та видатків, різниця яких приріст або зменшення грошових коштів [2]. Перевагою прямого способу є те, що він дозволяє оцінити загальні суми надходження і витрачання грошових коштів підприємства, виявити ті статті які формують найбільші надходження і витрачання грошових коштів у розрізі трьох видів діяльності.

Аналіз структури позитивного грошового потоку здійснюється за кожним джерелом надходження грошових коштів (від нарахованих доходів та витрат, торговельного результату, продажу інвестицій, тощо) відповідно негативного потоку – за напрямками використання (придбання цінних паперів у портфелі банку на продаж, придбання основних засобів, нематеріальних активів, тощо).

Непрямий метод передбачає відображення у звіті про рух грошових коштів суми чистого прибутку (збитку) в результаті операційної діяльності, яка згодом

коригується до величини чистої зміни грошових коштів виключенням впливу не грошових операцій та операцій пов'язаних з інвестиційною та фінансовою діяльністю [2]. Складання звіту про рух грошових коштів згідно з МСБО 7 передбачає використання непрямого методу.

Перевагою непрямого способу є те, що він дозволяє провести оцінку грошових потоків лише на основі звітності та пов'язати отриманий фінансовий результат і зміни грошових коштів за період, а також здійснити розрахунок показників зміни грошових коштів від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності, практично не використовуючи дані аналітичного обліку.

Попередньо опрацьована інформація відносно суми грошових коштів від усіх видів діяльності банківської установи, дає можливість розрахувати та проаналізувати чистий рух коштів АТ «Райффайзен банк Аваль» за звітний період (табл.1).

Таблиця 1

Рух грошових коштів в АТ «Райффайзен банк Аваль», тис. грн.

Показники	2010 рік	2011 рік	Відхилення, +/-
Чисті грошові кошти, що отримані від операційної діяльності/ (використані у фінансовій діяльності)	8992883	4112343	-4880540
Чисті грошові кошти, що отримані від інвестиційної діяльності/ (використані в інвестиційній діяльності)	(8544491)	(4733915)	+3810576
Чисті грошові кошти, що отримані від фінансової діяльності/ (використані у фінансовій діяльності)	826037	77487	-748550
Чистий приплив (відплив) грошових коштів та їх еквівалентів	1274429	(544085)	-1818514
Грошові кошти та їх еквіваленти на початок року	5991591	7266020	+1274429
Вплив змін обмінного курсу на грошові кошти та їх еквіваленти	0	0	0
Залишок коштів на кінець року	7266020	6721935	-544085

За даними таблиці можна констатувати, що в 2011р. загальна сума чистого відпливу грошових коштів у АТ «Райффайзен банк Аваль» склала 544085 тис.

грн. Це означає, що величина їх припливу до рівня 2010р. зменшилась на 1818514 тис. грн. (за рахунок зменшення руху грошових коштів від операційної та фінансової діяльності, відповідно, на 4880540 тис. грн. та 748550 тис. грн. порівняно з попереднім роком). При цьому, сума коштів, що були використані банком в інвестиційній діяльності скоротилася майже у 2 рази. Як позитивне слід зазначити збільшення в 1,2 рази залишку коштів та їх еквівалентів на початок року. Однак, в цілому зменшення залишку коштів за період дослідження є підтвердженням їх недостатності для забезпечення повноцінної діяльності банківської установи. Оскільки в постійному русі грошових потоків відбуваються різкі перепади, можна стверджувати, що рух грошових коштів зумовлює нестабільний фінансово-економічний стан банку. Все це дає підстави спрогнозувати грошовий потік шляхом розрахунку можливих джерел надходження та витрат грошових засобів.

Оскільки більшість показників достатньо важко прогнозувати з великою точністю, нерідко прогнозування грошового потоку зводять до побудови бюджетів грошових засобів в періоді, що планують, враховуючи лише основні складові потоку: інший рух коштів, що не є грошовим, чисте збільшення (зменшення) резервів за активами; нараховані доходи, т. ін. Прогноз виконується на певний період в розрізі півперіодів: рік по кварталам, рік по місяцях, квартал по місяцях і т. д.

У будь-якому випадку процедура методики прогнозування виявляються в наступній послідовності: прогнозування грошових надходжень в розрізі півперіодів; прогнозування витрат грошових засобів по півперіодам; розрахунок чистого грошового потоку по півперіодам; розрахунок сукупної потреби в короткостроковому фінансуванні в розрізі півперіодів.

Суть методики полягає в тому, щоб розрахувати об'єм можливих грошових надходжень. Основним джерелом надходження грошових засобів є реалізація банківського продукту (кредитування юридичних осіб, торгівельні операції з іноземною валютою за операціями клієнтів, валютно-обмінні операції,

розрахунково-касове обслуговування юридичних та фізичних осіб, залучення депозитів юридичних та фізичних осіб, казначейські операції). На практиці більшість банків досліджує середній період часу, який необхідний клієнтам для того, щоб оплатити рахунки. Виходячи з цього можна розрахувати, яка частина надходжень за реалізований продукт надійде в тому ж півперіоді, а яка у наступному. Далі за допомогою балансового методу ланцюговим способом розраховують грошові надходження та зміни в дебіторській заборгованості. Базисне балансове рівняння має наступний вигляд:

$$ДЗ_n + НК_n = ДЗ_{K+ГН}, \text{ де}$$

$ДЗ_n$ – дебіторська заборгованість на початок півперіоду;

$ДЗ_K$ – дебіторська заборгованість на кінець півперіоду;

$НК_n$ – надходження коштів від продаж за півперіод;

$ГН$ – грошові надходження в даному півперіоді [3]

Більш точний розрахунок передбачає класифікацію дебіторської заборгованості за строками її погашення. Аналіз рекомендується робити за місяцями, встановивши, таким чином, середню долю дебіторської заборгованості за строками погашення, відповідно, до 30 днів, до 60 днів, до 90 днів і т. д.

Далі розраховується використання грошових засобів (основним складовим елементом якого є кредити та заборгованість клієнтів), а також чистий грошовий потік (шляхом співставлення прогнозованих грошових надходжень та виплат).

Отже, вивчення питання розрахунку грошового потоку від операційної діяльності прямим та непрямим методом, дослідження чистого руху коштів дозволить визначити можливі грошові надходження та зміни в дебіторській заборгованості, що буде сприяти покращенню показників фінансово-економічного становища як банківської, так і фінансової установи.

Література:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 "Звіт про рух грошових коштів" від 01.01.94 [Електронний ресурс] [зі змін. та доп.].
2. Голов С.Ф., Костюченко В.М. Бухгалтерський облік та фінансова звітність за міжнародними стандартами [Текст]: Практичний посібник /С.Ф.Голов, В.М.Костюченко. – К.: Лібра, 2004. – 880с.
3. Лігоненко Л.О., Ситник Г.В. Управління грошовими потоками [Текст]: Навчальний посібник /Л.О.Лігоненко, Г.В.Ситник. – К.: Національний торговельно-економічний університет, 2005. – 255с.

АУДИТ І ОЦІНКА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЮ

ЗАВИТІЙ Ольга

*к.е.н., доцент кафедри аграрного бізнесу і обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

МЕЛЬНИЧЕНКО Василь,
*ст. викладач кафедри аграрного менеджменту і права,
Тернопільський національний економічний університет*

Об'єктом аудиторського контролю є кредитні операції, пов'язані з ризиком несплати позичальником основного боргу і відсотків, які належать банку. Кредитний ризик виникає під час погіршення фінансового стану постачальника, а також у разі відсутності необхідних у нього знань і недостатньої професійної підготовки самих банківських посадових осіб, які прийняли неадекватне рішення про надання кредиту. Факти кредитних ризиків підлягають особливій аудиторській перевірці, внаслідок якої з'ясовуються причини недоліків і розробляються рекомендації щодо їх усунення та запобігання (профілактики) їх у подальшому. Банк відповідає перед вкладниками за збереження ввірених йому коштів, що зобов'язує його проводити ретельний аналіз факторів ризику при видачі кредитів.

Під час аудиторської перевірки дається оцінка дотримання порядку здійснення кредитних операцій: правил видачі та погашення кредитів; вивчення кредитних договорів; контролю документів, що пов'язані з наданням кредитів; дослідження оборотів за рахунками клієнтів; аналізу структури пролонгованої та протермінованої заборгованості за позичками.

Для перевірки цільового направлення і суми кредиту аудитору доцільно

звернути особливу увагу на наявність техніко-економічного обґрунтування потреби у кредиті і методику розрахунку, що може забезпечити реальність контрактів з клієнтами.

За кордоном існує щомісячна перевірка виконання відповідних умов кредитної угоди, внаслідок якої складається спеціальна відомість з відображенням у ній результатів і заходів банку щодо зміни режиму кредитування клієнта.

Тут найбільше зусиль аудитор приділяє під час аналізу торговельної кредиторської заборгованості, застосовуючи при цьому вибірковий аудит. Внутрішній контроль торговельної кредиторської заборгованості розроблений, аби гарантувати, що: замовлення на товари (послуги), які закупаються, роблять згідно з санкціями і встановленими процедурами; товари (послуги) замовляються тільки для здійснення нормальної діяльності компанії і тільки у відповідних постачальників; ефективно перевіряється якість, кількість придбаних товарів (послуг); рахунки-фактури і супутні документи перевіряються відповідним чином і підтверджується їх достовірність на перенесення у торговельну кредиторську заборгованість; всі дійсні операції, які належать до торговельної кредиторської заборгованості (накладні постачальників, кредитові авізо, коректування) повинні точно вноситися в облікову документацію.

Крім того, за кордоном резерви сформульовані у Принципах підготовки і подання фінансової звітності як поточні зобов'язання (пасив) – зобов'язання щодо передачі економічних вигод, навіть якщо сума зобов'язання повинна бути оцінена. В окремих країнах виникають труднощі при визначенні резерву згідно з місцевим законодавством через невизначеність щодо точної суми виплат. З такими труднощами стикається Німеччина, де для того, щоби мати право застосовувати до певної суми вимоги оподаткування, необхідно, щоби ця сума відображалась і у фінансових звітах.

На практиці резерви вміщують таке: резерви на покриття витрат у зв'язку з

судовими позовами; резерви на покриття затрат для очищення довкілля; резерви на ремонт, технічне обслуговування і затрати на відновлення об'єкта; резерви на покриття щодо гарантійного обслуговування.

Нині Комітет Міжнародних стандартів фінансової звітності (КМСФЗ) розробляє стандарт з резервів. Існує стурбованість з приводу того, що резерви засновуються на рішенні керівництва, а не на реальних зобов'язаннях щодо затрат. Комітет МСФЗ пропонує не створювати резервів із врахуванням майбутніх збитків від основної діяльності, якщо вони не передбачені договором. Резерви на покриття затрат щодо реструктуризації створюються тільки за наявності детального плану, від якого підприємство в дійсності не може відмовитися [2].

Важливість кредитних операцій визначається перевагою в активних операціях, отриманням основного джерела доходів (відсотків), можливістю забезпечити повернення позики, ліквідністю і платоспроможністю (базою для розрахунку основних оціночних показників банку).

Склад кредитних вкладень банку за типами позичальників і основними видами позики відображається у класі 2 Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України "Операції з клієнтами" (Постанова Правління НБУ № 388 від 21/11/97 зі змінами і доповненнями).

Серед юридичних і фізичних осіб (клієнтів банку) виділяють: небанківські фінансові установи, державні та недержавні підприємства, підприємства без створення юридичної особи, фізичні особи, громадські організації.

Аудит кредитного портфелю банку має на меті перевірити виконання банківськими установами вимог законодавства і нормативного регулювання у сфері кредитної діяльності (Законів України "Про банки і банківську діяльність", "Про аудиторську діяльність", "Про цінні папери і фондовий ринок", нормативних актів НБУ тощо). Органом банківського регулювання і нагляду в Україні є Національний банк України.

Аудит кредитного портфеля також передбачає перевірку правильності

документального оформлення і віднесення за рахунками бухгалтерського обліку позичкових операцій та обґрунтованості віднесення кредитів за видами, що входять у кредитний портфель банку.

Шляхом проведення аналізу кредитного портфеля банку дається оцінка глибини і обсягу офіційних положень і методик роботи, які використовуються банком для управління ризиком його кредитного портфеля. Відтак, підготовляються дані і вивчається кредитна діяльність загалом шляхом консолідації матеріалів перевірок різних підрозділів, які займаються кредитуванням.

Кредитний портфель банку складають залишки коштів за балансовими рахунками за короткостроковими, довгостроковими і простроченими кредитами, як обсяговими його характеристиками.

Якісні характеристики використовуються для оцінки забезпечення банком повернення кредитів і скорочення розміру кредитних ризиків, тобто неповернення суми основного боргу щодо кредиту і відсотків із нього.

Повернення кредиту залежить від правильної організації кредитного процесу банку, дотримання порядку видачі і погашення позик, правомірності відображення їх у обліку, особливо пролонгованих і прострочених, величини резервів на покриття збитків від позик, законності операцій за міжбанківськими кредитами.

Договір на кредитування повинен бути оформлений у письмовій формі. Спосіб забезпечення зобов'язань щодо договору: застава (майно, яке може бути продане законодавцем), банківська гарантія, доручення.

Договір вважається укладеним, якщо між сторонами досягнуто згоди за всіма його пунктами з урахуванням суттєвих умов (предмету договору, мети кредитування, розміру кредиту, його строку, умови видачі і його погашення, відсотків ставки за користування кредитом, способів забезпечення кредитного зобов'язання).

Кредитний портфель складають: вексельні кредити; валютні кредити;

лізинг; споживчі кредити; факторинговий кредит.

Перевагами вексельного кредиту є зниження відсотків за кредитом і рішення проблеми неплатежів.

Для отримання валютного кредиту клієнт повинен звернутися із заявою, в якій вказується ціль отримання кредиту, сума і строк: назва і кількість товару, вартість, назва країни придбання товару, назва валюти платежу; економічне обґрунтування кредиту;

Терміни укладення контрактів і період розрахунків за ними повинні відповідати термінам використання кредитів.

Лізинг можна розглядати як специфічну форму фінансування вкладень в основні фонди при посередництві кредитної організації, яка бере для третьої особи майно і віддає його в оренду на довгостроковий термін. Строк договору зазвичай рівний строку амортизації обладнання або менший за нього. Сума оренди складається із норми амортизації, витрат банку щодо оформлення лізингу, комісійної винагороди і відсоткових ставок на протер-мінований кредит.

Лізинг вигідний і банку, і орендатору. Банк отримує більшу суму доходу і забезпечення кредиту, здане в оренду обладнання залишається у банку на балансі.

Орендатор отримує необхідне обладнання без одночасних затрат на їх придбання.

Споживчий кредит може бути виданий у таких випадках: під час оренди з наступним продажем або лізингом; під час відтермінування платежу за кожною здійсненою з допомогою кредитної картки покупкою, якщо це передбачено у договорі щодо користування картою; під час згоди про кредит за картою, який дозволяє в установлених межах розтягувати виплату на тривалий час; при житловому кредиті, мета якого – фінансування важливих операцій (покупка земельної ділянки, будівництво будинку тощо).

Споживчі кредити бувають довго- і короткострокові. Для отримання

короткострокового кредиту індивідуальний позичальник дає заяву з зазначенням виду кредиту, суми, терміну і забезпечення. Така заява подається у кредитну організацію. Особливістю житлового кредиту є те, що він надається у розмірі 75 – 80 % від вартості об'єкта за наявності джерела погашення.

У бухгалтерському обліку облік споживчих кредитів здійснюється на рахунках 2 класу "Операції з клієнтами", субрахунках 220 "Кредити на поточні потреби, які надані фізичним особам" і 221 "Кредити в інвестиційну діяльність, які надані фізичним особам".

Факторинг – виконання банком операцій, що відповідають кредитуванню. В основі факторингу лежить покупка банком рахунків-фактур (платіжних вимог) постачальника на відвантажену продукцію, виконані роботи, послуги. Тут проходить передача постачальником банку права до запитання платежу з покупця.

Факторингові операції виконуються спеціально створюваними компаніями або банками. У банку спеціальна група чи відділ укладає договір і здійснює контроль і нагляд за фінансовим станом та кредитоздатністю платників.

Факторинговий відділ формує ресурси для закупівлі у постачальників платіжних документів. Ними можуть бути власні і позичені ресурси банку.

Література:

1. Загородній А. Банк у структурі промислово-фінансової групи // Вісник Національного банку України. – 2000. – № 4. – С. 18-22.
2. Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. Додаток до журналу «Вісник національного банку України». Випуск № 11/1999.
3. Мельник О. Вплив банківської системи на інвестиційний ринок // Економіка, фінанси, право. – 1998. – № 8. – С.5-7.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ В БАНКАХ УКРАЇНИ

ЗАГУРСЬКИЙ Ярослав

*студент 3 курсу напрямку підготовки «Фінанси»
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

На думку фахівців у сфері маркетингу Ж.-Е. Мерсьє та Ж.-Е. Пасіні, при врахуванні певних факторів банки мають можливість підвищити прибутковість

своїї діяльності у розрахунку на одного споживача банківських послуг в розмірі 50-100%. Серед основних таких чинників вони відзначають:

- 1) врахування життєвого циклу клієнта – ймовірність підвищення рентабельності на 25-50%;
- 2) розробка стратегії залучення нових та утримання існуючих клієнтів – ймовірність підвищення рентабельності на 20-40%;
- 3) пошук нових, альтернативних каналів збуту банківських послуг – ймовірність підвищення рентабельності на 5-10% [1].

Все це свідчить про необхідність розвитку маркетингових інструментів та впровадження їх в діяльність банку. З огляду на вищезазначене, розглянемо основні тенденції розвитку банківського маркетингу.

Однією із сучасних тенденцій розвитку банківського маркетингу наразі є впровадження концепції маркетингу відносин в діяльність банків. Управління відносинами з клієнтами або CRM (Customer Relationship Management) спрямоване на якомога повному задоволенні потреб споживачів у банківських продуктах, рівні обслуговування. Маркетинг відносин передбачає встановлення довгострокових, вигідних та лояльних взаємовідносин між клієнтами та банком. Наразі на практиці сформувався широкий спектр інструментів, орієнтованих на налагодження співпраці банку зі споживачами. Серед основних способів реалізації концепції маркетингу відносин виокремлюють сегментацію, концепцію управління досвідом, івент-маркетинг, оцінку клієнта під кутом 360°[2,5].

Так, значну ефективність при встановленні взаємодії банку з клієнтами має розподіл споживачів банківських послуг за групами, що базується на дослідженні їх поведінки та виявленні подібних ознак та характеристик поведінки. Даний інструмент отримав назву сегментації або категоризації банківських клієнтів. На сучасному етапі даний процес значно спрощується, оскільки застосування інформаційних технологій дозволяє створювати великі бази даних про споживачів банківських послуг, їх репутацію і т.д. Наразі існує

багато практичних та теоретичних підходів до проблеми, які саме характеристики поведінки клієнтів мають бути враховані при здійсненні сегментації. Можна виокремити географічний, демографічний, психографічний та поведінковий критерії сегментації, кожен з яких включає відповідні сегментаційні ознаки. Так, для ефективної оцінки сегменти повинні характеризуватись такими параметрами як доступність та можливість ідентифікувати, вимірність, наочність та сумісність.

Підхід оцінки клієнта «під кутом 360°» передбачає задоволення фінансових потреб споживачів у якомога більшій мірі на основі аналізу внутрішньої та зовнішньої інформації про фінансову активність клієнта. Дана концепція дозволяє сприймати кожного клієнта як індивідуальність, намагаючись якомога в більшій мірі задовольнити його фінансові потреби, враховуючи його унікальні характеристики стосовно фінансової поведінки. По-перше, даний інструмент дозволяє забезпечити гнучкість та, відповідно, ефективність банківського бізнесу. По-друге, інформація, отримана в результаті такої оцінки, дає можливість спрогнозувати образ потенційного клієнта даного банку, який може бути використаний при розробці маркетингових та рекламних акцій [3].

Івент-маркетинг спрямований на прив'язування банківських продуктів та послуг до важливих подій в житті клієнтів. Такими подіями можуть бути народження дітей, вступ до вищого навчального закладу, одруження, досягнення пенсійного віку і т.п. Реагування банку на важливі епізоди в житті клієнтів шляхом розробки спеціальних пропозицій свідчить про зацікавленість в банку, в укріпленні відносин зі споживачами своїх послуг. Застосування даної концепції має найбільшу ефективність при наявності сучасних інформаційних технологій, які дозволяють обробляти та зберігати особисті та фінансові відомості про клієнтів, ідентифікувати важливі події в їх житті. Крім того, при впровадженні маркетингу подій в банку має бути врахований той факт, що

інформація про споживачів банківських послуг є конфіденційною, а, значить, має бути захищеною.

Інший підхід – концепція управління досвідом – орієнтована на підвищення рівня співпраці клієнтів з банківським персоналом. Налагодження зв'язків може відбуватись за рахунок якісного консультативного обслуговування та надання банківських послуг. Сутність цього інструменту полягає в тому, що від продукто-орієнтованого банк переходить до клієнто-орієнтованого підходу, спрямованого на більш якісне обслуговування споживачів банківських послуг, навчання персоналу, уважну взаємодію з клієнтами. Усе це дозволяє створити позитивне враження у споживачів послуг конкретного банку та підвищити рівень їх лояльності [4].

Серед інших сучасних тенденцій слід відзначити децентралізацію маркетингу в банку. Вона полягає у переведенні окремих функцій маркетингу від спеціалізованих департаментів до операційних відділів банку. Це дозволяє врахувати рекомендації та пропозиції працівників таких відділів стосовно проведення рекламних заходів та акцій. Крім того, подібна децентралізація банківського маркетингу сприятиме збиранню інформації про клієнтів в більших обсягах за рахунок операційних відділів банку.

Як уже зазначалося вище, важливою характеристикою сучасної маркетингової діяльності є зростання ролі інформаційних технологій. Стрімкий їх розвиток відкриває банку нові можливості для комунікацій. Разом з тим, маркетинг переходить від своєї традиційної моделі до нового виду – електронного маркетингу [6].

На сьогоднішній день однією з популярних форм банкінгу залишається телефонний банкінг (телебанкінг). Для його впровадження банк створює інформаційно-довідкову систему. На сервері банку зберігається інформація про стан поточних рахунків клієнтів. При зверненні до такої системи клієнт фактично пересилає цифровий код. Техніка розшифровує його і перетворює у

запит до бази даних банку. Лідером у наданні послуг телебанкінгу в Україні є Укрінбанк (використовується система Телебанк-24).

«Мобільний банкінг» – вдале поєднання послуг стільникового зв'язку та Інтернет. В цьому напрямку спостерігається поєднання зусиль банків та операторів зв'язку: «Аваль» з «UMC», «Приватбанк» з «Київстар GSM», «ВАБанк» з «Wellcom». Спочатку клієнтам надавалась змога контролювати тільки свій «мобільний» рахунок, але це був лише початок. Наприклад, «Приватбанк» спільно з «Київстар GSM» випустив пластикову карту Starcard на основі карти Visa. При наявності такої карти та мобільного телефону з можливістю відправки SMS-повідомлень, можна проводити оплату за послуги мобільного зв'язку, комунальні послуги, здійснювати платежі за купівлі більш, ніж в 12 тис. торгових точках світу [7]. Дана форма банкінгу є досить зручною, адже можна знаходитись в іншому кінці світу та управляти власним «картковим» рахунком.

Поряд із традиційними способами найсучаснішою формою контакту банк - клієнт виступає мережа Інтернет, оскільки в Інтернеті банкам легше організувати власну присутність через веб-сайти, розширювати межі фінансового ринку, виходити на нові сегменти, здійснювати аналіз та прогноз діяльності конкурентів та впроваджувати банківські інновації. Інтернет-банкінг є найбільш результативним, зручним та перспективним різновидом віддаленого банкінгу. Клієнт немає необхідності у придбанні чи встановленні спеціального програмного забезпечення. Необхідно лише отримати в банку ім'я та пароль для входу в систему та ключ для електронного підпису своїх розпоряджень.

Враховуючи науково-технічний прогрес, слід зазначити, що даний процес істотно впливає на поширення банківських послуг через мережу Інтернет, що підвищує конкурентну спроможність банків. Але все ж таки, однією з проблем вітчизняної банківської системи є низький рівень використання інформаційних технологій. Вже сьогодні багато зарубіжних банків оформлюють депозити і кредити через Інтернет. В Україні ж так званий Інтернет-банкінг досить

пасивний і може розглядатися лише як перспективна проблема, а не як предмет активної поточної діяльності [6].

Таким чином, однією з основних проблем українських фінансово-кредитних установ є відсутність стратегічного бачення сучасних форм і методів управління банком на стратегічному рівні. Більшість українських банків стурбована швидше оперативними, ніж стратегічними аспектами діяльності. Якщо банки і використовують елементи стратегічного управління, то в неявному вигляді і на інтуїтивному рівні.

Щоб зберегти своє місце на ринку, вітчизняні банки мають приділяти основну увагу таким напрямкам і тенденціям діяльності, як:

- впровадження більш ліберального банківського законодавства, поліпшення технологій, підвищення стратегічної цінності управління капіталами клієнтів, що створюють значні можливості та нові ризики для фінансового ринку;

- пропонування клієнтам повного пакету фінансових послуг, становлення Інтернету найважливішим інструментом інтеграції дешевих фінансових послуг (можливість електронного доступу до всіх послуг: позик, контролю та сплати рахунків, торгівлі цінними паперами, страхування і т.п.);

- ліквідація вихідних днів у діяльності все більшої кількості банків;

- відсутність у більшості банків гнучкості й інноваційності, маркетингової системи цінностей;

- концентрація зусиль багатьох банків не на введенні нових комісійних платежів, а на підвищенні рівня задоволеності клієнтів [8].

Отже, у сучасній практиці, маркетинг у банку відіграє дуже важливу роль, бо конкурентна боротьба за нових клієнтів стає все більш гострою, а лояльність існуючих споживачів стає для банківських установ ключем до досягнення незаперечних конкурентних переваг на ринку банківських послуг.

Література:

1. Мерсье Ж.-Э. Банковский маркетинг, ориентированный на повышение рентабельности [Текст] / Ж.-Э. Мерсье, Ж.-Э. Пасини // BANQUE. P. – 1998. – № 594. – С. 59-61.
2. Белик Б. А. От детей до пенсионеров [Текст] / Б. А. Белик // Банковская практика за рубежом. – 2005. – № 4 (76). – С. 34-37.
3. Зайцев О. Обзор клиента под углом 360 [Текст] / О. Зайцев // Банковская практика за рубежом. – 2005. – № 4. – С. 46-52.
4. Завьялова Е. Банк на всю жизнь [Текст] / Е. Завьялова // Банковская практика за рубежом. – 2000. – № 5 (17). – С. 78-79.
5. Лакосник Е. Событийный маркетинг на службе у банков [Текст] / Е. Лакосник // Банковская практика за рубежом. – 2005. – № 8 (80). – С.40-46.
6. Зубченко Л. А. Новые тенденции в развитии банковского маркетинга [Электронный ресурс] / Л. А. Зубченко // Маркетинг в России и за рубежом. - 2000. – № 1. – Режим доступа : <http://www.dis.ru/library/market/archive.html>.
7. Олещук, М. Г. Впровадження інноваційних ІТ-технологій як напрямок підвищення конкурентоспроможності банків на ринку банківських послуг України [Текст] / М. Г. Олещук // Науковий вісник ДДМА. – 2010. – № 1 (6Е). – С. 351 – 358.
8. Кириченко А. М., Передумови розвитку маркетингу в банках України [Текст] : зб. наук. праць молодих учених та аспірантів / А. М. Кириченко // Економіка та підприємництво / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". – 2010. – Вип. 24. – С. 140-146.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНИХ НОРМАТИВІВ БАНКІВ УКРАЇНИ

ЗАРУЦЬКА Олена

*к.е.н., начальник відділу банківського нагляду,
Управління Національного банку України в Дніпропетровській області*

Дотримання економічних нормативів банків є однією з базових умов їх діяльності, визначених Законом України «Про банки і банківську діяльність». Групу відповідних обмежень визначає Національний банк України і контроль за їх виконанням здійснюється на підставі щоденної статистичної звітності. Порухення економічних нормативів належить до суттєвих подій, що потребують відповідного регуляторного втручання.

Питання вибору максимально збалансованих та достатніх за спектром огляду нормативних показників постійно перебуває у центрі уваги банківського

нагляду. Перелік економічних нормативів та порядок їх розрахунку регламентований Інструкцією про порядок регулювання діяльності банків в Україні [5].

Система обов'язкових економічних нормативів оновлюється і адаптується до конкретних умов діяльності банків. Між тим, на практиці банки часто знаходять шляхи забезпечення виконання нормативів при наявності високих ризиків. Так, у період розгортання економічної кризи спостерігалися непоодинокі випадки значної втрати платоспроможності окремими банками при виконання усіх економічних нормативів.

Наприклад, аналіз середніх значень економічних нормативів ліквідності за останні роки, що оприлюднюється Національним банком України [1], свідчить про надлишковий запас коштів навіть у періоди масової затримки платежів і суттєвої втрати ліквідності під час економічної кризи. Непоодинокі випадки підвищених ризиків ліквідності в умовах прийнятного рівня економічних нормативів свідчать про необхідність підвищення чутливості відповідних інструментів банківського нагляду.

Для банківської системи України актуальним є проблема диференціації підходів до окремих груп банків, що мають структурні особливості, які визначають профіль ризиків і проблематику фінансової стійкості. У тому числі, вибір показників для оцінювання ліквідності банку має залежати від особливостей ринку, на якому функціонує банк, виду банківських операцій, умов та специфіки їх здійснення.

При оцінці стану ліквідності системи важливо враховувати абсолютні значення показників, що приймають участь у розрахунках нормативів. Такий аналіз більш точно відтворює співвідношення активів і пасивів. Як правило, надлишкова ліквідність спостерігається у малих банках із обмеженим колом клієнтів та вузьким спектром операцій. До групи банків надлишкової ліквідності належать також новостворені, які ще не забезпечили формування необхідного кредитно-депозитного портфелю.

У деякі періоди скорочення класичних кредитних операцій банки активно розвивають короткострокові продукти, орієнтовані на торгівельні доходи від продажу іноземної або готівкової валюти. Таким є період після кризових 2011-2012 років. В балансах окремих банків зростає частка високоліквідних активів, що формально підвищує значення економічних нормативів. Фактичний стан ліквідності при цьому може бути доволі ризиковим, зважаючи на структурні характеристики зобов'язань банку. Для більш детального визначення рівня ризику ліквідності необхідний аналіз геп-розривів між активами і пасивами за строками використання.

Банки із стабільними надлишковими високоліквідними активами та збалансованою ресурсною базою не потребують поглиблених заходів контролю ліквідності. Для груп таких банків із тривалими характеристиками «консервативної» політики управління активами і пасивами достатніми є традиційні обмеження економічних нормативів ліквідності.

Для групи банків з нестійкими значеннями економічних нормативів ліквідності необхідно доповнення традиційної звітності додатковим аналізом динаміки показників розривів між розміром активів і пасивів із однаковим терміном використання. Звітність про рівень геп-розривів доцільно зробити обов'язковою і обмежити значення розривів таким чином, щоб відхилення від норми призводило до порушення питання про застосування адекватних заходів впливу.

Система економічних нормативів покликана відтворювати реальний стан банків щодо відповідних ризиків і сприяти виявленню тих, що потребують негайних регуляторних заходів. Така система, на наш погляд, не повинна бути уніфікованою, незалежною від структурних характеристик активів і пасивів банків. Для підвищення чутливості економічних нормативів потрібне виділення із загальної системи банків конкретних груп банків із підвищеними ризиками ліквідності та застосування для цих банків додаткових режимів контролю з метою запобігання втрати фінансової стійкості.

Таким чином, статусу нормативів має набути не лише кількісний рівень відхилення від мінімального значення ліквідних активів. Мова йде про якісний аналіз причин такого відхилення і раннє реагування на підвищені ризики ліквідності.

Для розширення використання даних звітності важливо провести групування банків за основними структурно-функціональними характеристиками і визначити групи значного і підвищеного ризику. Наприклад, широке коло малих кептивних банків, які зорієнтовані на обслуговування бізнес-груп акціонерів не потребує такого ж ретельного контролю, як системні банки з розвинутою мережею власних відділень та великою клієнтською базою. Значні відмінності у підходах до управління ліквідністю демонструють також стабільні за складом групи банків із високою часткою споживчих кредитів або із значною залежністю від ресурсів міжбанківського ринку.

Про методичні підходи до розподілу банків за структурно-функціональними характеристиками з використанням нейронних мереж можна отримати інформацію із джерел 2, 3 та 4. На підставі класифікації банків за групами ризику стає можливим наблизити методи регуляторного впливу до безпосередніх профілів ризиків банків.

Вдосконалення методики економічних нормативів на базі класифікації однорідних структурно-функціональних груп є переходом від статичних показників та загальних обмежень до групування подібних об'єктів та індивідуального підходу до оцінки фінансової стійкості банків за формалізованими процедурами, що враховують конкретний етап розвитку системи та специфіку банківських ризиків визначеного періоду.

Література:

1. Дані фінансової звітності банків України [Електронний ресурс] // Офіційне Інтернет-представництво Національного банку України. – 2012. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097.

2. Дебок Г. Анализ финансовых данных с помощью самоорганизующих карт: пер.с англ. / Г. Дебок, Т. Кохонен ; Нац. фонд подготовки кадров. – М.: АЛЬПИНА, 2001. – 317 с.
3. Заруцька О.П. Дослідження особливостей розвитку банківської системи України з використанням карти Кохонена // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №5 (107). – С. 255-262.
4. Заруцька О.П. Розподіл банківського ринку за методикою нейронних мереж// Вісник Національного банку України. – 2010. – №6. – С.14-19.
5. Інструкція про порядок регулювання діяльності банків в Україні / Постанова Правління Національного банку України від 28.08.2001 № 368.

ПРОБЛЕМИ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

ІГНАТЕНКО Альона

студентка,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Перспективи розвитку іпотеки в Україні значно залежать від економічного зростання, стабільності цін та обмінного курсу національної валюти, удосконалення фінансово-кредитної системи та ринку нерухомості. Іпотечне кредитування – це спосіб залучення приватних інвестицій іноземних та вітчизняних інвесторів. Лише надійні гарантії, зокрема застава нерухомості та емісія на її основі іпотечних цінних паперів, дозволять мобілізувати в значних масштабах заощадження населення і спрямовувати їх на інвестування перспективних секторів економіки. Лише в такому разі в Україні можлива поява зарубіжних портфельних інвесторів, які, через придбання іпотечних цінних паперів, здійснюватимуть інвестування української економіки.

На 01.10.2012 року в Україні налічується 175 банки. Згідно з інформацією представників прес-служби Української національної іпотечної асоціації в Україні іпотечні кредити видають 36 банків, які мають достатній розмір довгострокових ресурсів та рівень капіталізації. Частка основних банків-кредиторів національного іпотечного ринку за 2011 рік становить 62,5%, їх співвідношення залишилося практично незмінним у порівнянні з минулим роком. «Укрсиббанк» – 19,1%; «Райффайзен Банк Аваль» – 13,8%; «Укросоцбанк» – 12,1%; «ОТП» банк – 11,1%; «Надра» банк – 6,4%). Це говорить про

нерозвиненість в Україні іпотечного кредитування. Відповідно до даних української національної іпотечної асоціації (УНІА) до кризи портфель житлових іпотечних кредитів оцінювався в 110 млрд. грн в гривньовому еквіваленті, у 2012 році – це 83,4 млрд. грн. До кризи видача кредитів приблизно становила 500-600 кредитів на день, зараз – це 60-80 кредитів на день. Проблемна іпотека оцінюється на рівні 30%, при цьому портфель швидше амортизується, тобто амортизація основних засобів відбувається швидше, ніж видаються нові кредити. Валютні іпотечні кредити становлять 76% від загального обсягу кредитного портфеля. Погіршення стану економіки в країні напряду позначилося на формуванні іпотечного ринку в Україні.

Варто зазначити, що позитивним зрушенням є поступовий перегляд та удосконалення чинного законодавства у 2012 році, зокрема, Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо сприяння іпотечному кредитуванню», Постанова Кабміну «Про затвердження Порядку здешевлення вартості іпотечних кредитів для забезпечення доступним житлом громадян, які потребують поліпшення житлових умов». Але першочергового втручання законодавства потребує вторинний ринок іпотечних цінних паперів. Адже активне використання іпотечних цінних паперів в Україні стримується недосконалістю нормативно-законодавчої бази, відсутністю нагляду та контролю за емітентами іпотечних цінних паперів. Для вирішення цих проблем уряду перш за все необхідно створити єдину централізовану і доступну для громадськості систему реєстрації прав власності на нерухоме майно, організувати біржовий ринок іпотечних цінних паперів, закріпити функцію з регулювання випуску та обігу іпотечних цінних паперів за Державною комісією з цінних паперів і фондового ринку,.

Основними проблемами іпотечного кредитування в Україні є:

- відсутність в держави централізованої і доступної громадської системи реєстрації прав власності та обтяжень на нерухоме майно і на землю;

- малоефективна непередбачувана довготривала і витратна для кредитора процедура звернення стягнення на предмет іпотеки за рішенням суду чи виконавчого напису нотаріуса;

- відсутність законодавчого положення щодо функціонування вторинного іпотечного ринку іпотечних цінних паперів.

- нерозвиненість інфраструктури ринку житла і житлового будівництва;

- недосконалість правової бази;

- низька ефективність ринку житлового будівництва;

- відсутність дієвого механізму кредитування під заставу земель сільськогосподарського призначення.

Отже, розвиток іпотечного кредитування в країні слід розглядати у двох аспектах:

– державної підтримки розвитку іпотечного ринку, яка сприятиме створенню системи стандартизації ринку, рефінансування первинних кредиторів, страхування ризиків усіх учасників іпотечного ринку – від інвестора до позичальника;

– розробки банком власної стратегії роботи на іпотечному ринку, покликаній визначити джерела ресурсного забезпечення, привабливість іпотечних кредитів та поєднати управління ризиками, притаманними іпотечному кредитуванню на всіх етапах технологічного процесу: від розробки інструментарію до внесення остаточного платежу клієнтом за наданим кредитом.

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо сприяння іпотечному кредитуванню» від 05.07.2012 № 5059-VI

2. Постанова Кабінету Міністрів «Про затвердження Порядку здешевлення вартості іпотечних кредитів для забезпечення доступним житлом громадян, які потребують поліпшення житлових умов» від 27.02.2012 № 148

3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

4. Українська національна іпотечна асоціація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unia.com.ua/>

5. Землячов С. В. Сучасний стан та розвиток іпотечного кредитування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2012_1_1/Zemlya.pdf

6. Нівеська Ю. П. Проблеми іпотечного кредитування в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://udau.edu.ua/library.php?pid=2593>

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ НА ОРІЄНТИРИ МІЖНАРОДНОГО БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУ НА СВІТОВОМУ ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

ІОЛТУХОВСЬКИЙ Віталій

*студент факультету банківського бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

Поглиблення глобалізаційних процесів сприяє розширенню світових фінансових ринків, котрі у свою чергу дозволяють мобілізувати необхідні кредитні ресурси для впровадження та реалізації різноманітних програм і проектів суб'єктів економічних відносин у світовому господарстві. Проте, вплив світової фінансово-економічної кризи суттєво позначився на перебігу зазначених процесів.

Зважаючи на поступове посилення фінансової нестабільності актуальності та необхідності набуває дослідження впливу економічних кризових явищ на міжнародне банківське кредитування і розвиток світових фінансових ринків.

Довготермінова відсутність масштабних фінансових криз у світі сформувала ілюзію доступності грошових запозичень у будь-який момент часу на світовому фінансовому ринку. Виникаючі регіональні фінансово-економічні кризи мали незначний вплив на постійне зростання економіки в світовому масштабі. Проте, новітня фінансова нестабільність, що вдарила по всій світовій системі, не лише знизила загальносвітову ліквідність, але й заставила багатьох суб'єктів економічних відносин шукати нові способи та джерела запозичення коштів.

Варто відзначити, що протягом майже 30 років перед кризою фінансові ринки зростали приблизно в 1,5 рази швидше світового ВВП. А провідним фінансовим активом, крім деривативів, були акції та облігації емітентів з розвинутих країн. Після кризи лідер зміниться: очікується, що будуть зростати

фінансові ринки країн, що розвиваються. Нинішньою кризою закінчилося майже 30-річне зростання світових ринків капіталу, говориться в шостій щорічній доповіді про світові фінанси «Вступаючи в нову еру», випущеній McKinsey Global Institute (MGI) [1].

Отже, 2008 рік став переломним моментом розвитку глобальних фінансових ринків, котрі ще у 1990 роках демонстрували перевищення світових фінансових активів над світовим ВВП в 2,3 рази, а в 2007 р. – вже 3,4 рази. За 2008 р. загальна вартість фінансових активів впала з 194 трлн дол. США до 178 трлн дол. США.

Щоб повернути втрачену вартість, суб'єктам економічних відносин довелося зменшувати споживання і більше заощаджувати, констатує MGI. В результаті, зростання світової економіки сповільнилося. Проте, проблема стоїть не тільки в зростанні – після кризи не підтримуються колишні темпи фінансової глобалізації. Під час кризи транскордонні потоки капіталу знизилися більше ніж в 5 разів. Прогнозується, що міжнародні потоки капіталу, провідним елементом яких були банківські позики, швидко не відновляться. Крім змін розвитку самого світового фінансового ринку, змінюється і його структура. Банківські кредити, найпопулярніший до кризи спосіб залучення грошей, втрачають свою привабливість. Їм на зміну прийшли публічні борги: у всьому світі компанії тепер вважають за краще випустити облігації, а не звертатися за черговий позикою в банк. За даними дослідницької компанії Dealogic, обсяг випущених в 2009 році боргових паперів вперше за 14 років її спостережень перевищив обсяг виданих банками корпоративних кредитів: 1,3 трлн дол. США проти 1,1 трлн дол. США [2].

Пріоритетність у виборі боргових цінних паперів не випадковий. Банки, які потрапили у «пастку» кредитного ризику, не хочуть нарощувати проблемні активи і тому посилюють умови та вимоги по своїх позиках, навіть незважаючи на рекордно низькі процентні ставки, встановлені центральними банками їхніх країн (у США – 0,25%, у Євросоюзі – 0,75%, у Китаї – 5,5%). Слід звернути

увагу, що серед найактивніших покупців боргових фінансових активів – фінансово-кредитні установи, відмовляючи суб'єктам господарювання у позиках. Купуючи бонди, вони можуть підтримувати необхідний рівень ліквідності, оскільки можуть позбутися від них у будь-який момент часу, тоді як видана позика має фіксовану дану повернення.

Як відзначається в доповіді PricewaterhouseCoopers (PwC), компаніям і банкам, які пережили нинішній глобальний економічний катаклізм, доведеться адаптуватися до нових, причому суворих, умов. Фінансова система майбутнього, згідно PwC, стане характеризуватися збільшенням відтоку капіталів до країн Сходу, наприклад у Китай, зменшенням обсягів банківської системи з одночасним посиленням її регулювання та неминучим посиленням податкового навантаження [3].

Отже, збурення світових фінансових ринків спричинило суттєві зміни у розмірах глобального ринку та його структурних елементів. Якщо раніше основним елементом було банківське кредитування, то зараз набирає обертів викуп корпоративних та державних облігацій. Після остаточного завершення кризи першими почнуть відновлюватися ринки країн, що розвиваються. В першу чергу це стосується таких країн як Китай, Індія, Бразилія. Очікується, що важливими елементами світового фінансового ринку стануть ісламські фінансові інструменти, підкріплені величезними запасами нафтодоларів.

Література:

1. Global Capital Markets: Entering a new era [Електронний ресурс] / McKinsey Global Institute. – 2009. – Режим доступу: http://www.mckinsey.com/mgi/publications/gcm_sixth_annual_report/executive_summary.asp
2. Investment Banking [Електронний ресурс] / Dealogic performance optimized. – 2010. – Режим доступу: <http://www.dealogic.com/en/compliance.htm>
3. Latimir G. The Day After Tomorrow. [Електронний ресурс] / G. Latimir // PriceWaterhouseCoopers. – 2009. – Режим доступу: http://www.pwc.com/ru_RU/ru/press-releases/pdf/pwc_the_day_after_tomorrow.pdf

МЕТОДИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА

КАБАН Яна

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

При наданні кредитів будь-який банк стикається з необхідністю оцінки кредитоспроможності позичальників. Ця процедура є обов'язковою, і її результати істотно впливають як на результати конкретних кредитних угод, так і на ефективність кредитної діяльності банку в цілому. Для позичальника оцінка кредитоспроможності також важлива, оскільки від її результату залежить в якому обсязі буде наданий кредит і чи буде він наданий взагалі.

Розвиток банківської системи України в останні роки характеризується динамічним зростанням обсягів кредитного портфеля, що об'єктивно спричиняє зростання рівня ризику банківського кредитування. Оптимізація кредитного портфеля насамперед має передбачати підвищення ефективності «превентивних» заходів, метою яких є уникнення несприятливих для банку ситуацій щодо неповернення основної суми боргу за виданими позиками та нарахованих відсотків. Банк повинен у кожному випадку визначити ступінь ризику, який він готовий узяти на себе, і розмір кредиту, який може бути наданий за цих обставинах.

Під кредитоспроможністю позичальника банку прийнято розуміти його здатність в цілому і в термін (визначений у кредитному договорі) розрахуватися за своїми борговими зобов'язаннями (основним боргом і відсотками) перед банком. Кредитоспроможність підприємства формується як результат його економічної діяльності і показує, наскільки правильно воно керує фінансовими ресурсами, раціонально сполучає власні й позикові джерела, ефективно використовує свій капітал. Різноманітність визначень кредитоспроможності позичальника і складність самої її оцінки обумовлюють існування низки різних методик аналізу фінансового стану клієнта і його надійності з погляду своєчасного погашення боргу банку.

Серед найбільш широко використовуваних методів оцінки кредитоспроможності виділяють наступні: методи коефіцієнтного аналізу, статистичні й експертні методи. Метод коефіцієнтів базується на доборі оптимальних для конкретних позичальників коефіцієнтів та їх нормативних значень й аналізі їх в динаміці й порівнянні з середнім значенням по всій галузі або із значенням по аналогічних підприємствах. Оцінка кредитоспроможності на основі фінансових коефіцієнтів та грошового потоку дозволяє з різних сторін підійти до визначення надійності позичальника. В той же час ці методи доповнюють один одного. Якщо перший характеризує фінансову стійкість і надійність клієнтів та на цій основі дозволяє прогнозувати їх стійкість на наступний період – це особливо важливо при оцінці кредитоспроможності підприємств незалежно від розміру їх капіталу та виду власності, то другий дає можливість скласти повну картину про надходження і витрачання грошових коштів даного клієнта, виявити слабкі місця в роботі позичальника і межі надання нових позик. Одним із різновидів оцінки кредитного ризику експертними методами є рейтингові моделі оцінки кредитоспроможності позичальника, які досить розповсюджені в українських банках. Слід відзначити, що ці методи непогано оцінюють фінансові показники, однак є суттєві проблеми з ефективним використанням якісних характеристик позичальника при оцінці його діяльності, які не мають кількісного вираження.

Метод дискримінантних показників платоспроможності полягає у тому, щоб на базі низки коефіцієнтів оцінити синтетичним чином фінансову ситуацію підприємства з точки зору його життєздатності та безперервності господарської діяльності у короткостроковому періоді. Коефіцієнти даного методу отримують в результаті дослідження згідно з технікою дискримінантного аналізу. Для України використання аналогічних показників на сьогоднішній день неможливе з причини їх відсутності. Для їх розробки необхідно проводити спеціальне дослідження на галузевому рівні, зібрати значну статистичну базу, що в вітчизняних умовах досить складно.

Література:

1. Вовчак О. Фінансова стратегія розвитку банку як передумова ефективності його діяльності / О. Вовчак, Н. Меда // Банківська справа. – 2008. №3. – С. 23-36.
2. Коніжай М. Методи оцінки стабільності та економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності при довгостроковому кредитуванні // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – №1. – С. 32-35.
3. Кручок Н. Стандартизація вимог до бізнес-плану та формалізація його оцінки в процесі визначення кредитоспроможності потенційного позичальника // Вісник НБУ. – 2010. – №1. – С.14-17.

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ ІНСТРУМЕНТІВ СТИМУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

КАМІНСЬКА Ірина

*к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва,
Луцький національний технічний університет*

ВОЛИНЧУК Юлія

*к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва,
Луцький національний технічний університет*

Вагома частка фінансових ресурсів регіону зосереджується фінансово-кредитними установами, які акумулюють депозити та надають кредити. Головна роль фінансово-кредитних установ у забезпеченні регіонального розвитку полягає у тому, що вони забезпечують суб'єктів господарювання регіону необхідними для їх господарської діяльності фінансовими ресурсами, в той час коли саме недостатність фінансових ресурсів є ключовою проблемою розвитку підприємництва. Більше того, фінансово-кредитні інструменти є найефективнішими важелями стимулювання соціально-економічного розвитку регіону й найбільш використовуваними в зарубіжній практиці господарювання.

У 2000-2011 роках лише в 16 із 27 регіонів України діяли регіональні комерційні банки [1]. Найбільша їх кількість в промислово розвинених регіонах (Дніпропетровська, Донецька, Харківська, Одеська області та м. Київ). Таким чином, рівень розвитку регіональних банківських систем значною мірою залежить від соціально-економічного розвитку самих регіонів, чисельності їх населення, розвитку ринкової і транспортної інфраструктури, мережі зв'язку.

Територіальну нерівномірність розміщення банків в Україні певною мірою згладжує розвиток мережі філій і відділень, однак вони також досить неоднорідно розташовані та характеризуються неналежною активністю і спрямуванням коштів за межі регіонів.

Обсяги ресурсів комерційних банків є досить обмеженими, хоча їх динаміка та структура характеризуються загалом позитивними зрушеннями. За 2011 рік загальні активи банків України (не скориговані на резерви під активні операції) зросли на 11,1% і на 01.01.2012 р. становили 1211,5 млрд. грн. [1]. Їх ріст в основному зумовлений зростанням кредитних операцій. Найвищі середні значення статутного капіталу на один діючий банк притаманні високо розвинутим регіонам (Дніпропетровська, Харківська області й м. Київ). Така забезпеченість фінансово-кредитних установ ресурсами визначає їх спроможність фінансувати соціально-економічний розвиток вказаних регіонів.

За показником залучення (вилучення) через банківську систему фінансових ресурсів, усі регіони України можна поділити на дві групи [3]: 1) регіони-донори, з яких через банки вилучаються фінансові ресурси; 2) регіони-отримувачі, котрі залучають фінансові ресурси з інших регіонів. До першої групи слід віднести АР Крим, Донецьку, Житомирську, Івано-Франківську, Київську, Луганську, Львівську, Полтавську, Тернопільську, Хмельницьку, Черкаську, Чернігівську області й м. Севастополь. Найбільшими донорами в Україні є Донецька, Львівська, Луганська області. Явище вилучення фінансових ресурсів з регіону є дуже небезпечним для його економіки, оскільки внаслідок цього виникає брак коштів, необхідних для інвестиційної діяльності, а це у свою чергу призводить до збільшення цін на ресурси. До другої групи належать Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Закарпатська, Запорізька, Кіровоградська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Харківська, Херсонська, Чернівецька області та м. Київ. Найбільшим отримувачем коштів в Україні є місто Київ.

Сума депозитів суб'єктів господарювання та фізичних осіб за 2000-2011

роки зросла більше, ніж у 26 разів, і на 01.09.2012 р. складала 529,4 млрд грн [2], що свідчить про підвищення довіри до банківської системи господарюючих суб'єктів регіону та населення і характеризує реальний приплив додаткових фінансових ресурсів, які мають досить стабільну тенденцію до зростання.

Кредитні вкладення комерційних банків в економіку країни на кінець 2011 року становили 801,8 млрд. грн., що майже у 42 рази перевищувало значення показника у 2000 році та в понад 1,9 разів більше, ніж у 2008 році. На кінець серпня 2012 року їх обсяги становили 804,2 млрд. грн. [2]. Таким чином, кредитування цілком відновилось після кризи. Ріст кредитних вкладень в основному був зумовлений активізацією корпоративного кредитування у результаті підвищення надійності суб'єктів господарювання як позичальників. Високий рівень залучення фінансового потенціалу кредитних установ спостерігавсь лише в окремих регіонах України. У 2011 році сума кредитів на одну особу, наданих в економіку регіону, варіювалась від 914,1 грн. в Закарпатській області до 71080,7 грн. у місті Київ разом з Київською областю. Участь банківських кредитів у створенні ВВП за період 2000-2011 років зросла з 14,00 % до 67,69 % ВВП. Наявні істотні регіональні відмінності для показників обсягу наданих кредитів в економіку регіону у % щодо ВРП: у 2000 році він варіював від 3,17 % ВРП (Луганська обл.) до 53,74 % ВРП (м. Київ), а у 2011 році – від 7,44 % (Закарпатська обл.) до 132,75 % (м. Київ і Київська обл.), коли згідно з міжнародними стандартами значення показника повинно бути не меншим 100 %. Максимальний рівень ВРП щодо обсягу кредитних вкладень банків в економіку в 2011 році складав 13,58 (Житомирська обл.) та в 18,1 разів перевищував мінімальне значення – 0,75 (м. Київ та Київська обл.).

Посилення конкуренції на фінансовому ринку змушувало все більшу кількість установ знижувати процентні ставки за кредитами на початку 2012 року, що чинило тиск на показники ефективності їх діяльності. Так, якщо в 2011 році середньозважена ставка за кредитами, наданими нефінансовим корпораціям, становила 13,3 %, то у січні 2012 р. – 13,2 % і до травня поточного

року трималась на рівні 12,6-12,8%, однак уже в серпні зросла до 15,4 % [2]. Причиною зростання відносного рівня кредитної ставки стало відносне збільшення обсягу кредитних вкладень банків в економіку, що в свою чергу підвищило конкурентність кредитного ринку для більшості регіонів. У досліджуваному періоді (2000-VIII.2012 рр.) для більшості регіонів України процентна ставка за кредитами, наданими нефінансовим корпораціям, була вищою за середньозважену в Україні. Низькі значення даного показника у порівнянні з іншими регіонами спостерігались за АРК, Дніпропетровською, Запорізькою, Київською, Миколаївською, Одеською, Рівненською, Тернопільською областями, містами Київ та Севастополь. У 2011 році тільки для двох регіонів України (м. Київ та Дніпропетровська обл.) значення середньорічної кредитної ставки для нефінансових корпорацій було нижчим, ніж величина середньозваженого показника в країні, а у серпні 2012 року – для Дніпропетровської, Миколаївської, Тернопільської областей та м. Київ.

Попит зі сторони банків на депозити як основне джерело формування ресурсів для кредитування зумовив підвищення їх вартості у 2012 році. Середньозважена процентна ставка за депозитами у 2011 році становила 7,3 %, що на 2,1 % менше, ніж попереднього 2010 року, однак станом на січень 2012 року – зросла до 9,3 % і на серпень 2012 року – ще збільшилась до 12,2 % [2]. В основному відносне зростання депозитної ставки пов'язане з відносним зменшенням депозитної маси. У більшості регіонів України депозитна ставка перевищувала середньозважену в країні. У серпні 2012 року тільки для 7 регіонів України (Волинська, Закарпатська, Київська, Миколаївська, Полтавська, Тернопільська області та м. Київ) значення середньорічної депозитної ставки для нефінансових корпорацій було нижчим, ніж величина середньозваженого показника в країні, тобто умови для нефінансових корпорацій для формування депозитів в цих регіонах були гіршими.

Проведений аналіз показав, що офіційні внутрішні фінансові ресурси фінансово-кредитних установ регіонів України є досить обмеженими, а тому не

забезпечують у повному обсязі фінансування потреб соціально-економічного розвитку. Більше того, високі кредитні ставки, важка процедура отримання кредиту, неприйнятні умови для кредитування, а то й недоступність кредитів для суб'єктів господарювання не стимулюють соціально-економічний розвиток регіонів України. Тому, з метою підвищення ролі фінансово-кредитних інструментів у стимулюванні соціально-економічного розвитку регіонів України, необхідно здійснити такі заходи: 1) удосконалити банківське законодавство та нормативну базу, що спрямована на підвищення ефективності функціонування банківської системи України; 2) розширити мережу комерційних банків в регіонах країни, в яких вона недостатньо розвинена; 3) удосконалити процедури реорганізації, об'єднання та ліквідації проблемних банків шляхом скорочення строків їх проведення; 4) формувати позитивний імідж банківських установ в регіоні; 5) розвивати кредитування малого та середнього підприємництва; 6) підвищити довіру населення до банківської системи шляхом налагодження ефективної роботи Фонду гарантування вкладів населення; 7) збільшити кількість та підвищити якість банківських послуг на основі використання сучасних технологій і обладнання; 8) впроваджувати нові банківські продукти; 9) підвищити рівень інформаційного забезпечення у діяльності комерційних банків; 10) розвивати взаємовідносини банків з клієнтами; 11) зміцнювати фінансовий потенціал шляхом залучення нових акціонерів і клієнтів; 12) підвищити ефективність та продуктивність роботи працівників фінансово-кредитних установ шляхом підвищення їх професійної підготовки та кваліфікації; 13) підвищити культуру обслуговування банківських кредитів; 14) посилити й удосконалити державний контроль і нагляд за діяльністю фінансово-кредитних установ.

Література:

1. Річний звіт Національного банку України за 2011 рік [Електронний ресурс]. – [Режим доступу]: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=121938>.

2. Бюлетень Національного банку України : аналітично статистичне

видання Національного банку України. – К. : Національний банк України, 2012. – №10 (235). – 187 с. – [Електронний ресурс]. – [Режим доступу]: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=125160>.

3. Качан Є. П. Регіональна економіка: підручник для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗ / за заг. ред. Є. П. Качана. – [Електронний ресурс]. – [Режим доступу]: http://pidruchniki.ws/1605061638576/rps/kreditno-finansovi_regionalni_sistemi.

ДІЯЛЬНІСТЬ МІЖНАРОДНОГО БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

КАШИРСЬКА Дар'я

студентка

Миколаївський комплекс національного університету

«Одеська юридична академія»

Банки покликані забезпечити безперервний рух грошей і оборот капіталу, надати можливості для фінансування промислових підприємств і накопичення заощаджень тощо. Фінансові посередники залучають вклади багаточисельних клієнтів на різні терміни і тим самими накопичують значні суми, які можуть надавати позичальникам. Відбувається переміщення потоків грошових коштів від фізичних осіб, компаній, держави до інвесторів. Одна частина коштів переміщується через банківські структури, в результаті чого створюється ринок позичкового капіталу, а інша – через купівлю-продаж цінних паперів формує фондовий ринок.

Фінансові ресурси завжди пов'язані з використанням грошей, рух яких опосередковано впливає на формування, розподіл та перерозподіл валового внутрішнього продукту, і одним з важливих завдань діяльності держави в фінансовій сфері – є організація грошового обігу. Оскільки обов'язковим суб'єктом грошового обігу є банки, держава повинна регулювати банківську діяльність. Тобто, суть фінансової діяльності держави в банківській сфері, це – регулювання та розвиток банківської системи та інших фінансово-кредитних установ, а також, враховуючи закони ринкової економіки, сприяння отриманню ними прибутків, і завдяки цьому підтримування стабільності всієї грошово-кредитної системи та довіри до неї з боку населення. Водночас

держава повинна впливати через банківську систему на економічний розвиток суб'єктів господарювання та на зростання обсягу державних фінансів та їх подальший обіг у фінансовій сфері.

Глобальна фінансова криза виявила фундаментальні проблеми у принципах фінансового регулювання і на рівні окремих фінансових інститутів, і на рівні національних економік, і на рівні світової фінансової системи. За формою сьогоднішня криза виглядає як обвал кредитного ринку в США, що поширився цілим світом. Проте, по суті, це лишень один із глобальних проявів симптомів серйознішої хвороби — надмірного накопичення системних ризиків і суперечностей між глобальним характером фінансових потоків і локальним, фрагментарним, проциклічним характером фінансового регулювання.

Цьому сприяли інноваційні інструменти знеособлення ризику конкретного інвестора за збереження його претензій на підвищені доходи. Проте саме персоніфікований ризик є одним з основних механізмів підтримки системної єдності всіх галузей і суб'єктів в економіці. Хто хоче отримувати доходи вищі за середні, той має ризикувати, а за надвисокі доходи потрібно нести високий ризик. У цьому своєрідна справедливість ринку.

Розвиток мережевих фінансових структур, через які проходять глобальні потоки капіталу, за своєю природою є внутрішньо несталим і нестабільним. При цьому фінансове регулювання в його сучасному вигляді не згладжує цю несталість, а навпаки, сприяє розгойдуванню коливань і загостренню фаз економічного циклу у глобальному масштабі. Несталість ендогенно породжує накопичення системних ризиків, що зрештою навіть за незначних екзогенних шоків призводить до ефекту доміно, колапсу фінансової системи і передавання кризових процесів у реальний сектор. Якщо природа системного ризику і заходи щодо його мінімізації регуляторами ідентифіковано неправильно, то можливий розвиток другого раунду кризи, яка може бути спровокована зворотними зв'язками, — від реального сектора до фінансового.

Криза показала, що національні та наднаціональні органи регулювання і нагляду виявилися не в змозі запобігти системним ризикам. Більше за те, багато норм регулювання (зокрема, базельські стандарти банківського регулювання і нагляду) виявили чітко виражену проциклічність, тобто деструктивну здатність підсилювати економічні цикли і загострювати кризові процеси [3].

Сучасна система міжнародного банківництва представлена значною кількістю фінансових інститутів та має чотири рівня: національні банківські системи, міжнародні банки, наднаціональні інститути – міжнародні фінансово-кредитні установи. Серед них виділяється група міжнародних банків.

Існує два типи сучасних міжнародних банків:

- транснаціональні банки (ТНБ);
- міжнаціональні банки (МНБ) [2].

Міжнаціональні банки – це крупні транснаціональні банки, в яких міжнародною є не лише діяльність, а й склад капіталу та система управління.

Діяльність міжнародних банків (ТНБ та МНБ) у глобальному масштабі мало чим відрізняється. Банки надають ті самі послуги, що й для індивідів та фірм на національному рівні.

Банківський бізнес нині є високодинамічною діяльністю, де використовуються всі останні й новітні технології, в тому числі й міжнародних фінансових операцій.

Міжнародний банківський бізнес характеризується переорієнтацією діяльності банків із фінансових посередників на активних учасників міжнародних фінансових операцій.

Стаття 47 Закону України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. встановлює, що банки мають право здійснювати тільки три види банківських операцій:

- 1) приймання вкладів (депозитів) від юридичних і фізичних осіб;

2) відкриття та ведення поточних рахунків клієнтів і банків-кореспондентів, у тому числі переказ грошових коштів з цих рахунків за допомогою платіжних інструментів та зарахування коштів на них;

3) розміщення залучених коштів від свого імені [1].

Головними учасниками світового фінансового ринку є ТНБ, великі компанії, небанківські фінансові структури, центральні банки і державні органи, міжнародні фінансові організації. Формують фінансовий ринок і впливають на ціни фінансових інструментів міжнародні банки, які діють як на боці попиту, так і на боці пропозиції. Виникає не просто обмін однієї валюти на іншу, а торгівля грошима в міжнародному масштабі, пов'язана з відмовою власників коштів від їх поточного споживання і з певним ризиком. Тому виконання кредитних операцій означає не просто видачу грошей, але й їх повернення з процентним доходом. Видаючи позики, банк створює нові гроші, купляючи їх за однією ціною і продаючи за більш високою ціною. Грошові потоки від заощаджувачів надходять у фінансові установи, які надають грошові кошти інвесторам.

Центральна роль на світовому фінансовому ринку належить комерційним банкам. Вони не тільки здійснюють міжнародні платежі, але й широко охоплюють практично всі сторони міжнародних економічних відносин. Комерційні банки є універсальною фінансовою ланкою, яка здійснює операції по залученню вільних грошових коштів й їх розміщенню на умовах поверненості, терміновості та платності. За видами операцій – це типові посередники. Банки надають корисні послуги і за це отримують певну винагороду. Комерційні банки здійснюють всі банківські операції: надання кредитів, приймання і зберігання заощаджень, здійснення платежів, купівлю-продаж цінних паперів, управління і зберігання облігацій та акцій своїх клієнтів, надання допомоги при поширенні нових цінних паперів тощо. Вони торгують іноземними валютами і цінними металами, надають консультації своїм клієнтам в сфері інвестування.

Міжнародні банки обслуговують в меншій мірі товарообмін і в більшій мірі капіталообмін. Якщо раніше їх діяльність обмежувалась купівлею-продажем валюти за дорученням клієнтів, то тепер вони проводять всю складну систему міжкраїнних розрахунків компаній, управляючи їх внутрішніми потоками і відносинами з зарубіжними партнерами [4].

Література:

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2001. – № 5-6. – ст. 30.
2. Макогон Ю.В., Булатова Е.В. Международный банковский бизнес. – К.: Атика, 2003. – 208 с.
3. Буковинський С., Унковська Т., Яременко О.: Уроки глобальної фінансової кризи: Методологічні проблеми реформування міжнародних стандартів міжнародного банківського регулювання і нагляду // Міжнародна економіка. – 2011. – С.79
4. Бібліотека економіста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.if.ua>.

ВРЕМЕННОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ И ЛИКВИДАЦИЯ БАНКА – ИНФОРМАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

КЛИМЕНКО Александр

преподаватель,

Севастопольский филиал

Крымского института экономики и хозяйственного права

Закон Украины №4452, который вступил в силу в конце сентября 2012г., предоставил Фонду гарантирования вкладов физических лиц (ФГВФЛ) полномочия по временному администрированию и ликвидации банков [1]. Первым учреждением, относительно которого ФГВФЛ принял решение о введении администрации, стал Эрде Банк. Режим будет действовать в нем с 30.10.2012 г. по 29.01.2013 г. [2].

ФГВФЛ предложено три способа выведения Эрде Банка с рынка – отчуждение всех или части активов и обязательств, создание и продажа переходного учреждения с передачей ему активов и обязательств, продажа банка целиком. Хотелось бы отметить информационную открытость этого

процесса. ФГВФЛ приведены данные о финансовом положении банка, они позволяют инвесторам оценить привлекательность учреждения, а клиентам и кредиторам – полноту предстоящего погашения и/или перевода обязательств [3]. Отметим, что ранее НБУ такие сведения не публиковались, равно как информация о ходе и конечном результате ликвидации банка, а ФГВФЛ сообщал лишь размер полагающегося возмещения и долю фактически выплаченных вкладов.

Проведем экспресс-анализ финансовой отчетности Эрде Банка, оценим привлекательность его для инвесторов, ответим на вопрос возможно ли полное погашение обязательств перед вкладчиками, клиентами и кредиторами. ФГВФЛ приведены данные об активах, обязательствах, в том числе вкладах, возмещение по которым не будет выплачено. Также об элементах кредитного портфеля, его структуре – в разрезе контрагентов, видов кредитных операций [3]. Заметим, что сведения указаны по состоянию на 01.10.2012г., а временная администрация введена 29.10.2012г. За месяц эти показатели изменились. Для потенциальных инвесторов принятие решения в таких условиях является нецелесообразным. ФГВФЛ необходимо публиковать актуальную информацию.

Активы Эрде Банка составляют более 1,244 млрд. грн. Из них к числу ликвидных для погашения обязательств следует отнести денежные средства и их эквиваленты (134,6 млн. грн.), средства в банках (22,6 млн. грн.), чистую сумму кредитов клиентам (721,5 млн. грн.), а также основные фонды и нематериальные активы. Последние вместе с гудвиллом составляют 111,5 млн. грн. Оставшаяся часть активов – это финансовые инвестиции (118,3 млн. грн.), ценные бумаги на продажу (23,2 млн. грн.), торговый портфель ценных бумаг (96,4 млн. грн.), прочие (135,9 млн. грн.).

Минимальная сумма источников средств Эрде Банка, которая может быть направлена на погашение его обязательств, равна 878,7 млн. грн. Это без учета основных фондов. За их счет ее размер увеличится, а за счет реального качества

кредитного портфеля и средств, размещенных в банках, может уменьшиться. Из годового отчета банка за 2011г. следует, что остаточная стоимость зданий и сооружений составляла 58,2 млн. грн., незавершенных капитальных вложений – 6,8 млн. грн., машин и оборудования – 6,8 млн. грн., транспортных средств – 16,9 млн. грн., инструмента, устройств и инвентаря – 3,9 млн. грн. Данные о чистой сумме кредитов клиентам, приведенные ФГВФЛ, являются общими – величина портфеля указана с корректировкой на сформированные резервы по всем типам классифицированной задолженности (от стандартной до безнадежной).

Пассивы Эрде Банка включают: капитал – 237,2 млн. грн., привлеченные и заемные средства – 1,007 млн. грн., в том числе средства НБУ и других банков – 154,0 млн. грн., средства клиентов – 201,3 млн. грн., вклады физических лиц – 585,6 млн. грн. Что касается средств, предоставленных НБУ и другими банками, то требуется их расшифровка, а также указание нетто-задолженности перед другими банками, в случае проведения операций с одним и тем же учреждением (привлечение и предоставление ресурсов). Вклады будут возмещены средствами ФГВФЛ лишь на 64,36% – не более 376,9 млн. грн. Разницу, вероятно, представляют договора с контролерами и владельцами существенного участия. В числе последних – Демчак Б.Е., Р.Е. (в целом 76,07%) и Полищук А.И. (22,99%) [4]. Заметим, что балансовые обязательства банка могут быть увеличены на сумму предоставленных гарантий и авалей векселей – 75,3 и 12,3 млн. грн. соответственно [5]. Систематизируем далее данные об обязательствах и источниках их погашения, определим итоговый показатель – дефицит / профицит средств (см. таблицу 1).

Как можно заметить, в случае ликвидации, источники средств Эрде Банка номинально превышают его балансовые и внебалансовые обязательства – на 120,5 млн. грн. Профицит сформирован за счет обязательств перед вкладчиками, которые не будут возмещены ФГВФЛ. В последующем он будет скорректирован в меньшую сторону, поскольку не учтен размер затрат,

связанных с ликвидацией, просроченных начисленных доходов, а также проблемной задолженности (сомнительные и безнадежные к погашению). Вторые составляют 8,7 млн. грн., третьи – 38,6 и 29,4 млн. грн. соответственно [3, 5]. Также отметим, что размер кредитного риска Эрде Банка на одного заемщика (H_7) находится практически на максимальном уровне – 24,9% или 57,7 млн. грн., сумма больших кредитных рисков (H_8) – 304,7% или 70,6 млн. грн., совокупный размер кредитов, гарантий и поручительств, предоставленных инсайдерам (H_{10}) – 3,92% или 9,1 млн. грн. [5].

Таблица 1.

Обязательства ПАО «Эрде Банк» перед вкладчиками, клиентами, кредиторами и источники их погашения по состоянию на 01.10.2012 г.

Вид обязательства	Млн. грн.	Источники погашения	Млн. грн.
Компенсация возможных затрат по ликвидации	н/д	Денежные средства и их эквиваленты	134,6
Требования ФГВФЛ	376,9	Средства в банках	22,6
Задолженность перед НБУ	421,8	Чистая сумма кредитов клиентам	721,5
		<i>в т.ч. проблемные</i>	-51,4
		<i>неполученные проценты</i>	-8,7
Требования физических лиц		ЦБ на продажу	23,2
		Торговый портфель ЦБ	96,4
Прочие клиенты и кредиторы		Здания, сооружения, транспорт, инвентарь и капитальные вложения	85,8
Внебалансовые (выданные гарантии, аваль векселей)	87,6	Прочие ОФ, НМА	25,7
Капитал к распределению	237,2	Финансовые инвестиции	118,3
		Прочие активы	15,9
Всего по балансу:	1035,9	Всего по балансу:	1244,0
Всего с внебалансом:	1123,5	Всего с учетом проблемных активов (кредиты, проценты):	1183,9
Дефицит:		Профицит:	120,5

Как можно заметить, в случае ликвидации, источники средств Эрде Банка номинально превышают его балансовые и внебалансовые обязательства – на 120,5 млн. грн. Профицит сформирован за счет обязательств перед вкладчиками, которые не будут возмещены ФГВФЛ. В последующем он будет

скорректирован в меньшую сторону, поскольку не учтен размер затрат, связанных с ликвидацией, просроченных начисленных доходов, а также проблемной задолженности (сомнительные и безнадежные к погашению). Вторые составляют 8,7 млн. грн., третьи – 38,6 и 29,4 млн. грн. соответственно [3, 5]. Также отметим, что размер кредитного риска Эрде Банка на одного заемщика (H_7) находится практически на максимальном уровне – 24,9% или 57,7 млн. грн., сумма больших кредитных рисков (H_8) – 304,7% или 70,6 млн. грн., совокупный размер кредитов, гарантий и поручительств, предоставленных инсайдерам (H_{10}) – 3,92% или 9,1 млн. грн. [5].

Инвесторам отдельное внимание следует уделить ненадлежащим активам, которые могут присутствовать в балансе Эрде Банка и быть результатом неэффективного менеджмента и/или мнимой капитализации [6]. Как правило, в их числе кредиты, предоставленные на льготных условиях, недоходные – финансовые инвестиции и ценные бумаги, а также основные фонды, нематериальные активы, приобретенные по цене выше рыночной, и/или в которых нет необходимости. Часть сформированных резервов по активным операциям также может оказаться мнимой – созданной за счет мнимого капитала (доходов). Выявление таких активов требует оценки с точки зрения погашения, а также корректировки (уменьшения) их балансовой стоимости [7].

Начало работы ФГФФЛ с неплатежеспособными банками в рамках закона 4452 в целом характеризуется информационной открытостью. Публичность в вопросе временного администрирования ПАО «Эрде Банк» расширяет круг его потенциальных инвесторов, может вызвать дополнительный интерес, повышает доверие вкладчиков, клиентов и кредиторов, которые могут убедиться в том, что реальные владельцы понесут субсидиарную ответственность. Созданное за счет этого превышение величины источников средств над обязательствами банка позволяет надеяться на то, что банком они будут погашены, а инвесторы проявят интерес к отчуждению, по крайней мере, большей части его активов. Совершенствования, по нашему

мнению, требует качество публикуемой ФГВФЛ финансовой отчетности – она должна быть актуальной, приводиться на дату принятия решения о введении в банке временной администрации. В дальнейшем – после оценки реального качества активов – подлежат корректировке. В случае отсутствия интереса к банковскому учреждению со стороны инвесторов, процесс его ликвидации должен быть также информационно открытым для всех участников.

Литература:

1. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб [Текст]: Закон України від 23 лютого 2012 року №4452-VI [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.

2. Вкладникам та іншим кредиторам ПАТ «Ерде Банк» [Електронний ресурс] / Фонд гарантування вкладів фізичних осіб. – Режим доступу: <http://www.fg.org.ua/news/4836>.

3. Повідомлення фонду гарантування вкладів фізичних осіб щодо пошуку потенційних інвесторів неплатоспроможного банку ПАТ «Ерде Банк» [Електронний ресурс] / Фонд гарантування вкладів фізичних осіб. – Режим доступу: <http://www.fg.org.ua/news/4838>.

4. Інформація про власників істотної участі в ПАТ «Ерде Банк» [Електронний ресурс] / ПАТ «Ерде Банк». – Режим доступу: http://www.rdbank.com.ua/pub_user/strukturavlasnosti_sait_30_08_12.pdf.

5. Окремі показники діяльності ПАТ «Ерде Банк» за 3 кв.2012 р. [Електронний ресурс] / ПАТ «Ерде Банк». – Режим доступу: [http://www.rdbank.com.ua/pub_user/okremi\(3_12\).xls](http://www.rdbank.com.ua/pub_user/okremi(3_12).xls).

6. Клименко О.І. Про проблему фактичної вартості банківського капіталу [Текст] / О.І. Клименко // Вісник ТАНГ. – 2005. – № 1. – С. 81-91;

7. Клименко А.И. О проблеме оценки фактической стоимости банковского капитала [Текст] / А.И. Клименко // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Мале та середнє банківництво в умовах становлення ринкової системи в Україні. (Збірник наукових праць). НАН України. Інститут регіональних досліджень. – Львів, 2004. – Вип. 6 (L). – С. 261-273.

ВПЛИВ БАНКІВ НА КОН'ЮНКТУРУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

КОБУШКО Ігор

*к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту,
Сумський державний університет*

Оцінка відношення банківських активів та активів фінансових установ парабанківської системи України свідчить про домінуючу роль банків як

інвестиційних посередників, що в першу чергу пояснюється низьким рівнем користування населення фінансовими послугами та недовірою до фінансової системи в цілому.

Традиційним недоліком кредитної діяльності банків за цільовими вкладеннями є переважання надання позик на поточну діяльність. У 2011 році за строками користування найбільше зростання продемонстрували позики на строк до 1 року – на 20,7 %, найменше – за кредитами від 1 року до 5 років – на 9,1 %. Наслідком стала зміна строкової структури кредитних операцій банків. Питома вага залишків за кредитами терміном до 1 року збільшилася на 2,1 відсоткового пункту – до 43,7 %. Відповідно частка залишків за позиками з терміном кредитування від 1 року до 5 років зменшилася до 42,5 % (у 2010 році їхня питома вага була найбільшою і становила 44,7 %).

Вітчизняні кредитні установи в умовах посткризового розвитку економіки пропонують такі кредитні продукти, як фінансування оборотного капіталу (строком на один-два роки), проекти інвестицій в основні виробничі фонди та довгострокове кредитування (як правило, до трьох років). Провідні сектори економіки – реципієнти фінансових ресурсів за програмами корпоративного кредитування: харчова промисловість, машинобудування, сільське господарство, транспорт (крім залізничного, авіаліній, морських портів та транспорту), роздрібна торгівля, фармацевтика, целюлозно-паперова промисловість, ІТ-технології, телекомунікації, фінансові вкладення у будівництво торговельно-розважальних центрів та готельних комплексів [1].

Початок 2011 року ознаменувався покращанням кон'юнктури на ринку корпоративного кредитування. Як зазначають експерти, комерційні банки мають потужне фондування, що в першу чергу характеризує діяльність фінустанов з іноземним капіталом. Додатковим стимулюючим фактором є зниження відсоткових ставок за кредитами, починаючи з листопада-грудня 2010 року: на сьогодні корпоративні кредити в гривні можна отримати під 16–17 % річних [1].

Перевага банками надавалася кредитуванню підприємств торгівлі (34,8 % від загального обсягу залишків за кредитами сектору нефінансових корпорацій), переробної промисловості (24,3 %). Саме цими видами економічної діяльності у 2010 році було забезпечено 65,4 % загального приросту заборгованості за кредитами, наданими нефінансовим корпораціям [2].

Уже кілька років поспіль вітчизняна банківська система знаходиться під впливом боргової кризи та рецесії в кількох країнах Європейського Союзу, що створює навантаження на його фінансову систему в цілому. Складною залишається ситуація на світових фондових ринках та в реальному секторі. Незважаючи на те що в цілому у 2011 році показники макроекономічного розвитку України були позитивними (у першу чергу – щодо динаміки ВВП), можна назвати цілий перелік структурних проблем у цій сфері. Сюди, зокрема, слід віднести неоптимальне та відстале співвідношення галузей національної економіки, надмірне перевищення темпів зростання імпорту товарів та послуг над темпами зростання їх експорту, збільшення валового державного боргу, скорочення валютних резервів країни, негативне сальдо зведеного платіжного балансу.

Разом із тим слід наголосити на тому, що впродовж 2011 року банківський сектор України вийшов на етап підвищення фінансової стійкості та успішного розширення операцій різного типу, незважаючи на загальну збитковість власної діяльності. Лівова частка зростання виявилася у збільшенні обсягів кредитування, хоча у своїй більшості і не пов'язаного з інвестиційною діяльністю резидентів. На сьогодні фінустанови докладають значних зусиль у роботі над реструктуризацією власного кредитного портфеля та активно займаються питаннями щодо проблемних кредитів.

Відповідно до проведеного аналізу можна зробити висновок, що сучасний розвиток інвестиційного ринку України характеризується такими параметрами:

- домінування банків як ключових інвестиційних посередників, які здійснюють перетворення тимчасово вільних фінансових активів економічних агентів у формі заощаджень в інвестиції за допомогою використання різноманітних фінансових інструментів;
- універсальний характер банківської діяльності, тобто паралельне здійснення ними як суто банківських (депозитно-кредитних й розрахунково-клірингових), так і «небанківських» (інвестиційних) операцій;
- існування концентрованої банківської системи, за якої переважна частка фінансових активів зосереджена в 10-20 найбільших банках;
- домінування більш консервативних (порівняно з зарубіжними аналогами) пакетних фінансових пропозицій та послуг на ринку;
- активність вітчизняних банків на фондовому ринку в контексті його повноцінного розвитку залишається недостатньою, а структура вкладень в цінні папери – архаїчною порівняно з аналогами зарубіжних країн. Навіть швидке зростання портфеля цінних паперів банків у 2010 році здебільшого було зумовлене нарощенням розмірів випуску ОВДП;
- наявність жорсткого державного контролю за діяльністю банківських установ.

Література:

1. Фінансові інструменти для інвестицій // ЦПУ. – 2011. – № 11 (656). – 17 березня.
2. Бюлетень Національного банку України [Електронний ресурс] / Національний банк України. – 2001. – № 2. – Портал НБУ. – Режим доступу: [http://bank.gov.ua/Publication/econom.htm#Бюлетень Національного банку України](http://bank.gov.ua/Publication/econom.htm#Бюлетень%20Національного%20банку%20України).

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙОМУ НА РОБОТУ БАНКІВСЬКИХ СПІВРОБІТНИКІВ

КОВАЛЕНКО Ірина

*студентка 5 курсу спеціальності «Менеджмент організацій»,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

Сьогодні більшість банківських установ активно прагнуть збільшити і «упакувати» свій штат висококваліфікованими, «якісними» фахівцями. У зв'язку з цим набирає обертів тенденція до збільшення HR-бюджету, тобто витрат на залучення необхідного персоналу.

З'явилась можливість використання сучасних технологій для ретельного підбору нових співробітників і перевірку існуючих. В зв'язку з тим, що банківські працівники безпосередньо працюють з фінансовими ресурсами, вони автоматично підлягають під категорію працівників, яких особливо ретельно перевіряють на чесність.

Одним із впроваджених нині методів перевірки є поліграф або «детектор брехні» – це пристрій, який реєструє реакцію людини на поставлені запитання. Кваліфікований спеціаліст інтерпретує його покази. «Детектор брехні» реєструє психофізичні параметри: шкіряні покриви, грудне та діафрагмальне дихання, артеріальний тиск та частоту.

Практика проведення такої процедури інформує роботодавця про:

1. Рівень чесності працівника;
2. Притягнення до відповідальності з причин шахрайства і не добросовісної роботи;
3. Істинних намірів працювати в банківській сфері;
4. В разі внутрішнього розслідування виявити винного і прийняти міри (адже зазвичай, більшість банківських установ переймаються своїм іміджем і не популяризують приватну інформацію).

Пройти перевірку на «детекторі брехні» при прийомі на роботу згодні 72% економічно активних жителів України. Про це говорять результати дослідження, проведеного порталом SuperJob.ua (таблиця 1).

Таблиця 1.

Дослідження порталу SuperJob.ua [2]

Варіанти відповіді	Всі	Стать		Вік, роки				
		чол..	жін..	до 23	24-29	30-39	40-49	50 і старше
Так	72%	76%	67%	75%	70%	71%	70%	83%
Ні	14%	12%	15%	11%	15%	14%	14%	9%
Важко відповісти	14%	12%	18%	14%	15%	15%	16%	8%

Українські чоловіки не заперечують проти посиленої перевірки щирості в 76 % випадків. Жінки ведуть себе дещо обережніше – погодилися на процедуру 67 % досвідчених українок. Найменше бентежить детектор брехні людей старше 50 років (83 %) і молодь до 23 років (75 %).

Результат перевірки на детекторі брехні не достовірний спосіб, вважає американський дослідник Пол Екман. Творці поліграфа спиралися на факт, що обманюючи, людина починає нервувати, а це спричиняє прискорене серцебиття, а як наслідок підвищення температури і тиску. Всі поліграфи мають спільний недолік. Сильна емоція – не обов'язково вина, це може бути гнів, страх або сексуальне збудження. Фізіологічні ознаки ідентичні: підвищення температури, тиску і поліграф реєструє обман.

Альтернативою є вивчення невербальної комунікації – мови тіла, міміки. Людина має 43 мімічні мускули – це 10 000 виразів обличчя, вивчивши їх, обман розпізнати не важко, адже підсвідомість контролювати практично не можливо, а саме вона відповідає за невербальне спілкування. [1].

Компромісом у вирішенні питання може виступити HR-департамент, якому необхідно оволодіти додатковими знаннями та навичками невербальної комунікації, які в подальшому допоможуть прийняти на роботу достойних претендентів, затратити меншу кількість коштів, (послуги поліграфа одноразові та затратні) і передати досвід співробітникам інших відділів.

Слід зазначити, що знання з розпізнавання брехні потрібні не лише при прийомі на роботу, але і при роботі з клієнтами, наприклад, при видачі кредиту.

Навряд чи клієнти банку виявлять бажання пройти поліграф. Освоєння необхідних навичок допоможе працівникам банку непомітно, визначити не добросовісного клієнта не звернувши увагу інших.

З вище сказаного можна зробити висновок, що використання поліграфу – це недостовірні інформація і слід ретельно обдумати, перед впровадженням, чи варто в черговий раз ставити в стресову ситуацію працівника у без того важкій роботі.

Література:

1. Экман П. «Психология лжи. Обмани меня если сможешь.» - СПб.: Питер, 2011. – 304с.
2. ЛІГАБізнесІнформ «Детектор лжи на собеседовании» [Електронний ресурс] // Режим доступу до статті: <http://biz.liga.net>

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ БАНКІВСЬКОЇ РЕКЛАМИ

КОВАЛЕНКО Катерина

*студентка фінансово-економічного факультету
Чернігівський державний інститут економіки і управління*

Загострення конкуренції і жорстка боротьба за клієнта приводять до посилення рекламних кампаній фінансових інститутів, серед яких і банки. В Україні виникає потреба в сучасних більш досконалих і адекватних банківських рекламних технологіях. Створення відповідної банківської реклами з урахуванням всесвітніх тенденцій у цій сфері є найголовнішою метою рекламних агентств або рекламних відділів банків. Але формувати концепції сучасної української банківської реклами необхідно з урахуванням існуючого національного досвіду, поточних тенденцій та вже відпрацьованих технологій [1].

Тепер основне завдання реклами – інформування потенційних клієнтів про існування певного банку та привернення до нього уваги, тобто реклама має інформативніший характер, оскільки сьогодні реальна довіра до неї дуже скоротилася.

Важливою є і якість реклами. Сучасний стан реклами в Україні викликає різку критику з боку маркетологів. Це пов'язано з тим, що вона в багатьох випадках не зацікавляє споживача і навіть навпаки – відштовхує його від купівлі. Необхідно або створювати «якісну» рекламу, яка зацікавить та привабить споживача, або не створювати реклами взагалі, оскільки вона лише погіршить ставлення до банку.

Банки завжди працюють з більш постійною клієнтурою. Вони надають послуги своїм клієнтам розраховуючи на тривалий період. Депозитні і поточні рахунки, індивідуальні сейфи, пластикові карти – послуги довгострокові, і віддачу вони дають через значний проміжок часу. Тому при рекламі банків значно більше ніж в інших видах реклам використовуються прийоми, покликані демонструвати особисте спілкування, персоніфікувати зв'язок клієнта і банку.

Сьогодні необхідно створювати позитивний імідж банку, оскільки українські клієнти все більше вимагають від них «європейської» співпраці з клієнтами. Вона передбачає створення певних правил етики ведення бізнесу. Низка банківських установ України вже проводить рекламну кампанію, яка демонструє їх співпрацю з певними міжнародними фінансовими групами.

Однак дана співпраця несе для банку додаткові фінансові витрати, а також передбачає застосування більш жорсткого контролю за їх діяльністю та підвищення вимог до самого банку. Так у першому півріччі 2012 року найбільший рекламний бюджет мав Перший Український Міжнародний Банк (ПУМБ). Про це йдеться у спеціальному рейтингу, підготовленому компанією Spring Marketing Group. За даними компанії, рекламний бюджет ПУМБу склав 9,254 млн. гривень. На другому місці рейтингу розташувався російський ВТБ Банк з розміром бюджету 7,145 млн. гривень, а замикає трійку лідерів Надра Банк з бюджетом 4,906 млн. гривень. Укрсоцбанк посідає 5-ий рядок (4,329 млн. гривень), Альфа-Банк витратив 2,603 млн. гривень (10-а позиція),

ПриватБанк – 1,159 млн. гривень (17-е місце), а банк "Фінанси та Кредит" витратив всього 839,164 тис. гривень [2].

В Європі більшість потужних компаній, банківських установ будують свою репутацію на засадах соціальної активності, доброчинності та добропорядності, які передбачають низку заходів щодо вирішення проблем людства, таких як захворювання, бідність, забруднення довкілля, а також заходів щодо підтримання здорового та правильного способу життя через спонсорство та доброчинність у сферах спорту, науки, культури, освіти тощо. Однією із сильних сторін закордонних банків є те, що вони звертаються до споживача простою та зрозумілою мовою, з посмішкою, не викликаючи у клієнтів відчуття того, що банк ставиться до нього як до одного з мільйонів вкладників. Це, нажаль, не можливо сказати про українські банки [3].

Ще однією особливістю банківської реклами є те що вона орієнтована на приватних осіб та організації. Якщо рекламне звернення до приватної клієнтури звичайно не викликає у рекламодавців проблем, то спілкування з організацією часто виявляється важкоздійснюваною задачею.

Специфіка банківської реклами визначається також ключовою роллю, яку грає така категорія, як довіра, в банківській діяльності. Успіх в цій сфері, можливо, як у жодній іншій залежить від стійкої репутації організації. Саме тому традиційно більшість банків позиціонує себе як стабільні. Типові приклади традиційної банківської реклами характеризуються такими ключовими словами і оборотами, як: "гарантії", "стабільність", "Заснований у... році", "...років банківських традицій", "Надійність, перевірена часом" і т.п.

Характерним прийомом для більшості банків, які намагаються у рекламних зверненнях інформувати споживачів про свою стабільність та динамічний розвиток, є використання кількісних показників, що характеризують економіку банку. До найпоширеніших показників належать: розмір статутного капіталу банку, розмір активів, величина прибутку, кількість клієнтів та ін. Що стосується якісної характеристики клієнтури, то будь-який

банк пишається наявністю серед своїх клієнтів державних установ, крупних відомих промислових і комерційних компаній і завжди користується можливістю прорекламувати даний факт.

Банківська реклама стає більш клієнт-орієнтованою: у центрі уваги не тільки набір послуг, але і ставлення до клієнта. Найяскравішим прикладом цього є застосування слова "Ваш" в рекламних гаслах. Наприклад:

- Укрпромбанк - "Щиро Ваш...";
- Банк "Надра" - "Банк Вашого життя. Відкритий. Доступний. Ваш";
- Банк "Аркада" - "Банк Вашої родини" та ін. [4].

Розрізняють іміджеву рекламу банку та продуктову рекламу. Під іміджевою рекламою розуміється інформація, що спрямована на кінцевого споживача, яка має на меті формувати у нього певний позитивний образ банку. Сьогодні майже усі банки намагаються сформувати в уявленні клієнтів імідж стабільної, сучасної фінансової установи, яка намагається бути якомога ближче до свого клієнта. Іміджева реклама завжди намагається підкреслити індивідуальність банку та його ексклюзивний підхід до кожного користувача банківських послуг. Доволі вдалим прикладами можна вважати слогани іміджевої реклами таких українських банків, як:

- ПриватБанк – "Ваша точка опори";
- Райффайзен Банк – "Західні стандарти поєднані зі знаннями місцевого ринку".

Метою продуктової банківської реклами є донесення до цільової групи через ЗМІ інформацію про повний спектр банківських послуг, що надається даним банком. Продуктова банківська реклама не обмежується лише інформацією про продукти, а й намагається довести корисність та вигідність певних банківських послуг для цільової групи з метою зацікавити потенційного клієнта звернутися до банківської установи. Цільовою групою для продуктової реклами є не постійні клієнти, а потенційні споживачі послуг даної банківської

установи. Цей вид реклами в ідеалі повинен дати перший поштовх потенційному клієнту для звернення в банк і для сприйняття певного банківського продукту. До прикладів продуктової банківської реклами можна віднести такі рекламні звернення, як:

- "Добробут починається з власної оселі" (Укрсиббанк) – реклама житлового кредитування;
- "Наші сейфи – Ваша безпека" (Аваль) – реклама індивідуальних сейфів для зберігання цінних особистих речей клієнтів [1].

Отже, в сучасній банківській діяльності спостерігається зміна концепції банківської реклами на концепцію динамічного розвитку та нових банківських технологій. Реклама стає більш клієнт-орієнтованою, де у центрі уваги не тільки набір послуг, але і, безпосередньо, ставлення до клієнта. Успішна банківська реклама – це завжди інтегральне рішення декількох взаємопов'язаних задач: формування іміджу і інформування про банківські продукти, залучення нових клієнтів і формування позитивного образу в очах всього населення, одночасний прояв стабільності та динаміки.

Література:

1. Гузь М.М. Аналіз останніх тенденцій національної банківської реклами / М. М. Гузь // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. пр. / Державний вищий навчальний заклад "Українська академія банківської справи Національного банку України". – Суми, 2010. – Т. 17. – С. 253–260.
2. Які банки найбільше витрачають на рекламу? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2012/09/14/287554>.
3. Щукін Л. Створення позитивного іміджу банківської системи в умовах кризи // Вісник НБУ. – 2009. – № 2. – С. 14–15.
4. Косар Н.С., Угольков Є.О., Гайдук А.Б. Особливості маркетингових стратегій банків у сучасних умовах // Вісник Хмельницького національного університету. Науковий журнал. – 2010. – № 6. – С.184–187.

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

КОВАЛЕНКО Наталія

студентка 5 курсу,

Національний університет державної податкової служби України

Присутність банків з іноземним капіталом в Україні з одного боку відповідає інтересам розвитку національної фінансової системи, сприяє залученню іноземних інвестицій та розширенню ресурсної бази соціально-економічного розвитку. Водночас існують досить серйозні фінансові та економічні ризики щодо присутності іноземного капіталу у банківських установах, пов'язані з можливою втратою суверенітету в сфері грошово-кредитної політики, можливим посиленням нестабільності, несподіваними коливаннями ліквідності банків, спекулятивними змінами попиту та пропозиції на грошово-кредитному ринку, можливим впливом відповідних ресурсів [1].

За даними НБУ станом на 01.05.2011 року кількість діючих банків в Україні 177, серед них з іноземним капіталом 54 банки, у тому числі зі 100% іноземним капіталом – 20 банків. Іноземний капітал у статутному капіталі банків України складає 35,2% (табл. 1) [4].

Таблиця 1.

Динаміка кількості банків з іноземним капіталом з 2004 р. по травень 2011р.

Показники	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
								01.01	01.05
Кількість зареєстрованих банків	179	181	186	193	198	198	197	194	195
Кількість діючих банків, з них:	158	160	165	170	175	184	182	176	177
з іноземним капіталом, у т.ч.:	19	19	23	35	47	53	51	55	54
зі 100% іноземним капіталом	7	7	9	13	17	17	18	20	20
Частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків, %	11,3	9,6	19,5	27,6	35	36,7	35,8	40,6	39,9

Стосовно реальних змін, які вже відбулися під впливом іноземного капіталу, слід зазначити, що прихід іноземного капіталу в банківський сектор

призвів до перерозподілу ринку міжбанківського кредитування. Справа в тому, що іноземні інвестори дотримуються консервативнішої політики у відкритті лімітів на міжбанківське кредитування, відбувається їх зниження для деяких банків, установлюються великі розміри мінімальних лотів за міжбанківським кредитом, що суттєво обмежує коло потенційних позичальників і підвищує якісні вимоги до них. На думку експертів, експансія іноземних банків призведе до подальшого розшарування ринку міжбанківського кредитування. Очікується, що близько 90% ринку міжбанківського кредитування буде сконцентровано в 20-23 найбільших фінансових установах. А дрібні банки можуть виявитися «відрізаними» від кредитів великих фінансових установ і підтримки НБУ.

В Україні іноземний капітал належить інвесторам з таких країн як Росія, Франція, Австрія, Польща, Нідерланди, Швеція та інші.

Таким чином, для того, щоб банківська система стабільно функціонувала потрібно вжити певних заходів, до яких можна віднести:

- розробку механізмів поетапного зменшення доларизації вітчизняної економіки;
- обмеження сегментів діяльності банків за участю іноземного капіталу;
- орієнтація та спрямування банківських ресурсів на потреби внутрішнього виробництва і внутрішнього ринку, зменшення критичної залежності від зовнішніх чинників;
- законодавче обмеження рівня валового зовнішнього боргу України;
- встановлення жорстких критеріїв відносно надання дозволів на відкриття в Україні філій іноземних банків;
- передбачення обмеження на здійснення філіями іноземних банків окремих видів діяльності;
- встановлення обмеження на здійснення в Україні діяльності іноземних державних банків з метою запобігання загрози економічної безпеки держави;

- встановлення норми участі іноземного капіталу в загальному капіталі банківської системи України;
- забезпечення державою рівних конкурентних умов для всіх учасників фінансового ринку і т.д. [5].

Важливо, що залучення іноземного капіталу сприятиме зменшенню корупції, легалізації заробітної плати та відповідному збільшенню соціальних відрахувань, підвищенню стандартів гарантування вкладів.

Водночас залучення іноземного капіталу несе й серйозні проблеми не лише для банківської системи, а й для вітчизняної економіки та економічної безпеки в цілому. Серед цих проблем найбільш небезпечними є:

- іноземні банки можуть бути менш схильними до здійснення кредитної діяльності в приймаючій країні;
- присутність іноземних банків послаблює позиції ще недостатньо розвиненої банківської системи країни;
- іноземні банки можуть проводити спекулятивну діяльність, не надаючи повний спектр банківських послуг;
- можлива монополізація ринку;
- низький контроль за прямими іноземними інвестиціями у вітчизняну економіку, здійснюваними через філії іноземних банків [4].

Підсумовуючи вище сказане, можна сказати, що на даний момент важливо на державному рівні визначити міру якісних змін та негативних наслідків присутності іноземного капіталу в банківській системі України. Адже зарубіжні банки насамперед обслуговують іноземний капітал, а не підтримують національного виробника. Необхідно вживати заходів щодо розвитку та підвищення конкурентоспроможності системи вітчизняних банківських установ.

Література:

1. Кириченко М.М. Вплив іноземного капіталу на розвиток банківської системи України // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 6.
2. Бюлетень НБУ. – 2009. – № 3.

3. Global Financial Stability Report. Containing Systemic Risks and Restoring Financial Soundness / International Monetary Fund. – Washington, 2008. – 230 p.

4. Торяник Ж.І. Роль іноземного капіталу у забезпеченні достатності ресурсного потенціалу банків // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №3. – С. 182-188.

5. В результаті допущених помилок банківська галузь опинилась розірваною на фрагменти [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу: http://aub.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=4332&menu=119&Itemid=113.

УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМ РИЗИКОМ БАНКУ

КОВАЛЬОВА Лоліта

студентка 5-го курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Банківський кредит відіграє дуже важливу роль у стимулюванні відтворювальних процесів в українській економіці, оскільки є основним джерелом забезпечення фінансовими ресурсами операційної та інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання. Кредитні операції завжди були і залишаються пріоритетним напрямом діяльності вітчизняних і зарубіжних банків. У структурі активів банків України кредити становлять близько 50 – 70% їхнього загального обсягу та забезпечують 2/3 усіх доходів банківської діяльності. Їх висока дохідність супроводжується підвищеним ризиком, тому вони залишаються найбільш ризиковою складовою банківського бізнесу.

Отже, важливим елементом банківського менеджменту є стратегія управління кредитними ризиками. В ринкових умовах проблема банківських ризиків набуває особливого значення, адже успішність діяльності банків забезпечується саме тоді, коли прийняті ними ризики контрольовані і знаходяться в межах їх фінансових можливостей. Необхідно зазначити, що з кредитним ризиком пов'язані не лише кредитні операції комерційного банку, а й інвестиційні, гарантійні послуги, операції з деривативами, а також послуги кредитного характеру. Кредитний ризик є в усіх видах діяльності, де результат залежить від діяльності контрагента, емітента або позичальника. Він виникає кожного разу, коли банк надає кошти, бере зобов'язання про їх надання,

інвестує кошти або в інший спосіб ризикує ними відповідно до умов реальних чи умовних угод, незалежно від того, де відображається операція – на балансі чи поза балансом.

У 2012 році основними факторами, що впливають на схильність банківської системи до кредитного ризику, залишаються: висока залежність якості доходних активів від фінансового, економічного стану окремих позичальників/галузей економіки/ законодавчого регулювання; значна питома вага валютних активів, в т.ч. кредитів, наданих в минулому позичальникам без валютних надходжень; низька культура обслуговування банківських кредитів, що є, в тому числі, наслідком порівняно невеликого періоду функціонування банківського ринку.

Методи зниження кредитного ризику комерційного банку можна поділити на дві групи: зовнішні (застава, гарантія (порука) та страхування) і внутрішні (аналіз кредитоспроможності позичальника, лімітування, диверсифікація та створення резервів). У разі застосування зовнішніх методів управління кредитними ризиками банк прагне перерозподілити ризик, перекладаючи його частини на інших суб'єктів та/чи об'єкти. Сутність внутрішніх методів зниження кредитного ризику комерційного банку полягає у самострахуванні банком можливих втрат.

Регулювання кредитних ризиків є об'єктивною необхідністю, засадою забезпечення стабільності банківської системи. Комерційні банки повинні застосовувати такі методи щодо зниження кредитного ризику: знизити питому вагу активів, що припадають на клієнтів, які мають труднощі при обслуговуванні заборгованості, нестабільний фінансовий стан; при проведенні кредитних операцій перевагу необхідно віддавати клієнтам, які мають позитивну кредитну історію в банку; у забезпечення за кредитними операціями має надаватися високоліквідне майно, що не підлягає швидкому знеціненню; потрібно встановлювати ліміт сумнівної заборгованості в кредитному портфелі;

кредити необхідно надавати більш дрібними сумами більшій кількості клієнтів при збереженні загального обсягу кредитування.

Враховуючи, що в сучасних умовах основною проблемою стає питання якості активів, потрібно наголосити на необхідності удосконалення системи фінансового моніторингу в банківській системі, а також на використанні зарубіжного досвіду (створення розвинутої системи бюро кредитних історій, співпраця з колекторськими компаніями). Повинна конкретизуватися процедура визначення кредитного рейтингу позичальника, необхідно визначити діапазони значень для окремих фінансових показників.

Управління кредитними ризиками повинно охоплювати всі види діяльності фінансово-кредитної установи, які впливають на параметри її ризиків. А з метою мінімізації кредитних ризиків банківські фахівці повинні проводити постійний моніторинг за кредитним процесом.

Література:

1. Українське кредитно-рейтингове агентство для "Незалежної асоціації банків України" Огляд банківської системи за 2011 рік - результати діяльності, проблеми та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nabu.com.ua/analysis/analysis_reserve/pdf/Ukrainian%20banks%20market%202011%20\(in%20Ukrainian\).pdf](http://www.nabu.com.ua/analysis/analysis_reserve/pdf/Ukrainian%20banks%20market%202011%20(in%20Ukrainian).pdf)

2. Холодна Ю.Є., Латунова К.Б. Управління кредитним ризиком банку: оперативне, тактичне та стратегічне [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/pprbsu/2010_30/10_30_37.pdf

3. Череп А.В. Управління кредитними ризиками банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2010_6_1/40.pdf

4. Шульга Л.В., Землячова О.А. Управління кредитним ризиком [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/fkd/2010_1/part1/15.PDF

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОХОРОНИ УСТАНОВ БАНКІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

КОМІСАР Антоніна
студентка,
Сумський державний університет

Перехід України до ринкової економіки характеризується не тільки формуванням нових виробничих відносин, а й зміною відносин в інших сферах життя. Насамперед переходу до ринкових відносин стали притаманні різного роду кризи, в тому числі політичного, економічного, суспільного характеру, відставання менталітету більшості громадян країни від реалій життя. Кризи, як правило, супроводжуються різноманітними негативними явищами в економіці: поширенням недобросовісної конкуренції, промислового шпигунства, зростанням злочинності, появою корупції, збільшенням частки тіньового сектору економіки. За таких обставин підприємництво все більше стає об'єктом різного роду протиправних і злочинних дій.

Сьогодні в Україні майже 100 % комерційних банків і підприємств великого бізнесу уже створили власні структури безпеки, які з різним ступенем ефективності забезпечують їх захист. Така поведінка підприємців і банкірів цілком зрозуміла і виправдана і до того ж підтверджується світовим досвідом бізнес-діяльності. За деякими даними, захист приватної власності і підприємницької діяльності в розвинутих країнах світу у 70 % випадків здійснюється якраз на приватному рівні. Тобто забезпечення безпеки бізнесу силами приватних установ і організацій є закономірним явищем у суспільстві з ринковими відносинами.

Проблема забезпечення стійкості банківської системи України, зважаючи на реалії сьогодення й доступні для огляду перспективи, дуже актуальна. В даний час є немало публікацій, присвячених теорії і практиці по забезпеченню охорони банківської системи, проводяться дискусії і семінари за участю ділових кіл і представників владних структур, вносяться різні практичні рекомендації по питаннях реформування банківської системи України. Загалом

на стійкість банківської системи впливають: рівень підтримання її ліквідності, впровадження фінансових інновацій, стан охорони інформації, збереження активів, забезпечення прибутковості тощо.

Банківська безпека – стан стійкої життєдіяльності при якому забезпечується реалізація основних інтересів і пріоритетних цілей банку, захист його від внутрішніх і зовнішніх дестабілізуючих факторів незалежно від умов функціонування [1, 4].

М.Зубок розрізняє наступні види безпеки банківської діяльності: особисту, колективну, економічну та інформаційну. А серед об'єктів захисту він виділяє: фінансові ресурси, персонал банку, матеріальні засоби, інформаційні ресурси з обмеженим доступом [2, 10].

Банківська безпека має багатофункціональний і комплексний характер. Від ефективності її організації залежать практично всі сторони і напрями банківської діяльності. Під банківською безпекою мається на увазі організація заходів із запобігання можливим загрозам діяльності банку. Розмір цих загроз, тобто наслідки реалізації, часто завчасно математично не визначені.

Проведений аналіз стану безпеки підприємницької діяльності фахівцями Росії, України та інших країн СНД показує, що основним завданням сил безпеки є виявлення, протидія та нейтралізація загроз безпеки такої діяльності.

До внутрішніх погроз відносяться дії або бездіяльності (у тому числі умисні і ненавмисні) співробітників підприємства, що перечать інтересам його комерційної діяльності, наслідком яких можуть бути нанесення економічного збитку компанії, витік або втрата інформаційних ресурсів (у тому числі відомостей, складових комерційну таємницю і конфіденційну інформацію), підривання її ділового іміджу в бізнес-колах, виникнення проблем у взаєминах з реальними і потенційними партнерами (аж до втрати важливих контрактів), конфліктних ситуацій з представниками кримінального середовища, конкурентами, контролюючими і правоохоронними органами, виробничий травматизм або загибель персоналу і так далі.

До зовнішніх погроз відносять протиправну діяльність кримінальних структур, конкурентів, фірм і приватних осіб, що займаються промисловим шпигунством або шахрайством, неспроможних ділових партнерів, раніше звільнених за різну провину співробітників підприємства, а також правопорушення з боку корумпованих елементів з числа представників контролюючих і правоохоронних органів [3, 56].

Залежно від встановленої категорії охорона установ банків здійснюється підрозділами Державної служби охорони при МВС України, відомчої воєнізованої охорони державних банків або службами охорони банків.

Враховуючи, що охоронна діяльність є ліцензійним видом діяльності, порядок видачі таких ліцензій встановлений постановою Кабінету Міністрів від 03.07.98 № 1020 "Про порядок ліцензування підприємницької діяльності".

Діяльність українських банків щодо забезпечення їх безпеки регламентується не тільки чинним законодавством, що безперечно, а й внутрішніми нормативними актами. Останні також групуються відповідно до форм реалізації заходів безпеки: охорони, режиму та інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності банку.

У комерційних банках юридично закріплюється їх право на запровадження заходів безпеки власними силами. Для цього у статутах передбачається положення, в якому зазначається, що банки мають право на комерційну таємницю, конфіденційну інформацію і їх захист, на охорону своєї власності силами банку, проведення заходів щодо формування інформаційних ресурсів. Встановивши таке право, банки розробляють основний документ з безпеки банківської діяльності – Концепцію безпеки банку.

Охорона банків являє собою комплекс організаційних та спеціальних заходів, спрямованих на обмеження доступу, захист території, приміщень і об'єктів банку від протиправних посягань. Реалізація заходів охорони забезпечує досягнення банком певного ступеня його безпеки.

Охорона банків має комплексний характер і забезпечується як спеціальними заходами, так і відповідним обладнанням споруд банківських установ.

У зв'язку з цим важливою умовою ефективної охорони банків є відповідність банківських споруд і приміщень вимогам і нормам інженерного та охоронного обладнання, їх технічної укріпленості.

Як показує досвід, для охорони приміщень банки застосовують багаторубіжну систему захисту. Перший рубіж охорони захищає будівельні конструкції периметрів приміщень, віконні і дверні прорізи, люки, вентиляційні канали, теплові вводи, тонкостінні перегородки та інші елементи приміщень, доступні для проникнення ззовні.

Другий рубіж охорони контролює простір у середині будинку або приміщень. Сигнал тривоги надходить у разі несанкціонованого проникнення сторонньої особи до приміщення [4, 97].

Третій рубіж охорони становлять засоби для блокування підходів до окремих предметів, елементів обладнання приміщень, робочих місць.

Останнім часом велика перевага надається охоронному телебаченню. Воно приваблює тим, що дає можливість не тільки встановлювати факт порушення режиму охорони, а й контролювати обстановку у динаміці розвитку, визначати небезпеку дій та вести приховане спостереження і здійснювати відеозапис.

Метою впровадження охорони в установах банків є забезпечення захисту клієнтів, співробітників, відвідувачів, цінностей та майна банків від протиправних посягань у межах цих установ.

Система економічної безпеки кожного підприємства є індивідуальною, її повнота і дієвість залежать від чинної в державі законодавчої бази, від обсягу матеріально-технічних і фінансових ресурсів, виділених керівниками підприємств, від розуміння кожним з працівників важливості гарантування безпеки бізнесу, а також від досвіду роботи керівників служб безпеки підприємств.

Надійна економічна безпека підприємства можлива лише за комплексного і системного підходу до її організації. Ця система забезпечує можливість оцінити перспективи зростання підприємства, розробити тактику і стратегію його розвитку, зменшити наслідки фінансових криз і негативного впливу нових загроз та небезпек.

Література:

1. Зубок М.І. Безпека банків. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002.
2. Зубок М., Спектор В., Воронин Ю. Правовые основы охранной деятельности в Украине. – К.: ИБ: УЭС, 1999.
3. Зубок М., Ніколаєва Л. Організаційно-правові основи безпеки банківської діяльності в Україні. – К.: Істина, 2000.
4. Предборський В., Тараненко Ю. та ін. Правові основи захисту банківської системи від злочинних посягань. – К.: НАВСУ, 1998.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

КОПІЙКА Тетяна

студентка,

Миколаївський комплексу національного університету

«Одеська юридична академія»

В сучасних умовах постала проблема в більш детальному вивченні проблем правового регулювання банківської діяльності, враховуючи роль, яку відіграють банки в економічному житті України. Між тим, правове регулювання банківської діяльності належить до найбільш складних і найменш розроблених проблем національного права. Таким чином, актуальним в наш час буде висвітлення теми щодо правового регулювання банківської діяльності в Україні.

Згідно із ст.1 Закону України «Про Національний банк України» банківське регулювання є однією із функцій Національного банку України, яка полягає в створенні системи норм, що регулюють діяльність банків та визначають загальні принципи банківської діяльності, порядок здійснення банківського нагляду і відповідальність за порушення банківського законодавства [1]. Закон України «Про банки і банківську діяльність», а саме ст. 66, визначає, що правове регулювання діяльності банків здійснюється

Національним банком України у формах адміністративного та індикативного регулювання [2].

Вчені саме поняття «регулювання банківської діяльності» трактують по-різному. Орлюк О.П. визначає, що правове регулювання банківської діяльності є одною із форм державного управління, що становить собою систему заходів, за допомогою яких держава через Національний банк (або інший уповноважений орган) забезпечує стабільне та безпечне функціонування банків. Хаб'юк О. під банківським регулюванням розуміє формування та застосування державою заходів впливу на банківську сферу для досягнення державних цілей. Роговая Н.В. зазначає, що правове регулювання банківської діяльності містить такий компонент, як нагляд, оскільки воно неможливе без контролю. Грушко В.І. взагалі ототожнює поняття «правового регулювання банківської діяльності» та «банківського нагляду».

Одним із основних напрямків діяльності Національного банку України є розвиток та зміцнення банківської системи. Здійснюючи такий напрямок діяльності, НБУ набуває публічно-правове спрямування на стабілізацію банківської системи, створюючи необхідні умови для реалізації права на здійснення банківської діяльності. Таке право на здійснення банківської діяльності випливає з конституційного права на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. А це означає, що держава зобов'язана охопити сферою свого впливу банківську діяльність.

Банківська діяльність будучи багатогранною діяльністю, є формою фінансового, кредитного і валютного регулювання. Держава зацікавлена в жорсткому регулюванні банківської діяльності за допомогою якого держава забезпечує виконання своїх завдань і функцій. Для здійснення банківської діяльності комерційні банки повинні отримати від НБУ ліцензію та дотримуватися економічних нормативів.

Чинне законодавство визначає монопольне становище банків на ринку банківських послуг та вплив банківської діяльності на економіку держави, що в

свою чергу викликає необхідність здійснення з боку НБУ банківського регулювання і банківського нагляду.

Банківська діяльність повинна мати законний характер і здійснюватися юридичними особами у встановленому законом порядку. Банківська діяльність отримує своє правове відображення в банківському законодавстві – в системі нормативних актів, що видаються відповідними органами держави. Звідси банківська діяльність тісно пов'язана з банківським правом, яке створює можливість для регулювання і поліпшення банківської діяльності.

Створення банківського законодавства, розвиток та формування банківської системи, забезпечення правового регулювання банківської діяльності обумовлює актуальність проблеми банківського права.

Метод правого регулювання банківської діяльності дещо неоднорідний. З одного боку, використовується метод владних приписів, що властивий адміністративному праву, – інтереси держави представляють органи, наділені нею владними повноваженнями. Існують також владні відносини між НБУ і комерційними банками. З іншого боку відносини банків з клієнтами базуються на юридичній рівності сторін, тобто застосовується цивільно-правовий метод регулювання суспільних відносин. Правові норми, що регулюють банківські відносини, містяться насамперед як у загальних, так і у спеціальних, присвячених регулюванню тільки банківських відносин, нормативних актах. До них відносяться Конституція України, закони України, постанови ВРУ, Укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, постанови, положення й інструкції НБУ та Міністерства фінансів України, статuti банків тощо. Особливо великого значення для регулювання банківської діяльності набувають норми конституційного права, що встановлюють компетенцію органів законодавчої та виконавчої влади у сфері кредитно-грошової політики, обігу державних цінних паперів. В конституційному праві закріплені загальні принципи і положення, що стосуються банківської діяльності держави. Наприклад, у ст. 99 Конституції України зазначається, що забезпечення

стабільності грошової одиниці є основною функцією центрального банку держави – НБУ [3].

Державне регулювання банківської діяльності здійснюється у формі адміністративного та у формі індикативного регулювання. В основу адміністративного регулювання покладено використання засобів впливу переважно організаційно-владного характеру. За допомогою адміністративного регулювання забезпечується нормальне функціонування банківської системи відповідно до вимог законодавства та нормативно – правових актів НБУ. До адміністративного регулювання належать: реєстрація банків і ліцензування банківської діяльності; встановлення вимог та обмежень щодо діяльності банків; надання рекомендацій щодо діяльності банків; нагляд за діяльністю банків; застосування санкцій адміністративного чи фінансового характеру[4]. На відміну від адміністративного, індикативне регулювання передбачає використання НБУ різних методів при проведенні грошово-кредитної політики з метою забезпечення стабільності грошової одиниці. До індикативного регулювання належать: визначення процентної політики; рефінансування банків; кореспондентських відносин; управління золотовалютними резервами; операції з цінними паперами на відкритому ринку; імпорту та експорту капіталу.

Отже, метою правового регулювання банківської діяльності має стати забезпечення доступними правовими методами розвитку банківської діяльності, яка є запорукою поліпшення добробуту населення та затвердження України в міжнародному співтоваристві як незалежної демократичної держави, щоб бути рівноправним членом Європейського Союзу.

Література:

1. Закон України «Про Національний банк України» від 20 травня 1999року // Відомості Верховної Ради України. – 1999. - № 29. – Ст. 238.
2. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 7 грудня 200 року // Відомості Верховної Ради України. – 2001. - № 5-6. – Ст. 30.
3. Конституція України, прийнята на П'ятій сесії ВР України, 28 червня 1996 року.

4 Кіреєв О., Кротюк В., Карчева Г. Основні тенденції в діяльності банків України // Вісник НБУ. – 2002. – № 1.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВ У ФІНАНСОВО – ГОСПОДАРСЬКОМУ СЕКТОРІ РЕГІОНУ

КОРЕНЧУК Андрій

викладач кафедри правознавства

*Приватний вищий навчальний заклад «Кіровоградський інститут
регіонального управління та економіки»*

Функціонування ринкової економіки країни неможливе без ефективної банківської системи, яка забезпечує функціонування грошового ринку, активно обслуговує і впливає на всі економічні та соціальні процеси, які відбуваються в державі, виступає важливим складником інвестиційного процесу. [1]

Основою економічних успіхів сучасної країни є надійне та стабільне функціонування вітчизняної банківської системи. Без комплексного підходу до вирішення економічних проблем, врахування соціально-економічних особливостей розвитку окремих регіонів, різниці в обсязі пропонованих регіонами банківських послуг неможливе створення та функціонування ефективної банківської системи, яка сприяє всебічному та динамічному розвитку держави.

Регіональна банківська система є невід'ємною складовою господарського комплексу регіону і тісно пов'язана з його розвитком. На регіональному рівні банківська система є невід'ємною складовою регіональної економічної системи, тому у відповідності до виконуваних нею завдань визначається специфіка її ролі в регіоні. Від того, наскільки ефективно банки будуть виконувати покладені на них завдання в регіоні, залежить результативність взаємодії банківського сектору та регіональної економіки. Це пов'язано, у першу чергу, з тим, що «банківські інститути, крім власне фінансово-кредитних функцій, виконують унікальні функції системоутворення діяльності всіх суб'єктів економічних відносин по отриманню банківських послуг [2].

В Україні практично не застосовувалися механізми створення спеціалізованих банків, які успішно існують у банківських системах європейських країн. Як зазначають Т. Смовженко й О. Другов, для створення спеціалізованих банків потрібно вдосконалювати законодавчу та нормативну бази здійснення банківської діяльності. Розробляючи законодавчі акти щодо функціонування спеціалізованих банків, треба виходити з тези, що «створення спеціалізованих банків в Україні посилить банківську систему, зробить її діяльність ефективнішою». [3]

В Україні створена централізована банківська система. Більшість банків та більша частина активів банківської системи зареєстровані та знаходяться в 3-4 регіонах – м. Київ, Київська, Дніпропетровська та Донецька області. Всі банки виступають як універсальні не зважаючи на їх назви. Фактично в Україні відсутні спеціалізовані банки, які могли б надавати однотипні послуги або здійснювати фінансування (кредитування) певного сектору народного господарства. Так, не існує жодного спеціалізованого аграрного банку, який би здійснював обслуговування досить специфічний сектор виробництва як сільське господарство. Банки пропонують лише окремі кредитні програми для суб'єктів господарювання агропромислового комплексу, які все ж таки не відповідають їх потребам. Адже відсотки за кредитними договорами мають сплачуватись щомісячно, а більшість сільськогосподарських підприємств одержують сезонний дохід.

Функціонування банків, у тому числі регіональних, їх прибуток, розвиток, напряму залежить від економічного розвитку регіону, доходів фізичних та юридичних осіб.

Одним із факторів, що дають змогу оцінити рівень фінансово-економічного та господарського розвитку регіону є розмір середньої заробітної плати. Відповідно до офіційних даних Державної служби статистики, найвищий рівень середньої зарплати в Україні в серпні 2012 р. спостерігався в Києві – 4,571 тис. грн. (скоротилася порівняно з липнем 2012 року на 2,7%,

порівняно з серпнем 2011 року зросла на 12,7%), а також у Донецькій – 3,576 тис. грн. (-1,2%; +12,3% відповідно), Київській – 3,369 тис. грн. (+3,1%; +17,7%) і Луганській областях – 3,19 тис. грн. (-1,2%; +14,5%).

Найнижчий рівень середньої зарплати відзначено в Тернопільській області – 2,196 тис. грн. (скоротилася порівняно з липнем 2012 року на 1,8%; порівняно з серпнем 2011 року зросла на 14,1%), Херсонській – 2,278 тис. грн. (-5,1%; +13,8%), Чернівецькій – 2,377 тис. грн. (-5,4%; +16,5%) і Чернігівській областях – 2,382 тис. грн. (-3,7%; +17,2%).

В цілому зниження рівня середньої заробітної плати в серпні проти липня 2012 року спостерігалось в 23 областях, а також у Києві, Севастополі і АР Крим, відповідно, цей показник підвищився в 1 області (Київська область). Розмір середньої заробітної плати складає від 20196 грн. в Тернопільській області до 4571 грн. в м. Києві.

Враховуючи рівень середньої заробітної плати, банкам слід розробити нову кредитну політику (відсоткову ставку, строки оплати та ін.) щодо кожного окремого регіону.

Таким чином, розвиток, створення та діяльність регіональних банків, в тому числі спеціалізованих, що спрямовані на певний сегмент економіки або певний регіон, має стати пріоритетним напрямом реформування банківської системи, з урахування специфіки економічного розвитку регіону, доходів фізичних та юридичних осіб.

Література:

1. Карасьова З. М., Шахова О. О. Регіональні аспекти розвитку банківської системи України на прикладі Харківської області / З. Карасьова, О. Шахова // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2012. – №7. – С. 138-140.
2. Качук В. Банківська система Харківської області – важлива складова економічного потенціалу регіону / В. Качук // Вісник Національного банку України. – 2006. – № 1. – С. 2 – 9.
3. Смовженко Т. Проблеми та перспективи розвитку банківської системи в умовах євроінтеграції України: організаційний аспект / Т. Смовженко // Вісник НБУ. – 2005. – № 11. – С. 34–37.

ЕФЕКТИВНІСТЬ БАНКІВСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ

КОРОБЕНКО Марія

*студентка 2 курсу магістратури
спеціальності “Банківська справа”
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

В умовах всеохоплюючої економічної глобалізації, коли в різних частинах світу все частіше спалахують банківські, фінансові та валютні кризи, загострюється питання стосовно забезпечення стабільного економічного розвитку. Провідну роль у цьому відіграє надійний банківський сектор.

Визначальними факторами при формуванні довіри з боку вкладників, партнерів, інвесторів до банків є фінансова стійкість і стабільний розвиток останніх. Фінансова стійкість і стабільний розвиток мають бути не лише короткочасними досягненнями банків, а й їх стратегічними завданнями, від чого, у свою чергу, залежатиме динамічність ринкових перетворень і підвищення соціальних стандартів.

Фахівці з менеджменту вважають управління сучасним банком однією з найбільш складних сфер людської діяльності, оскільки в умовах ринкової економіки банки знаходяться в центрі багатьох суперечливих і важкопрогнозованих процесів, що відбуваються в економіці, політиці та соціальній сфері. Кризові явища в банківському бізнесі, з одного боку, пов'язані з макроекономічними проблемами, що ззовні впливають на діяльність банків, а з іншого – з вагомим впливом внутрішніх чинників, серед яких, окрім проблем фінансового характеру, значне місце займають труднощі в галузі управління, технологій та організації власної діяльності [5].

Для банків України характерними є:

- відсутність обґрунтованої концепції розвитку та управління;
- недосконалість кадрової політики, тобто системи підбору, навчання та розміщення персоналу;
- недосконала система інформаційного забезпечення процесу управління;

- недосконала система аналізу, планування та прогнозування;
- слабкі горизонтальні зв'язки між структурними підрозділами і, як наслідок, – неузгодженість роботи банку та прийняття неефективних рішень;
- відсутність цілісного комплексу внутрішньобанківської документації, що регламентує всі сторони діяльності, робить прозорими для клієнтів і працівників процедури підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень [5].

Як критерії фінансової стійкості банку часто використовуються економічні нормативи, встановлені регулятивними органами. При цьому застосовуються методики оцінки фінансового стану банку, створені за рекомендаціями НБУ, Базельського комітету з банківського нагляду, Світового банку, провідних консалтингових компаній, науковців тощо. Проте факт дотримання певних нормативів не завжди дозволяє зробити обґрунтовані висновки щодо фінансової стійкості банку [3]. Банківська система України загалом стабільно дотримується заданих нормативів.

Рівень достатності капіталу вітчизняного банківського сектора є досить високим серед країн, які знаходяться на етапі розвитку своїх банківських систем. Порівняно високою є й частка банківського капіталу в активах. Проте середній індекс фінансової сили українських банків, розрахований рейтинговим агентством Moody's як певний рівень внутрішньої надійності та стабільності банків (без урахування зовнішніх кредитних ризиків), є одним з найнижчих – лише 8,3 (зі 100 можливих) в 2011 р. [1].

В країнах з ринковою економікою для узагальненої характеристики місця банку на ринку фінансових послуг, його платоспроможності, прибутковості, надійності тощо прийнято застосовувати порівняльні (рейтингові) інтегральні оцінки. В Україні подібні системи використовуються мало. До того ж, серед науковців і фахівців банківської справи не існує єдиної думки щодо показників та методології застосування рейтингових систем. Нині лише незначна частина банків отримали рейтинги міжнародних рейтингових агентств, що, як правило,

оцінюють кредитні рейтинги або рейтинги боргових зобов'язань чи певних фінансових інструментів.

Рейтинги банків визначаються, зокрема, в проекті “Український фінансовий сервер” за даними Асоціації українських банків. Вагома перевага проекту – публічність рейтингів, які доступні будь-якому користувачу мережі Інтернет. Але комплексна оцінка не проводиться – тут рейтинги є звичайними списками банків, відсортованих у порядку зменшення одного з показників (капітал, статутний капітал, фінансовий результат) або коефіцієнтів (ліквідності, рентабельності тощо). Такий спрощений підхід дає оцінки, неадекватні реальному стану банків.

Запроваджена НБУ система CAMELS є досить надійною, адже використовує широку множину економічних показників та результатів аудиторських досліджень банків. Проте вона є не публічною системою і, за своєю специфікою, не може бути оперативною [2].

Компонентами цієї системи є:

«С» (Capital adequacy) – адекватність капіталу; оцінка капіталу банку з погляду його достатності для захисту інтересів вкладників;

«А» (Asset quality) – якість активів; можливість забезпечення повернення активів, а також вплив проблемних кредитів на загальний фінансовий стан банку;

«М» (Management) – менеджмент; оцінка методів управління банківської установи з урахуванням ефективності її діяльності, порядку роботи, методів контролю і виконання вимог законів і установлених правил;

«Е» (Earnings) – надходження або рентабельність; оцінка рентабельності банку з погляду достатності його доходів для перспектив розширення банківської діяльності;

«L» (Liquidity) – ліквідність; система визначає рівень ліквідності банку з погляду її достатності для виконання як звичайних, так і непередбачених зобов'язань.

Третім компонентом системи рейтингу CAMEL є управління. Як правило, управління оцінюють в останню чергу, оскільки при цьому узагальнюють інші важливі компоненти аналізу. Зрозуміло, що методи управління необхідно оцінювати суб'єктивно, і для цього не можна використовувати коефіцієнтні показники (як по інших компонентах системи CAMEL) [4].

Оцінювати управління починають з огляду ефективності роботи банку. Банки з гарним управлінням мають адекватний розмір капіталу, високу якість активів, достатні надходження і належний рівень ліквідності. Оцінюючи методи управління, не менш важливо проаналізувати банківську політику і різні наявні в банку системи, у тому числі систему контролю. Політика банку визначає курс за основними напрямками банківської діяльності (наприклад, надання кредитів, участь у валютно-фінансових операціях, а також управління ліквідністю) і, таким чином, є керівництвом до дій для керуючого банком. Системи і методи контролю забезпечують ефективне дотримання основних напрямків політики банку.

З точки зору структури ресурсної бази, можна виокремити три моделі ведення банківського бізнесу:

- перша орієнтована на залучення коштів фізичних осіб як основного джерела банківських ресурсів (наприклад, ПуАТ «Приватбанк», ПуАТ «Ощадбанк»);
- друга характеризується високою часткою міжбанківських кредитів, які отримані переважно від материнських іноземних банків (ПуАТ «Укрсоцбанк», ПуАТ «ВТБ Банк»);
- третя спрямована на рівномірне поєднання всіх джерел банківських ресурсів (ПуАТ «Райффайзен Банк Аваль», ПуАТ «ПУМБ») [1].

Крім того, напрями розміщення сформованої ресурсної бази також становлять одну з потенційних детермінант фінансової стійкості, зокрема надмірна концентрація активів (наприклад, висока частка кредитного портфеля в структурі активів банків), невдало обрана клієнтська (орієнтація на

роздрібному чи корпоративному бізнес-напрямку) чи галузева спеціалізація можуть спричиняти втрату банківської стійкості.

Отже, існує безліч методів оцінки фінансової стійкості банку і ефективність банківського менеджменту вже давно присутня в багатьох моделях як важливий елемент її забезпечення. Але відсутні конкретні моделі та методи оцінки саме ефективності банківського менеджменту. Оцінювати управління починають з огляду ефективності роботи банку. Банки з гарним управлінням мають адекватний розмір капіталу, високу якість активів, достатні надходження і належний рівень ліквідності. Але досі методи управління оцінюються суб'єктивно, базуючись на коефіцієнтних показниках діяльності банку.

Література:

1. Банківська статистика / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua/Statist/index.htm>.
2. Алексеєнко М. Д. Оцінка власного капіталу банку за допомогою методу коефіцієнтів / М. Д. Алексеєнко // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. № 4. – С. 288–293.
3. Усоскин В. М. Базельские стандарты адекватности банковского капитала: эволюция подходов / В. М. Усоскин // Деньги и кредит. – 2000. – № 3. – С. 39–51.
4. Кочетков, В. М. Організація управління фінансовою стійкістю банку в ринкових умовах: [монографія] / В. М. Кочетков. – К. : Вид-во Європейського університету, 2003. – 300 с.
5. Масленченков, Ю. С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: технология финансового менеджмента клиента / Ю. С. Масленченков. – М.: Перспектива, 1997. – 214 с.

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ

КОРОЛЮК Тетяна

*к.е.н., старший викладач кафедри
макроекономіки та державного управління,
СДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Питання ролі банківського менеджменту актуалізувалось ще у 30-ті роки ХХ ст. Світова фінансова криза 2008 р. ще раз підтвердила, наскільки важливий ефективний менеджмент для забезпечення стабільності не лише банків, а й національної економіки.

Необхідність постійного удосконалення практики управління банківською діяльністю пов'язана, по-перше, із специфікою її економічної природи (охоплення інтересів багатьох суб'єктів, здатність мультиплікувати гроші, динамізм фінансових інновацій, високоризикованість і необмеженість діяльності у просторі та часі, схильність до монополізації тощо); по-друге, протиріччями розвитку як самих фінансових інститутів, так й економіки в цілому; по-третє, перманентним характером кризових явищ; і по-четверте, необхідністю забезпечення стійкості та стабільності діяльності банків.

Одним із рівнів банківського менеджменту є стратегічне управління банківською системою країни з боку державних органів влади, на яких покладаються функції створення нормативно-правового поля діяльності; гарантування прав та захист інтересів як кредиторів, так і позичальників; попередження та подолання наслідків фінансової кризи; створення умов подальшого розвитку банків та економіки в цілому.

Однак на сучасному етапі розвитку існує низка проблем функціонування банків в Україні: нераціональна політика нарощування ліквідності; збитковість та високоризикованість діяльності; розбалансованість активно-пасивних операцій за обсягами, валютою та строками; занадто відкрита валютна позиція; обмеженість довгострокової ресурсної бази; наявність значної частки

«проблемних» і бланкових кредитів; низький рівень капіталізації; висока вартість фінансових послуг; низький рівень інвестиційної активності та слабкий зв'язок із реальним сектором економіки; експансія іноземного капіталу і зростання вразливості до зовнішніх «шоків»; недостатня транспарентність діяльності та низький рівень суспільної довіри тощо. Все це призводить до дестабілізації діяльності банків, їх неплатоспроможності та ліквідації, і є, у значній мірі, результатом банківського менеджменту, рівень якого не відповідає сучасним викликам, які перед ним постали.

Одним із критеріїв ефективного антикризового управління банківською діяльністю є безпосередньо її фінансові результати, показники стійкості, ліквідності та платоспроможності. Слід відзначити, що до кризи 2008 року банки в Україні переживали бурхливий розвиток: зростали їх загальні активи, обсяги кредитування та залучення депозитів, прибутковість тощо (табл. 1).

Таблиця 1.

Динаміка показників діяльності банків України на поч. періоду

Показник	Рік							
	2001	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Загальні активи банків, млрд. грн.	39,9	141,5	223,0	353,1	619,0	973,3	1001,6	1090,2
Співвідношення високоліквідних та загальних активів, %	20,8	16,7	16,4	12,7	10,3	8,2	7,9	-
Надані кредити, млрд. грн.	23,6	97,2	156,4	269,7	485,5	792,4	747,3	755,0
Темпи зростання, %	-	-	160,9	172,4	180,0	163,2	94,3	101,0
Залучені депозити, млрд. грн.	16,0	-	134,8	185,9	283,9	359,7	335,0	416,6
Темпи зростання, %	-	-	-	137,9	152,7	126,7	93,1	124,3
Частка простр. заборг. за кредитами у загальному обсязі кредитів, %	11,4	3,2	2,2	1,6	1,3	2,3	9,3	11,2
Частка вкладення в цінні папери в загал. обсязі кредитного портфеля, %	9,3	8,3	9,1	5,4	5,9	5,1	5,2	11,1
Середньозважена депозитна ставка, %	13,4	8,5	8,0	6,8	7,2	8,3	11,8	9,4
Середньозважена кредитна ставка, %	40,1	-	14,6	14,1	13,5	16,0	18,3	14,6
Зобов'язання, млрд. грн.	30,6	115,9	188,4	297,6	529,8	806,8	765,1	804,4
Темпи зростання зобов'язань, %	-	-	162,5	158,0	178,0	152,3	94,8	105,1
Власний капітал, млрд. грн.	6,5	18,6	25,4	42,6	69,6	119,3	115,2	137,7
Темпи зростання власного капіталу, %	-	-	136,5	167,7	163,4	171,4	96,6	119,5
Частка іноземн. капіталу в статутному, %	13,3	9,6	19,5	27,6	35,0	36,7	35,8	40,6
Результат діяльності, млрд. грн.	-0,03	1,3	2,2	4,1	6,6	7,3	-38,4	-13,1
Рентабельність активів, %	-0,09	1,1	1,3	1,6	1,5	1,0	-4,4	-1,4
Рентабельність капіталу, %	-0,45	8,4	10,4	13,5	12,7	8,5	-32,5	-10,2

Джерело: складено автором на основі даних офіційного сайту НБУ [Електронний ресурс] : <http://www.bank.gov.ua>

Однак світова фінансова криза негативно вплинула на результати діяльності, зросла частка «проблемних» кредитів (за оцінками рейтингових

агенцій на поч. 2011 р. складала понад 40 %), скоротився власний капітал через необхідність обслуговування зовнішнього боргу. В останні роки темпи зростання капіталу банків перевищили темпи зростання зобов'язань, що негативно відобразилося на прибутковості. Таке нераціональне нарощування ліквідності гальмує кредитну активність, відповідно, економічний розвиток країни. Не зважаючи на зростання капіталу банків, порівняно з іншими країнами, його величина низька. Якщо у країнах Центральної та Східної Європи частка банківського капіталу у ВВП складає 40 %, у країнах ОЕСР – 80 %, то в Україні у 2010 р. даний показник склав 12,7 %. А тому проблема низького рівня капіталізації банків в Україні залишається відкритою.

Зменшення частки високоліквідних активів в загальних свідчить про зростання ризиків ліквідності банківської системи. Частка вкладень в цінні папери в загальному обсязі кредитного портфеля протягом 2006-2009 рр. склала близько 5 %, лише у 2010 р. зросла вдвічі, що пов'язано із вкладанням коштів в ОВДП як надійне та швидке джерело збагачення. Це свідчить про низьку інвестиційну активність банків.

Процентні доходи складають основу доходів банків в Україні, що говорить про високоризикованість та спекулятивність їх діяльності. Середньозважена процентна ставка за депозитами приблизно вдвічі менша за процентну ставку по кредитах. На відміну від кредитів, залучення депозитів носить переважно короткостроковий характер (до 1 року), виникає проблема розбалансування активно-пасивних операцій як за строками, так і за обсягами, валютою. Все це обумовлює зростання кредитних та валютних ризиків банків, і загострює проблему підвищення якості управління активами та пасивами з метою забезпечення стабільності банківської діяльності у довгостроковому періоді.

Поряд з цим зростає частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків, яка на кін. 2010 р. склала 40,6 %, що становить загрозу національній безпеці. Порівняно з 2005 р. даний показник зріс на 31 п.п. Водночас необхідно враховувати, що іноземні банки не зацікавлені у розбудові вітчизняної

економіки, а керуються лише принципами швидкого збагачення, прикладом тому є зарубіжний досвід Польщі.

Підвищення рівня якості банківського менеджменту вимагає врахування наступних тенденцій розвитку: 1) трансформації ролі банків, які стають не лише чинником економічного зростання, а й стабільності економіки; 2) ускладнення форм діяльності та виникнення фінансових конгломератів; 3) поглиблення фінансової глобалізації, яка загострює проблему фінансових криз у світовому масштабі; 4) бурхливого розвитку фінансових інновацій (зокрема, інструментів сек'юритизації), що вимагає удосконалення їх обліку та оцінки; 5) відриву фінансового сектору від реального та перетворення його в самостійну спекулятивну сферу економіки.

Зусилля Нацбанку, як головного регулятора діяльності банків, повинні бути спрямовані не лише на підтримку ліквідності банківської системи, а й на ідентифікацію слабких банків та підтримку системно важливих, підвищення якості управління на внутрішньому рівні, створення умов активізації банківського інвестування реального сектору економіки. Укрупнення банків шляхом злиття та поглинання сприятиме зменшенню кількості дрібних та фіктивних банків, зростанню капіталу та інвестиційних можливостей банків.

Таким чином, удосконалення організаційно-економічного механізму державного управління банківською діяльністю в Україні на шляху забезпечення її стабільності та сталого розвитку національної економіки включає наступні заходи:

- організаційно-правові – здійснення макропруденційного нагляду за усіма банками на основі вимог Базеля-2, проведення стрес-тестування з метою раннього попередження кризових явищ, удосконалення та розробка методик оцінки ризиків від вкладання капіталу, створення центрального бюро кредитних історій задля зменшення обсягів «поганих» кредитів, адаптація законодавства до вимог світових регулятивних організацій, розробка національних програм підвищення фінансової культури громадян; розробка та

прийняття Банківського кодексу, який акумулював би усю сукупність нормативно-правових актів регулювання діяльності банків, що сприятиме уникненню неоднозначності та розпорошеності банківського законодавства, забезпеченню системності, прозорості та зрозумілості стандартів і принципів діяльності банків; удосконалення процедури рефінансування шляхом розробки її стратегії, в якій би відображалися рівний доступ усіх банків до отримання допомоги Національного банку, вартість кредитних ресурсів для різних банків, умови їх отримання (наявність ліквідної адекватної застави (державні облігації, депозитні сертифікати НБУ), позитивної кредитної історії, програми фінансового оздоровлення тощо), закріплювався контроль та відповідальність за використання наданих коштів;

- економічні – удосконалення системи захисту вкладів з метою підвищення рівня суспільної довіри до банківської системи, стимулювання інвестування завдяки участі у розподілі ризиків шляхом гарантування вкладів та їх дохідності, сприяння трансформації неорганізованих заощаджень домогосподарств (за різними підрахунками складають більше половини ВВП України), в організовані, запровадження диференціації внесків банків до Фонду гарантування депозитів залежно від ризикованості їх діяльності;

- адміністративні – встановлення обмежень на володіння високоризикованими активами та квот присутності іноземного капіталу у капіталі банків, підвищення вимог до статутного, регулятивного капіталу, до застави та матеріального стану позичальників, вимог до кваліфікаційного рівня фінансового менеджменту, підвищення резервних вимог за зобов'язаннями банків в іноземній валюті;

- інформаційні – підвищення транспарентності діяльності банків (щодо реального розміру капіталу, величини «поганих» активів) і Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, прийняття в банках кодексів професійної етики, здійснення консультування через Інтернет-ресурс та ін.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

КОЧАНОВА Дар`я

студентка,

Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького

Стабільність банківського сектора в сучасних умовах залишається однією із ключових проблем в Україні. Зокрема, економічна криза, яка охопила більшість галузей економіки, вплинула і на банківський сектор, уразливість якого визначена такими факторами:

- кредитний ризик чи ризик погіршення банківських активів;
- частковий відтік депозитів з банків, що зумовило виникнення ризику ліквідності;
- зниження рентабельності внаслідок зменшення доходів банків;
- обмеження доступу українських банків на міжнародні фінансові ринки [1, 7].

Разом з тим фінансова криза виявила низку проблем у діяльності багатьох банків України. Серед них такі:

- неоптимальна організація бізнес-процесів банку;
- відсутність стратегії розвитку в умовах кризи;
- недостатній контроль за концентрацією та якістю кредитного портфеля;
- відсутність стандартизованої технології по роботі з проблемними позичальниками;
- недосконала система оцінки відсоткового, валютного ризиків і ризику ліквідності;
- неефективне фінансове планування і бюджетний контроль [1, 8].

Сьогодні найголовнішою проблемою розвитку як банківської системи, так і фінансового ринку в цілому є те, що банківська система майже не проводить активних операцій на кредитному ринку. Це дає підстави стверджувати, що вона належним чином не виконує функцію фінансового забезпечення сталого економічного розвитку. Причин такої ситуації фахівці та експерти вже назвали

не мало, але, на наш погляд, – це високі банківські ризики на вітчизняному фінансовому ринку. Сьогодні за офіційною статистикою біля 12 % кредитів класифіковано як прострочені, однак у портфелі кожного банку є доволі високий відсоток пролонгованих кредитів на основі “зм’якшення умов кредитних договорів” або умов кредитування. Фінансово-економічна криза, в яку першою увійшла банківська система, продемонструвала, що на кредитному ринку кредитор має потребу в розширенні наявної інформації про позичальника, наявність тіньового бізнесу робить неможливим відрізнити фірму з високим ступенем ризику від надійного позичальника. Це призводить до того, що позичкові кошти часом не знаходять шляху до підприємств з достатньо високими інвестиційними можливостями. Тобто кредити отримують підприємства, які є ненадійними позичальниками, що гальмує розвиток економіки. Слабка законодавча база не дає можливості кредитору відслідковувати виконання окремих умов кредитних договорів. Таким чином, кредитор не має можливості знизити свої ризики, тому зменшує кредитні потоки, а економіка не отримує коштів, що зменшує її зростання [2, 99].

Сучасний стан економіки потребує відтворювального розвитку підприємств, що вимагає тісної взаємодії з банками – отримання кредитів, нових форм розрахунків тощо. Деякі кроки у цьому напрямку банки повинні робити самостійно – відновлювати інструменти кредитного ринку, втілювати нові, прогресивні форми розрахунків в економіці. Наприклад, введення кредитних ліній, які повинні доповнюватися накопичувальними вкладками, депозитами, поширення акредитивних форм розрахунків, лізингу.

Якість активів залишається головною проблемою вітчизняних банків на сучасному етапі. Це зумовлено тим, що вітчизняні банки до 2009 р., за даними НБУ, видавали значну частку кредитів в іноземній валюті (58 % сукупного кредитного портфеля). До того ж девальвація гривні, а також скорочення кількості населення та реальних доходів у сфері бізнесу різко погіршують якість банківських портфелів. У результаті – формування додаткових резервів

призводить до збитків банків. До того ж у зоні ризику знаходяться банки із низькою капіталізацією і неадекватною політикою резервування, які не мають можливості залучити новий капітал. Крім цього, як і раніше, зберігаються проблеми з ліквідністю. Одночасне розширення банками кредитної активності і відмова від додаткових інструментів надання ліквідності з боку НБУ сприяли зниженню стійкості низки кредитних установ. Хоча і спостерігаються ознаки стабілізації і зниження напруги у вітчизняному банківському секторі щодо ліквідності, тобто номінально обсяг ліквідних коштів у банківській системі високий, разом з тим ліквідність розподілена нерівномірно, що пов'язано із обмеженням кредитування економіки. Щоб ефективно функціонувати в умовах кризи, банкам необхідно мобілізувати всі свої ресурси як для забезпечення повернення виданих кредитів, так і для покращення кредитного портфеля. В умовах фінансової кризи, коли залучення ресурсів на зовнішніх ринках є проблематичним, підвищення рівня капіталізації шляхом злиття може бути виправданим, оскільки це підвищує ефективність управління фінансовими потоками, оптимізує витрати та знижує ризики для банківських інституцій [2, 101].

Провідні банки однією із необхідних умов для «виживання» в період кризи вбачають удосконалення ризик-менеджменту. Політика банків має базуватися на використанні багатовекторного підходу до кредитної стратегії і ризиків. Необхідно також приділити увагу автоматизації банківської діяльності, зокрема кредитуванню, що дасть змогу значно прискорити всі бізнес-процеси, а також зменшити вплив людського фактора на прийняття рішень, знизити витрати на персонал та ін.

Регулювання банківської діяльності має бути більш жорстким. Дуже важливо визначити «правила гри» на подальший етап розвитку банківського сектора саме зараз, коли з'являються перші ознаки оптимізму на світових фінансових ринках. До того ж регулювання має бути ризикорієнтованим, тобто

враховувати систему моніторингу зовнішніх і внутрішніх ризик-факторів, що дасть змогу знизити ймовірність потрясінь на фінансових ринках.

Банки потребують додатковий капітал не лише як джерело покриття витрат у період зростання проблемних активів, але і як базу для подальшого зростання. Разом з тим без «подовження», диверсифікації і підвищення стабільності ресурсної бази банків неможливо досягти стійкого розширення активних операцій. Щодо кредитування, то для його відновлення слід використовувати систему економічних стимулів [3, 119].

На наш погляд, з метою вдосконалення функціонування банківської системи України доцільно здійснити такі заходи:

- стимулювати банки до більш активного управління проблемними кредитами, використовуючи європейські схеми побудови моніторингу та підтримку з боку НБУ;
- активізувати маркетингову діяльність, враховуючи сучасний стан ринку;
- підвищити якість підготовки банківських працівників;
- здійснити швидке удосконалення інформаційних технологій для впровадження нових банківських продуктів;
- забезпечити валютну стабілізацію шляхом недопущення значних курсових стрибків;
- надавати синдіковані кредити, що підвищить якість кредитного портфеля банків, дасть змогу видавати великі кредити з меншим рівнем ризику.

Література:

1. Дзюблюк О. Проблеми підвищення рівня капіталізації банків в Україні в період ринкової трансформації економіки // Вісник Тернопільського економічного університету. – 2010. – Вип. 2. – С. 7–19.
2. Ключко Л.А. Забезпечення фінансової стабільності банків в умовах фінансової нестабільності / Л.А. Ключко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 10 (100). – С. 97–105.
3. Мирончук В.М. Оцінка внутрішньо-системних складових формування стану фінансової стійкості банків / В.М. Мирончук // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії: зб. наук. праць. – Чернівці: Технодрук, 2011. – №2 (19): Економічні науки. – С. 113-125.

ДЕПОЗИТАРНА ДІЯЛЬНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БАНКУ УКРАЇНИ

КРАВЧУК Ігор

к.е.н., доцент кафедри банківського менеджменту та обліку,

ЗУБАЛЬ Уляна

*студентка факультету банківського бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

Поряд з реалізацією грошово-кредитної політики на фінансовому ринку Національний банк України виступає інфраструктурним учасником ринку цінних паперів шляхом здійснення депозитарної діяльності.

На сучасному етапі депозитарні операції НБУ регламентуються положенням «Про депозитарну діяльність Національного банку України» від 15 квітня 2003 року [2]. Зокрема Національний банк України здійснює депозитарну діяльність з державними цінними паперами, що допущені до обігу в Національній депозитарній системі, виконуючи функції депозитарію та зберігача цінних паперів щодо державних цінних паперів.

Національний банк України може здійснювати такі види депозитарної діяльності:

- зберігання і обслуговування обігу державних цінних паперів на рахунках у цінних паперах та операцій емітента щодо випущених ним державних цінних паперів;

- кліринг і розрахунки за договорами щодо державних цінних паперів.

Національний банк України, виконуючи функції зберігача, здійснює:

- зберігання та обслуговування обігу державних цінних паперів і операцій емітента щодо випущених ним ДЦП на рахунках у цінних паперах щодо державних цінних паперів, що належать йому і які він зберігає згідно з договором про відкриття рахунку в цінних паперах;

- відкриття та ведення рахунків у цінних паперах депонентів;

- контроль за відповідністю кількості державних цінних паперів, що належать депонентам, кількості, що визначається ними в розпорядженнях на переказ державних цінних паперів;

- надання депонентам виписок з їх рахунків у цінних паперах;
- блокування рахунків у цінних паперах депонентів у порядку, що визначений законодавством України.

Національний банк України опосередковано приймає участь і в обслуговуванні обігу корпоративних цінних паперів. Так, на даний час НБУ є власником 35,979 % акцій Національного депозитарію України. Крім того, вітчизняні фондові біржі користуються послугами НБУ як розрахункового банку за операціями з цінними паперами.

6 липня 2012 року прийнято Закон України «Про депозитарну систему України», який передбачає суттєві зміни в організації депозитарної діяльності на вітчизняному фондовому ринку. Зокрема, як вид депозитарної діяльності визначено депозитарну діяльність НБУ.

Згідно закону для забезпечення депозитарного обліку облігацій внутрішніх державних позик України, цільових облігацій внутрішніх державних позик України, казначейських зобов'язань України та облігацій внутрішніх місцевих позик Національний банк України здійснює такі повноваження [1]:

- 1) зарахування цінних паперів у систему депозитарного обліку, їх облік та зберігання, а також списання цінних паперів у зв'язку з їх погашенням та/або анулюванням;
- 2) ведення обліку зобов'язань емітента за цінними паперами власних випусків стосовно кожного випуску цінних паперів на підставі депонування глобального сертифіката та/або тимчасового глобального сертифіката;
- 3) зберігання глобальних сертифікатів та тимчасових глобальних сертифікатів;
- 4) складення реєстрів власників іменних цінних паперів;
- 5) зберігання інформації про осіб, визначених на надання емітенту реєстру власників іменних цінних паперів;

6) отримання доходів та інших виплат за операціями емітентів (у тому числі тих, що розміщені та обертаються за межами України) на рахунок Національного банку України для їх подальшого переказу отримувачам;

7) відкриття та ведення рахунків у цінних паперах емітентів, депозитарних установ, депозитаріїв-кореспондентів, клірингових установ та Розрахункового центру.

Крім того, передбачено створення єдиного в Україні розрахункового центру, який забезпечуватиме здійснення грошових розрахунків за правочинами щодо цінних паперів, укладеними на фондових біржах та поза фондовою біржею, якщо проводяться розрахунки за принципом «поставка цінних паперів проти оплати».

У статутному капіталі розрахункового центру частка Національного банку України повинна становити не менш як 25 % плюс одна акція (мінімальний статний капітал має становити не менше 100 млн. грн.).

Національний банк України надає розрахунковому центру статус учасника системи електронних платежів Національного банку України. Інші юридичні особи, які працюють на фондовому ринку (крім банків), не можуть бути учасниками системи електронних платежів Національного банку України.

Національному банку України разом з Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку необхідно розробити та затвердити протягом 6 місяців з дня опублікування закону нормативно-правові акти щодо забезпечення функціонування розрахункового центру з обслуговування договорів на фінансових ринках.

Крім того, передбачено створення в Україні одного Центрального депозитарію. Частка держави разом з НБУ повинна становити не менш як 25 % плюс одна акція.

Наприклад, в Словачії центральний депозитарій повністю належить міністерству фінансів, в Болгарії і Хорватії держава мажоритарним акціонером

центрального депозитарію, а в Польщі центральний банк володіє майже половиною акцій депозитарія [3].

Таким чином, Законом України «Про депозитарну систему України» передбачається посилення ролі держави на ринку депозитарних операцій.

Література:

1. Закон України «Про депозитарну систему України» від 06.07.2012 р. № 5178-VI.
2. Положення про депозитарну діяльність Національного банку України, затверджене Постановою Правління НБУ від 19.03.2003 р. № 114.
3. Федорчук А. Депозитарний шок з наслідками // Дзеркало тижня. – 2012. – № 37.

БАНКІВСЬКИЙ ПЕРСОНАЛ І ЙОГО РОЛЬ У РОБОТІ БАНКУ

КРАСНОМОВЕЦЬ Вікторія

доцент кафедри менеджменту,

Черкаський національний університет

імені Богдана Хмельницького

За період економічних реформ відбувся помітний приток робочої сили у фінансово-кредитну сферу, головне місце в якій займають комерційні банки. На сьогодні такий напрям банківського менеджменту, як управління персоналом, є дуже актуальним, що підтверджується як західним, так і вітчизняним досвідом.

Вивчення існуючої практики управління в цьому секторі економіки показує, що більшість вітчизняних банків зосередили особливу увагу на таких його напрямках як фінансовий менеджмент та забезпечення безпеки. Персонал же як об'єкт управління до теперішнього часу залишався на другому плані. Причини подібного ранжування визначені факторами доволі об'єктивного характеру. На відміну від своїх закордонних колег керівники українських комерційних банків не знайомі з персональним менеджментом як з повноцінним елементом науки системного управління діяльністю банку. Також треба враховувати ще й той факт, що значна частина керівників банків (особливо нижньої та середньої ланки) перейшла на роботу до банку з інших

сфер діяльності і ще не встигла повністю усвідомити принципово інший, якісний рівень вимог до персоналу кредитно-фінансових організацій.

Лише з середини 90-х років увага керівників українських банків до кадрового напрямку діяльності почала поступово посилюватися. Таким чином, у банківській роботі увага до людини набуває не менш цінного значення, ніж капітал банку, який має грошову оцінку в балансі.

Специфічною особливістю банківських установ є виключно важливе значення людських ресурсів для успішного їх функціонування. Банки, як правило, представляють собою крупні установи з точки зору чисельності працюючих у них. Крім того, фінансові та інформаційні ресурси надають лише тимчасову конкурентну перевагу. Історія розвитку банківської справи може навести багато прикладів розорення банків, що володіли значними фінансовими ресурсами, і навпаки, прикладів стрімкого злету невеликих банків. Визначальним фактором їхніх злетів та падінь були саме люди, банківські працівники. Тому можна сказати, що якщо в банку є ефективно діючий персонал, то він зможе залучити й фінансові кошти, отримати необхідну інформацію, і такий банк буде процвітати. Якщо ні – не допоможуть ніякі фінансові вливання.

При безпосередньому впровадженні системи персонального менеджменту в конкретному банку необхідно певною мірою враховувати специфіку як самої банківської діяльності, так і вплив зовнішнього середовища. Аналіз такої специфіки доцільно здійснювати одночасно у двох напрямках – особливості самої праці у банківській сфері та вимоги до організації управління нею, які виникають із специфіки праці.

Банківська праця в умовах розвитку ринкових відносин значно ускладнилася, вона змушує проявляти самостійність, ініціативу, творчість, ринкове мислення. Такі риси праці вимагають максимальної трудової віддачі працівників, реалізації та розвитку їхніх потенційних можливостей і здібностей.

Головними особливостями праці у сфері кредитно-фінансових відносин є:

- вузька предметна спеціалізація, яка пов'язана з широкою номенклатурою різнопрофільних за своїм характером банківських послуг, які мають достатньо індивідуальний характер (наприклад, щодо додаткових особливостей обслуговування підприємств малого бізнесу);

- високі кваліфікаційні вимоги по абсолютній більшості напрямів трудової діяльності (кредитно-фінансові організації традиційно мають один з найбільш високих середньогалузевих показників питомої ваги чисельності службовців з вищою професійною освітою);

- процес трудової діяльності має переважно індивідуальний характер, тобто в реалізації конкретної банківської операції безпосередньо участь приймає найчастіше не увесь колектив, а окремих спеціаліст, який за необхідністю залучає своїх колег у ролі консультантів або технічних виконавців;

- особливі вимоги до ресурсного, в першу чергу інформаційного, забезпечення трудової діяльності, результати якої на пряму пов'язані як з "якістю" (повнотою, достовірністю та ін.), так і з оперативністю надходження інформації;

- чітко визначений стресовий характер роботи значної частини не тільки керуючого (як в інших галузях), але і виконавчого персоналу, що впливає із самої специфіки більшості банківських операцій [1, 136].

Крім того, на організацію банківського персонального менеджменту впливають більш жорсткі вимоги до ділових та особистих якостей службовців, перш за все до рівня їх відповідальності та лояльності. Перша вимога пов'язана з індивідуальним характером праці, а також з методичною складністю регламентації технології здійснюваних операцій, у тому числі – контролю за їх проміжними результатами. Друга вимога обумовлена необхідністю збереження банківської таємниці та іншої інформації, розголошення якої потенційно може не тільки призводити до прямих збитків, але й поставити банк на межу збанкрутування. При цьому необхідно відзначити, що у банківській справі на

відміну від більшості інших галузей прямий доступ до подібної інформації мають представники практично всіх категорій персоналу.

Однією з важливіших вимог до організації кадрового напрямку діяльності у вітчизняних банках є необхідність обліку специфічних особливостей перехідного періоду. У банківській сфері вони проявляються особливо яскраво, створюючи серйозні проблеми практично за усіма аспектами управління персоналом [2, 53].

Отже, перш за все ефективному функціонуванню системи перешкоджає сучасний стан ринку праці, щодо його як ресурсної насиченості, так і нерозвиненої інфраструктури. За об'єктивних причин на даному ринку на сьогодні дуже мала пропозиція вільних трудових ресурсів за багатьма необхідними спеціальностями, нетрадиційними для планової економіки (фондова справа, трастові та лізингові операції, аудит та ін.). З іншого боку, лише на стадії формування знаходяться структури, які забезпечують учасникам даного ринку широку номенклатуру додаткових сервісних послуг – спеціалізовані консалтингові фірми, центри професійного відбору і перепідготовки, служби цільового працевлаштування та ін.

Література:

1. Алавердов А.Р. Управление персоналом в коммерческом банке. - М.: "Соминтек", 2007. - 256с.
2. Вартамян И.П. О работе с персоналом в коммерческом банке. // Деньги и кредит. – 2008. - № 10. – С. 50-58.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В БАНКАХ УКРАЇНИ

КРИВИЧ Яна

*к.е.н., ст.викл. кафедри банківської справи
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Сучасні тенденції на ринку банківських послуг України спричинені подоланням наслідків світової фінансової кризи, яка значно підірвала прибутковість вітчизняних банків та знизила рівень довіри до них з боку населення вимагає від банківських установ впровадження маркетингових

інструментів в управлінні їх діяльністю. Крім того, нагайна необхідність освоєння вітчизняними комерційними банками найсучасніших прийомів і способів маркетингу обумовлена також і проникненням в банківську сферу страхових, брокерських, ощадних, трастових та інших компаній, а також пенсійних фондів, торговельно-промислових і фінансових корпорацій, які значно посилюють рівень конкуренції на ринку банківських послуг. Акцентуємо також увагу на тому, що на сьогодні спостерігається глобальна тенденція проникнення як на світовий так і на вітчизняний фінансовий ринок компаній нефінансового сектору. Зокрема, великі автомобільні компанії такі як Toyota, Volkswagen, General Motors та інші відкрили свої банківські підрозділи: Toyota Financial Services, Volkswagen Bank USA, GMAC Bank [3]. Мобільні оператори теж «не пасуть задніх», так на початку 2012 року компанія МТС відкрила власний банк [2]. Асортимент послуг подібних банків зростає з кожним роком. Тож в майбутньому вони можуть створити серйозну конкуренцію традиційним банківським установам.

Аналіз ринку банківських послуг України показав, що показовою ознакою теперішнього банківського бізнесу є активне запровадження останнім нових продуктів та послуг переважно адресованих конкретним групам клієнтів, а саме великим підприємствам, дрібним фірмам та окремим категоріям фізичних осіб (студентам, молодим сімейним парам, пенсіонерам та ін.). При цьому акцентуємо увагу на тому, що не зважаючи на той факт, що на сьогодні в Україні поступово збільшується кількість банків, які приділяють значну увагу впровадженню нових продуктів і технологій обслуговування клієнтів (ПАТ «ОТП Банк», ПАТ «Укрсоцбанк», ПАТ «Райффайзен банк Аваль» та ін.), але лідером протягом останніх років залишається ПАТ «Приватбанк». Разом з тим, цей процес носить стихійний, а не системний характер; переважна більшість вітчизняних банків віддають перевагу запозиченню інновацій, а не розробці власних, обмежуючись лише витратами на проведення досліджень щодо адаптації новинки до умов внутрішнього ринку банківських послуг

Не менш важлива увага приділяється вітчизняними банками і підтримці свого іміджу шляхом створення позитивного образу в очах потенційних клієнтів, наголошуючи при цьому на таких характеристиках своєї діяльності, як надійність, доступність та прозорість. Хоча останнє викликає значні сумніви. Згідно з результатами дослідження фінансової прозорості українських банків, здійсненого компанією Standard & Poor's, у 2011 році середній індекс інформаційної прозорості 30 найбільших українських банків за величиною чистих активів склав 46,14%, що вказує на недостатньо високий рівень прозорості банківської системи України у порівнянні з міжнародною практикою розкриття інформації [5]. Трійку лідерів за рівнем розкриття інформації склали «ВіЕйБі Банк» (71,6%), «Перший Український Міжнародний Банк» (ПУМБ) (62,07%), «Райффайзен Банк Аваль» (60,75%). Крім того, до десятки банків-лідерів також увійшли «Приватбанк» (58,02%), банк «Південний» (57,05%), «Хрещатик» (56,8%), «ОТП Банк» (54,95%), «Укрсоцбанк» (54,06%), «Дочірній банк Сбербанку Росії» (53,68%), «Сведбанк» (52,64%) [5]. Найбільш низький показник розкриття інформації серед обраних для дослідження банків у Брокбізнесбанку, "ІНГ Банк Україна" та Універсал Банку.

Ще однією тенденцією останніх років стало активне використання банками інтернет-маркетингу. При цьому в залежності від конкретних цілей (PR, пошук нових клієнтів, підвищення лояльності існуючих клієнтів, чи то інформування про нові послуги та продукти) можуть використовуватися різні інструменти, способи та ресурси. Зокрема, це можуть бути: сайт банку; корпоративний блог; контекстна чи банерна реклама; соціальні мережі і сервіси; тощо. При цьому зауважимо, що на сьогоднішній день одним з найбільш простих і популярних способів просування банківських продуктів, а саме їх реклами є використання сайтів банку. Згідно з результатами дослідження Л. Красавцева, здійсненого у 2010 році, найбільш популярними

сайтами вітчизняних банків є сайти Приватбанку, Райффайзен Банку Аваль, Укрсоцбанку, Укрсиббанку та ОТП банку [4].

Щодо рейтингу українських банків у соціальних мережах, то варто відзначити, що вперше подібне дослідження було здійснено влітку 2012 року компанією «Простобанк Консалтинг». Рейтинг будувався на основі кількості учасників онлайн-груп у трьох найбільш популярних мережах в Україні: Facebook, ВКонтакті і Twitter. При цьому, як і у попередньому дослідженні вибірку склали 30 найбільших банків України за величиною активів. Лідерами за загальним числом підписчиків стали Приватбанк, Platinum Bank та ПУМБ [1].

Підсумовуючи проведені дослідження, зауважимо, що незважаючи на намічені позитивні тенденції ефективність реалізації маркетингових заходів вітчизняними банками все ще залишається на досить низькому рівні. Основна проблема полягає в тому, що, як правило, банківський маркетинг розглядається як засіб реклами, інструмент аналізу позицій банків-конкурентів, тобто на практиці реалізуються лише окремі елементи комплексу маркетингу. Крім того, підрозділи служби маркетингу практично не беруть участі в розробленні стратегії банківської установи на ринку банківських послуг, а отже, не здійснюють визначального впливу на поведінку та повсякденну діяльність банку.

Література:

1. А. Астахов Анализ динамики числа подписчиков украинских банков в социальных медиа, август-2012 [Електронний ресурс] /А. Астахов. – Режим доступа: http://www.prostoblog.com.ua/bankiry/marketing/analiz_dinamiki_chisla_podpischikov_ukrainskih_bankov_v_sotsialnyh_media_avgust_2012.
2. МТС обзавелся собственным банком [Електронний ресурс] . – Заголовок з екрану). – Режим доступа: <http://focus.ua/economy/219646>
3. Новиков А. Интересное положение [Електронний ресурс] / А.Новиков // Аналитический банковский журнал. – 2010. – №11-12(185). – Режим доступа: <http://www.abajour.ru/journals.php?abs=185>.
4. Красавцев Л. Рейтинг популярности сайтов украинских банков [Електронний ресурс] / Л. Красавцева //. – Режим доступа:

http://www.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_pr/stati/rejting_populyarnosti_saytov_ukrainskih_bankov_blog.

5. Румянцева С. Інформаційна прозорість українських банків [Електронний ресурс] / С. Румянцева // Цінні папери України. – 2011. – №45. – Режим доступу: http://www.securities.org.ua/securities_paper/review.php?id=690&pub=5377.

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

КРИНІНА Юлія

студентка,

Донбаська державна машинобудівна академія

Специфіка економічної ситуації в Україні поставила комерційні банки перед необхідністю розробки чіткої і злагодженої системи управління для реалізації обраної ними стратегії розвитку. У середньостроковій перспективі банківський сектор чекає одне серйозне випробування: загальна неефективність операційної діяльності, а саме перевищення витрат банку над доходами від основних банківських операцій.

Проблему вдосконалення операційної діяльності в банках розглядали такі видатні економісти, як М.А. Басманов, Е.Н. Гильде, В.В. Івашкевич, А.Д. Ларіонов, Я.В. Соколов та ін. Однак організація обліку в банках ще мало досліджена, хоча деякі питання обліку в банківській системі знайшли відображення в роботах А.М. Андросова, Г.Н. Белоглазової, Е.П. Дедкова, Л.М. Кондрацької, С.А. Раппопорта та ін. Багато методологічних питань залишилися поза полем зору дослідників і вимагають подальшого вивчення та розробки.

Проблема неефективності операційної діяльності в банках вже проявляється, але поки ще не настільки помітна зовнішнім спостерігачам. Причин цієї «непомітності» кілька. По-перше, крім виконання основних функцій за розрахунками і кредитуванням, банки «заробляють» на валютних спекуляціях, торгівлі акціями та ін., тим самим частково або повністю нівелюючи збитковість від основної діяльності. По-друге, частина збитків відноситься до майбутніх періодів і не відображається в поточній звітності.

Іншими словами, в поточних умовах основна діяльність більшості банків є і буде збитковою, а якщо така ситуація збережеться – з часом це може призвести до масових банкрутств у банківському секторі.

Для забезпечення ефективної операційної діяльності банку необхідно, щоб між структурними підрозділами було чітко розподілено обов'язки та відповідальність за вирішення питань і формування показників, від яких залежать результати діяльності банку, і тоді банк матиме можливість сформувати повну і достовірну інформацію про фінансово-господарські процеси і результати діяльності банку, необхідну для оперативного керівництва і складання звітності.

Отже, операційна діяльність банку – це операції по залученню і розміщенню ресурсів.

Основні види операційної діяльності банків:

- здійснення розрахункового і касового обслуговування фізичних та юридичних осіб;
- валютно-обмінні операції;
- залучення коштів на депозити;
- розміщення залучених коштів;
- відкриття і ведення банківських рахунків фізичних та юридичних осіб;
- випуск та розміщення цінних паперів та інші операції з цінними паперами;
- операції щодо фінансової оренди.

Статистичні дані стосовно проблем обліку та операційної діяльності за 2011 рік свідчать, що основною проблемою комерційних банків України є:

- людський фактор – прямі і непрямі втрати банку виникають через помилки персоналу, менеджменту, розкрадань і зловживань, збої в роботі телекомунікацій, обчислювальної техніки та інформаційних систем (які також у більшості випадків викликані помилками людей);

- поганий рівень прийняття стратегічних рішень, наприклад, створення бізнес-лінії при дуже малій маржі;
- проблеми бек-офісу, збої при обробці операцій і збої в системах, а також технологічні помилки;
- зовнішнє шахрайство, збої системи безпеки, вплив нормативних актів або природні катаклізми.

Протягом ХХ століття практично не залишилося країни, яка б не зазнала кризи в банківській системі в тій чи іншій мірі. Наслідки, які тягнуть за собою як валютні, так і банківські кризи, роблять актуальними проблеми, присвячені вивченню факторів, що є передумовою для наростання негативних тенденцій у банківському секторі, виявлення та вивчення безпосередніх причин сучасних банківських криз, форм їх прояву і наслідків, а також для вироблення адекватних програм антикризового управління банківською діяльністю.

Перехідний стан українського банківського бізнесу, здійснення реструктуризації і модернізації банківської галузі, поява на ринку проблемних банків зумовили потребу в антикризовому управлінні комерційними банками. Відсутність у системі банківського менеджменту антикризової складової посилює недовіру до банківської сфери та знижує її ефективність.

Література:

1. Герасимович А.М. Облік і аудит у комерційному банку / А. М. Герасимович, Л. М. Кіндрацька, Т. В. Кривов'яз та ін.: Навч. посібник. – КНЕУ, 2009. – №2. – 296 с.
2. В.С.Пашковський. Гроші, кредит, банки: навч. посібник В.С. Пашковський – К.: ФАДА ЛТД, 2008. – 342с.
3. Гриценко А. Банківська діяльність. Навчальний посібник / Гриценко А. – Львів, 2006. – 237с.
4. Офіційний сайт НБУ <http://www.bank.gov.ua>.

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ ТА СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ: ПЕРЕВАГИ ТА ПРОБЛЕМИ СПІВПРАЦІ

КУЛІЧЕНКО Вероніка

студентка фінансового факультету,

ЛОВАКОВА Марія

студентка фінансового факультету,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Останнім часом не тільки серед науковців, а й практиків (підприємців) досить актуальним стає питання активізації крос-секторних процесів злиття та поглинання банків та ринку небанківських фінансових установ. Факти говорять самі за себе. Наприклад, вийшли з фінансово-економічної кризи майже неущкодженими і зуміли залишитися прибутковими завдяки підтримці материнськими компаніями переважно ті лізингові фірми, що належать банкам (ВТБ Лізинг Україна, Райффайзен Лізинг Аваль, ІНГ Лізинг Україна).

Банками також оцінено перспективи співпраці із страховими компаніями і найвідомішими наразі є альянси “Промінвестбанку” та АСТ “Вексель”, “ПриватБанку” та СГ “ТАС”, НАСК “Оранта”, банку “ Райффайзен банк Аваль” та АСК “Еталон” тощо.

На думку експертів [2,6] підвищений інтерес до співпраці страхової компанії з банком викликаний такими перевагами для неї:

1) можливість використання регіональної мережі банківських установ, що особливо вигідно для страховиків, щоб реалізувати страхові продукти через філії банків, завдяки чому відбувається скорочення частки витрат на організацію продажу;

2) поліпшення обслуговування своїх клієнтів шляхом надання корисної інформації щодо вибору банку;

3) забезпечення додаткових конкурентних переваг для просування власних проектів за рахунок «зміцнення» власного бренду (на фінансовому ринку склалась ситуація, за якої традиційно більшою довірою користуються банківські установи);

4) надійний банківський супровід страхових операцій та можливість

розміщення зібраних фінансових ресурсів для одержання прибутку.

З іншого боку, для банків альянс із страховиком надає [3, 4, 5]:

1) мінімізацію витрат на обов'язкове та добровільне страхування за допомогою створення банком дочірньої страхової компанії, яка займається ефективним вирішенням даного питання;

2) нові можливості банків розширити недостатньо диверсифікований продуктивний портфель та отримати додаткову комісійну винагороду за реалізацію послуг страхової компанії;

3) мінімізацію ризику портфелю активів банку та страхування фінансових ризиків;

4) потужне джерело фінансових ресурсів для банків за рахунок акумульованих страховиками коштів, причому в силу специфіки страхової діяльності (довготривалий термін тривалості договорів страхування життя) ці інвестиції носять довгостроковий характер;

5) максимальне завантаження мережі відділень банку, проникнення на нові ринки;

6) зміцнення іміджу банку (створення ефекту «компанія-гігант, що впевнено тримається на ринку і розширює свою діяльність»);

7) диверсифікацію капіталу, підвищення норми прибутковості інвестиційних ресурсів. Страхова галузь, як відомо, є однією з найбільш рентабельних та динамічних, при цьому страхова система може розпоряджатися значними інвестиційними ресурсами, які можуть використовуватись для інвестування промисловості обслуговуючими банками, якщо банк контролює страхову компанію.

Також не можна не відзначити взаємні вигоди такі як:

1) можливість значного розширення кожним із суб'єктів клієнтської бази;

2) можливість використання кращої практики в галузі інформаційних технологій, управління трудовими і фінансовими ресурсами.

Проте, крім зазначених переваг, інтеграція банків і страхових компаній має

й недоліки, головним із яких є монополізація фінансової галузі. Офіційна позиція уряду у цьому напрямі була викладена 2011 року Антимонопольним комітетом України, що надав дозвіл на узгодженні дії у вигляді укладання «Правил співробітництва банків та страховиків, пов'язаного з кредитуванням», строком на п'ять років.

Отже, найбільшою проблемою у сфері взаємної співпраці банківського та страхового ринків є нерівномірний характер їх розвитку та функціонування. Так, за даними Національного рейтингового агентства «Рюрік» [1], станом на 01.01.2012 кількість страхових компаній значно перевищувала кількість банків: було зареєстровано 176 банків та 442 страхові компанії. При цьому обсяги активів страховиків майже в 23 рази менші за обсяги активів банків: активи банків складають 1 054,3 млрд. грн., а страховиків – лише 48 122,7 млн. грн.

Більше того, вимоги банків до страхових компаній, що бажають співпрацювати, залишаються досить високими. Наприклад, якщо по відношенню до страхової компанії-заявника виконується хоча б одна з нижченаведених умов, то ПАТ «БАНК ПЕРШИЙ» має право не проводити подальший розгляд документів та не розглядати можливість співробітництва з такою страховою компанією [7]:

- від служби безпеки банку отримана негативна оцінка ділової репутації страхової компанії;
- строк діяльності страхової компанії на страховому ринку України складає менш ніж 3 роки;
- збитковість капіталу страхової компанії складає більш ніж 50% річних за останній звітний період;
- зниження активів страхової компанії за останній звітний період склало більш ніж 50%;
- існують об'єктивні підстави вважати, що страхова компанія не виконує в повному обсязі свої зобов'язання перед клієнтами або банком;
- страхова компанія не має широкої регіональної мережі та/або не

охоплює регіони, в яких представлений банк;

- страхова компанія має значний об'єм операцій з пов'язаними особами;
- страхова компанія не підтверджує готовність співробітництва з банком, в т.ч. не надає письмового підтвердження згоди на підписання угоди про співробітництво на умовах, запропонованих банком.

Відзначимо, що стратегічним напрямом взаємодії страхових компаній і банків України може бути повна інтеграція послуг страховиків і банків. Наприклад, Achmea Group є одним з найбільш потужних фінансових конгломератів Нідерландів, що спеціалізується на наданні фінансових послуг для літніх людей.

В Україні поки спостерігаємо короткотермінові інтегровані проекти (послуги). Наприклад, з нагоди 8 березня (2011 рік) СК «Універсальна» спільно з «Укрсоцбанк» проводили акцію, яка передбачала кредитування клієнтів на покупку автомобіля на приємних для споживача умовах [8]. Термін кредитування, за бажанням клієнта, становив від 1 до 84 місяців. Додатковою перевагою акційної програми було те, що клієнт мав мінімальні затрати при оформленні кредиту: початковий аванс становив від 20 % вартості обраного авто в будь-якому салоні, з яким укладено Генеральну угоду про співробітництво з ПАТ «Укрсоцбанк», а страхування КАСКО можна було оформити в кредит.

Таким чином, спираючись на наведені вище переваги та факти, вважаємо, що банки повинні не конкурувати, а активно взаємодіяти зі страховими компаніями. Зростаюча роль фінансового посередництва в умовах формування клієнтоорієнтованого обслуговування сприяє активізації ділової активності суб'єктів підприємницької діяльності, покращенню життєвого рівня населення. Нині, назріла об'єктивна необхідність розвитку взаємовідносин банків і страхових компаній у формі розробки й впровадження нових фінансових продуктів та послуг на основі їх інтеграції.

Література:

1. Аналітичний огляд ринку небанківських фінансових послуг України за 2011 рік [Електронний ресурс] / Національне рейтингове агентство РЮРІК. – Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/research/non_banks_2011.pdf.
2. Ванца, О. В. Проблеми та перспективи взаємодії банків і страхових компаній в Україні [Текст] / О. В. Ванца // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник наукових праць / ДВНЗ "УАБС НБУ" ; ред. А.О. Єпіфанов. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ". – 2008. – № 23. – С. 352-357.
3. Взаємодія страхових компаній та банківських інститутів у промислово-фінансових групах [Текст] / Р. Рак, Ю. Нетесаний // Вісник Київського Нац. ун-ту ім. Т.Г. Шевченка. С. Економіка. : Науково-теоретичний журнал. – 2009. – № 104. – С. 29-33.
4. Землячова О.А. Співпраця банків та страхових компаній / // ВІСНИК Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2012. – №1 (172) ч.2. – С. 213-223.
5. Колісник М. Сучасний стан можливих учасників фінансового блоку інтегрованих структур (ІС) / М. Колісник, К. Косівська // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2010. – № 2. – С. 38-47.
6. Михайловська І.М., Сорочинська Н.А. Перспективи розвитку стратегічних альянсів банків і страхових компаній в Україні [Текст] / І.М. Михайловська, Н.А. Сорочинська // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : збірник наукових праць / ДВНЗ "УАБС НБУ" ; ред. А. О. Єпіфанов. - Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ". – 2010. – Вип. 29. – С. 340-350.
7. Офіційний веб-сайт ПАТ "Банк Перший" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bankpershiy.com.ua/>
8. Офіційний веб-сайт страхової компанії «Універсальна» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.universalna.com>.

СКОРИНГОВА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ В СТРАХОВІЙ КОМПАНІЇ

КУРИШКО Олександр

*асистент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Оптимізація бізнес-процесів в діяльності страхової компанії можлива за рахунок раціонального підходу до проведення фінансового моніторингу з урахуванням ризикоорієнтованого підходу. В даний час фундаментальні дослідження індикаторів легалізації доходів на страховому ринку не проводяться. Для об'єктивної оцінки ризиків участі клієнта в легалізації

доходів страхова компанія повинна побудувати скорингову модель на основі ризику, яка б враховувала як особливості діяльності клієнта, так і його фінансовий стан, специфіку контрагентів, географію діяльності, економічну доцільність окремих операцій. Дана модель має узгодити алгоритми проведення фінансової операції на рівні внутрішнього фінансового моніторингу страхової компанії.

Для оцінки ризиків участі клієнта в легалізації доходів пропонується використовувати у страховій компанії систему «червоних прапорців» (індикаторів) відхилення від нормальних умов діяльності та можливих прихованих загроз.

Відповідність одному чи кільком індикаторам може свідчити про зміну рівня ризику участі в легалізації доходів страхувальника. Дана оцінка індикаторів в страхових компаніях має бути формалізована та проводитися з визначеною періодичністю на постійній основі, що забезпечить ефективну організацію системи внутрішнього фінансового моніторингу в страховому секторі.

Для подальшої систематизації даних, отриманих в процесі виявлення і фіксації індикаторів ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію, необхідним є побудова системи аналізу отриманих даних, тому пропонується побудова скорингової системи виявлення і фіксації індикаторів ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію. На основі аналізу анкети страхувальника можливим є отримання бальної оцінки ризиків для окремого страхувальника з урахуванням накопиченої інформації про його діяльність з інших фінансових установ, в першу чергу банків. Оскільки існують окремі обмеження щодо передачі інформації про клієнта, стан його банківських рахунків, фінансовий стан, контрагентів, то фактичною можливістю узагальнення інформації в єдиний банк даних є її систематизація на базі координатора національної системи фінансового моніторингу.

Проведення оцінки ділової репутації страхувальника згідно вимог

національного законодавства сприятиме ефективній побудові внутрішнього моніторингу. Виявлення і фіксація індикаторів ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію надає впливає на:

- рівень ділової репутації страхувальника;
- відповідність фінансової операції в сфері страхування фінансовому стану страхувальника;
- відповідність фінансової операції в сфері страхування регіонально-галузевій діяльності страхувальника.

Пропонується загальну оцінку індикаторів ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію вимірювати в розмаху 100 балів. Тому в разі сигналізування окремого індикатора ризику загальна оцінка ділової репутації страхувальника буде зменшуватися (1-3):

$$G = 100 - \sum FR_g \quad (1)$$

$$FP = 100 - \sum FR_{fp} \quad (2)$$

$$IA = 100 - \sum FR_{ia} \quad (3)$$

де FR (risk factor) – кількість балів, визначена за критеріями ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію;

G (goodwill) – загальна кількісна оцінка ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію згідно критеріїв рівня ділової репутації страхувальника, відповідності фінансової операції в сфері страхування фінансовому стану страхувальника, відповідності фінансової операції в сфері страхування регіонально-галузевій діяльності страхувальника;

FP (financial position) – загальна кількісна оцінка відповідності фінансової операції в сфері страхування фінансовому стану страхувальника;

IA (industrial activity) – загальна кількісна оцінка відповідності фінансової операції в сфері страхування регіонально-галузевій діяльності страхувальника.

Оскільки для страхувальників характерними є диференціальний рівень можливості участі у легалізації доходів, розглянуті оцінки відповідності діловій

репутації, фінансовому стану та регіонально-галузевій діяльності страхувальника необхідно зважувати на рівень ризику участі у легалізації доходів (1 бал – низький, 2 бал – середній, 3 бал – високий) (4-6):

$$G = 100 - \sum FR_g \times risk \quad (4)$$

$$FP = 100 - \sum FR_{fp} \times risk \quad (5)$$

$$IA = 100 - \sum FR_{ia} \times risk \quad (6)$$

де *risk* – ризик проведення операції з легалізації доходів страхувальником, що визначається страховиком при проведенні ідентифікації страхувальника відповідно до внутрішніх положень та процедур.

Наступний етапом побудови скорингової моделі оцінки індикаторів ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію є присвоєння відповідної кількості балів за результатами визначення *G*, *FP*, *IA* та узагальнення загального бального рейтингу страхувальника (від 0 до 300 балів) за 3 узагальненими індикаторами.

Отже, удосконалено порядок побудови скорингової моделі оцінки індикаторів ризику участі клієнта в легалізації доходів через страхову компанію дозволяє ефективно оцінювати ризики участі страхової компанії та її клієнтів в процесі проведення анкетування клієнта, його ідентифікації та вивчення фінансово-господарської діяльності.

СОВРЕМЕННАЯ ПАРАДИГМА МАРКЕТИНГА В БАНКАХ

ЛЕОНОВА Екатерина
студентка гр. Ф 08-2 ЕГФ,

Донбасская государственная машиностроительная академия

Развитие банковской системы стало причиной обострения конкуренции между коммерческими банками за ресурсы и эффективные направления их размещения. Это привело к постепенному снижению прибыльности банковской деятельности. В настоящее время для успешного функционирования и расширения деятельности банковского учреждения недостаточно привлекать

средства по более низкой цене, а размещать по более высокой (для этого необходимо создавать эффективную систему менеджмента банка.) Для поддержания своей конкурентоспособности банки вынуждены предлагать своим клиентам новые услуги, применять разнообразные финансовые инструменты и расширять свою деятельность (использовать банковский маркетинг как стратегию и тактику продвижения банковских продуктов и услуг).

Исследования отдельных практических аспектов маркетинговой деятельности коммерческих банков в индустриально-развитых странах начали осуществлять одновременно с широким применением маркетинговых инструментов в сфере банковского бизнеса, т.е. с конца 50-х годов XX века, а основательные теоретические исследования начались уже на рубеже 60-70-х годов. Так, в 1974 году немецкий ученый Фридрих Фельдбауш в своей работе «Bankmarketing» определил сущность банковского маркетинга «как управление продажей банковских услуг, которые приносят прибыль четко определенным группам клиентов, исходя из анализа и обзора рынка».

Основательные исследования проблем банковского маркетинга на постсоветском пространстве начались только в последние 10-15 лет, что объективно было обусловлено процессами рыночной трансформации экономики и формирования двухуровневых банковских систем. К таким ученым принадлежат А.Ю. Горбункова, Л.Ф. Романенко и другие.

Целью доклада является обоснование необходимости банковского маркетинга для разработки и сбыта банковских продуктов и услуг.

В отечественной экономической науке определенное распространение получило утверждение, что банковский маркетинг, с одной стороны – это создание необходимых условий для приспособления к условиям рынка, повышения конкурентоспособности и прибыльности. С другой стороны, под банковским маркетингом понимают конкретную банковскую деятельность как

по линии аккумуляции денежных сбережений и средств, так и по линии предоставления кредитов.

Сущность банковского маркетинга реализуется через исполнение им ряда функций. К основным функциям банковского маркетинга могут быть отнесены следующие [1]:

- анализ рынка банковских услуг и прогнозирование его потребностей;
- реальная оценка банком своих возможностей по созданию и реализации услуг;
- разработка долгосрочной стратегии маркетинговой деятельности с определением ее целей, заданий, ресурсов и механизмов реализации;
- планирование продуктовой политики и управление ассортиментом услуг на основании потребностей рынка, исходя из финансовых, кадровых, организационных и материально-технических возможностей банка;
- формирование спроса и стимулирование сбыта банковских услуг;
- управление сбытом банковских услуг.

Для обеспечения исполнения данных функций необходимо использование маркетингового инструментария, который состоит из ценовой, коммуникационной, товарной политики и политики дистрибуции.

Необходимость все более активного применения приемов и инструментов маркетинга в банковской сфере обусловлена действием факторов, характеристика которых приведена в таблице 1.

Цель управления маркетинговой деятельностью банка заключается в достижении прибыльности и эффективной деятельности банка на рынке с помощью определенной совокупности и последовательности маркетинговых мероприятий, которые обеспечивают рост объемов продаж, увеличение доли рынка и удовлетворение запросов имеющихся и потенциальных клиентов банка. Управление системой маркетинговой деятельности банка базируется на принципах, приведенных в таблице 2.

Таблица 1

Факторы маркетинговой деятельности [1]

Факторы	Характеристика
1. Обострение конкурентной борьбы на рынке финансовых услуг в целом и банковском секторе в частности	Преобладающей тенденцией универсализации банковской деятельности является формирование «нового типа трансформированного, сфокусированного и регенерированного универсального банка как современного финансового учреждения»
2. Динамическое изменение объемов, характера и структуры спроса на банковские продукты и их постоянной диверсификацией	Широкое введение в банковскую деятельность передовых информационных технологий, что кардинально меняет формы и системы сбыта продуктов банка и методы коммуникационных связей с имеющимися и потенциальными клиентами
3. Персонификация традиционных банковских продуктов под индивидуальные запросы отдельных клиентов	Формирование системы партнерских отношений между клиентами и банком, предоставление помощи клиентам в оценке выгоды предложений новых услуг

Соблюдение указанных принципов управления маркетинговой деятельностью коммерческого банка дает возможность обеспечить разработку и эффективную реализацию маркетинговой стратегии.

Исследования показывают, что банки на рынке действуют с разной эффективностью. Но прослеживается такая закономерность: далеко позади оставляют конкурентов те, кто безупречно обслуживает клиентов и делает это с минимальными затратами. Оценивая эффективность деятельности банка, чрезвычайно важно сверять ее с требованиями рынка. Квалифицировано сделанный экономический анализ деятельности банка является источником ценной информации для самих банков, т.е. для эффективного продвижения и сбыта банковских продуктов и услуг.

Принципы управления маркетинговой деятельностью банка [3]

Принципы управления	Составляющие и сущность
Ценностно-ориентированные принципы	-принцип управленческого риска, который проявляется в способности руководителя оценить сильные и слабые стороны конкурентов и принять рисковые решения по укреплению позиций банка на рынке; - принцип организационного поведения отражается в выборе и юридическом оформлении соответствующей структуры управления; -принцип формирования потребительских преимуществ регулирует поведение банка, в первую очередь под влиянием конъюнктурных изменений, успехов научно-технического прогресса, реальных и потенциальных запросов клиентов; -принцип инструментального обеспечения руководства реализуется через систему нормативно-правовой документации и средств программного, информационного и аналитического обеспечения; -принцип конкурентного преимущества заключается в обеспечении потребителям услуг высшего качества или высшего уровня сервиса.
Концептуально-регулирующие принципы	- принцип информационной достаточности, важность которого в маркетинге обусловлена тем, что значительный массив информации формируется на основании экспертных оценок, опросов, интервью и носит конфиденциальный характер; - принцип материального и морального стимулирования считает своей целью обеспечить надлежащее исполнение своих функций персоналом и развитие творчества и инициативы в коллективе; - принцип согласования по целям деятельности объединяет внешние возможности и риски банков с его внутренним потенциалом и базируется на определении приоритетов и поиске оптимальных решений в рамках определенных параметров; - принцип соответствия управления маркетингом типу и уровню организационной структуры банка.
Принципы тактического анализа проектирования	- принцип профессионализма руководства, который помогает руководителю в каждой ситуации думать глобально, а действовать локально; - принцип прибыльности и эффективности; - принцип централизации и децентрализации управления и делегирования полномочий; - принцип маркетингового контроля.

Следовательно, для эффективного банковского маркетинга коммерческие банки должны ставить и выполнять такие задачи:

- определить, как сделать банковские доходы качественными и устойчивыми;

- придерживаться всех требований по поводу ликвидности;

- поддерживать капитал в состоянии адекватности и достаточности.

Анализ прибыльности, ликвидности и достаточности капитала банка дает возможность оценить эффективность управления, конкурентоспособностью банка на рынке услуг, а также взвесить влияние банковского маркетинга на деятельность банковской системы в целом.

Литература:

5. Міщенко В.І. Шляхи подолання фінансово-економічної кризи в Україні / В.І. Міщенко // Вісник Національного банку України. – 2009. – №2. – С.3–7

6. Подік С.М. Бізнес-план банку: навч. посібник/ Подік С.М., Подік А.С. – К.: ФАДА ЛТД, 2010. – 256с.

7. Ткачук В.О. Маркетинг у банку. Навчальний посібник/ Ткачук В.О. – Тернопіль, 2006. – 237с.

8. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/>

9. Ресурси інформаційної мережі Internet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru>

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ В БАНКАХ

ЛЕУС Мар'яна

викладач кафедри фінансів, обліку та аудиту

Львівський інститут МАУП

Сучасний етап економічних реформ в Україні ставить перед банками будь-якої організаційно-правової форми завдання забезпечити високу ефективність діяльності. Виконання такого завдання є неможливим без раціонального використання всіх можливих інструментів ринкового механізму, включаючи маркетинг. Необхідність впровадження маркетингової концепції управління в практику діяльності зарубіжних і вітчизняних банків стала особливо відчутною у зв'язку із загостренням конкурентної боротьби, інтернаціоналізацією банківських інститутів та дерегулюванням фінансових ринків. Ефективне застосування концепції маркетингу вимагає побудови

сучасної автоматизованої маркетингової інформаційної системи на основі новітніх інформаційних технологій, яка, в свою чергу, здатна забезпечити результативність управління маркетингом і рентабельну роботу банків в умовах грошового ринку, що постійно змінюється. Крім того, на необхідність впровадження маркетингових інформаційних систем у банках впливає інформаційний характер управлінського процесу та залежність правильності і цінності управлінських рішень у банківському маркетингу від їх інформаційного забезпечення. Враховуючи відносно невеликий вік існування банківської системи України, маркетингова інформаційна система банку стала об'єктом уваги науковців порівняно недавно і тому є малодослідженою. Проте, необхідно відмітити, що окремі питання зазначеної проблематики розглядалися в наукових працях таких зарубіжних вчених – економістів, як У.Бреддик, Р.В.Джозлін, І.Елдон, Р.Маклеод, Ф.Котлер, Дж.Роджерс, П.С.Роуз, Д.Хамфріз, М.З.Бор, Є.Ф.Жуков, Є.В.Єгоров, В.В.Кисельов, Г.Л.Макарова, Л.О.Плотіцина, та ін. Вагомий внесок у розробку проблем банківського маркетингу та управлінських інформаційних систем внесли такі вітчизняні вчені – економісти, як М.Т.Білуха, І.О.Бланк, О.Д.Василик, А.В.Головач, А.Д.Заруба, О.Кириченко, І.І.Корольков, Н.І.Костіна, А.А.Мазаракі, І.М.Мельникова, І.В.Новікова, Л.С.Поречкіна, В.В.Ортинська, Л.Ф.Романенко, І.О.Спіцин, Я.О.Спіцин, В.Т.Сусіденко та ін. У роботах цих авторів висвітлюються загалом питання, пов'язані з формуванням банківського маркетингу як окремої галузі науки, визначенням основних напрямків його розвитку і механізму впливу на управління банками, розглядаються основні концепції маркетингової інформаційної системи. Вивчення праць цих авторів показало, що системного і комплексного дослідження питання побудови маркетингових інформаційних систем у комерційних банках у теоретичному і практичному аспекті не проводилося.

Фінансово-банківські установи забезпечують ринкову економіку інструментами і механізмами регулювання економічних процесів. Банки є

важливою ланкою ринкової економіки, тому банківські послуги — це послуги особливого виду, бо сприяють розвитку як виробничої, так і соціальної інфраструктури. Специфіка банківської діяльності та банківського продукту накладає відбиток на маркетинг у банківській сфері. Він постає як особлива галузь маркетингу сфери послуг. Специфіку мають усі прийоми маркетингових досліджень і розробок, функції, завдання, прийоми маркетингу, усі елементи системи маркетингу, що відносяться до банківської сфери.

У країнах із розвинутою ринковою економікою банки останніми зі сфери бізнесу сприйняли маркетинг і почали застосовувати його у практичній діяльності. Це було обумовлено, з однієї сторони, консерватизмом банків, де дуже повільно відбувалися зміни споживчих переваг, та обережністю відносно застосування різноманітних нововведень, а з другої — дуже високим ступенем регулювання банківської діяльності. Тому тільки у 60 – 70-х роках банки США, потім і Західної Європи почали застосовувати маркетинг у своїй діяльності і створювати в своїх структурах маркетингові підрозділи, що було пов'язано з перетвореннями ринку продавця у ринок споживача, у міру збільшення добробуту широких верств населення. Відтоді з точки зору ринкової орієнтації в банках відбувалася еволюція від оперативної орієнтації (орієнтації на продукт) до орієнтації на потреби. Коло складників маркетингу розширювалося поступово. У 70-х роках акцент робився на пропонованих продуктах, засобах доставки послуг, технологічних нововведеннях, організації філіальної мережі, рекламі, цінах. У 80-х банки стали активно впливати на державну економічну політику, домагаючись більшої свободи дій, почали встановлювати партнерські відносини зі страховими компаніями для розширення спектра послуг, вводити систему персонального обслуговування клієнтів, роблячи ставку на його якість. Важлива особливість банківського маркетингу в Україні пов'язана з тим, що діяльність банків активно регулюється зі сторони держави. Крім спеціальних законів, існує ряд обов'язкових нормативів, вказівок, спрямованих на забезпечення ліквідності кредитних установ. Це призводить до обмеження в

самостійності рішень, які приймаються, що сприяє необхідності пошуку альтернативних рішень для забезпечення ліквідності банків в умовах кон'юнктури грошового ринку, яка постійно змінюється.

Концепції сучасного банківського маркетингу поки що повільно проникають у банківську сферу України. Як відомо, комерційні банки стали створюватися на початку 90-х років, після набуття державного суверенітету. Середній вік українського банку 6 – 15 років. Становлення банківського маркетингу тільки починається. Необхідним підґрунтям для його розвитку є ринкова інфраструктура, що зароджується, створення поряд із комерційними банками інших кредитно-фінансових інститутів, акціонування і приватизація підприємств, процес лібералізації цін, розширення самостійності підприємств, зміцнення довіри до банків зі сторони споживачів банківських послуг.

В основу маркетингової діяльності українських банків закладено використання зарубіжного досвіду. Як показала практика, поки що українська модель маркетингу досить примітивна, оскільки вона не пов'язана зі значним і глибоким вивченням ринку. Більшість банків, включаючи й ті, які йдуть шляхом універсалізації діяльності, в кращому випадку проводять найпростішу відсоткову політику, орієнтуючись на ставки кількох найбільших банків.

Головними факторами, що викликають необхідність застосування маркетингової діяльності в банках, є наступні:

1) посилення конкуренції у банківській системі як у сфері залучення засобів, так і в сфері надання кредитних послуг. Конкуренція у банківській сфері відрізняється розвиненістю форм та інтенсивністю, відсутністю вхідних бар'єрів і патентних обмежень;

2) обмеження цінової конкуренції на ринку банківських продуктів, що пов'язані з державним регулюванням;

3) розвиток інформаційних технологій і засобів комунікацій на базі сучасної техніки, що призвело до розширення територіальної сфери діяльності фінансово-кредитних інститутів;

4) диверсифікація банківської індустрії. Розширення спектра банківських продуктів, застосування небанківських методів запозичення грошових коштів;

5) інтернаціоналізація економічних процесів, що супроводжується проникненням банків на закордонні ринки та їх конкуренцією з місцевими банками, глобалізація банківської конкуренції.

Основними завданнями маркетингу в банку являються:

- забезпечення рентабельної роботи банку в умовах грошового ринку;
- гарантування ліквідності банку з метою дотримання інтересів кредиторів і вкладників, підтримки іміджу банку серед населення;
- максимальне задоволення запитів клієнтів щодо обсягу, структури та якості послуг, які здійснює банк. Це створює умови для стабільних ділових відносин;
- комплексне вирішення комерційних, організаційних і соціальних проблем колективу банку.

У визначеннях банківського маркетингу, що наведені вітчизняними та зарубіжними економістами, простежується однобока спрямованість на практичний аспект маркетингової діяльності в банку. Перед тим як дати визначення банківського маркетингу слід розглянути суб'єкти й об'єкти банківського маркетингу, визначити його як економічну категорію.

Досвід функціонування банківського маркетингу в діяльності зарубіжних і вітчизняних банків дозволяє зробити висновок, що банківський маркетинг є особливою економічною категорією.

Банківський маркетинг, як економічна категорія, виражає відношення між: суб'єктами кредитно-фінансових відносин – банками, фінансовими посередниками, споживачами (фізичними та юридичними особами) з приводу задоволення потреб і вирішення проблем клієнтів банку в банківських продуктах, що призводить до економічного успіху банків і клієнтів та приносить користь суспільству в цілому.

Основні суб'єкти банківського маркетингу – комерційні банки та їх маркетингові підрозділи, кредитно-фінансові посередники, клієнти (юридичні та фізичні особи), які є споживачами банківських продуктів. Об'єктами банківського маркетингу виступають: банківські продукти, банківські технології, споживачі банківських продуктів, процеси і тенденції споживчого попиту та ринковий ризик, автоматизовані системи обробки інформації, комунікаційні системи.

Отже, визначивши банківський маркетинг як економічну категорію, розглянувши його суб'єкт і об'єкт, можна дати узагальнююче визначення банківського маркетингу.

Банківський маркетинг – це філософія, стратегія й тактика банку, що спрямовані на ефективне задоволення потреб, запитів і сподівань, вирішення проблем існуючих і потенційних банківських клієнтів шляхом успішної реалізації на ринку банківських продуктів, які враховують тенденції розвитку ринку та приносять користь суспільству завдяки управлінню активами і пасивами, прибутками і витратами, ліквідністю банку, рівнем ризику його операцій.

Сутність банківського маркетингу неможливо розкрити без розуміння його принципів, які повинні допомогти впровадженню маркетингу в діяльність банків.

Найважливішими принципами банківського маркетингу є: принцип концентрації зусиль банку на задоволенні потреб клієнтів банку; принцип орієнтації на довгостроковий прибуток банку; принцип націленості на досягнення кінцевих результатів.

Принципи банківського маркетингу впливають на функції банківського маркетингу і забезпечують їх виконання. Можна виділити чотири основні групи функцій банківського маркетингу: I група – аналітичні; II група – виробничі; III група – розподільно-збутові; IV група – управлінські.

Аналітичні функції тісно пов'язані з принципом концентрації зусиль на задоволення потреб споживача.

Виробничі функції банківського маркетингу пов'язані з організацією надання банківських продуктів, впровадженням нових технологій у банківську діяльність, забезпечення якості і конкурентоспроможності банківських продуктів, з цією функцією пов'язаний принцип спрямованості на досягнення кінцевого результату та принцип концентрації зусиль на задоволення потреб споживачів, тобто на задоволення попиту. Виробничі функції маркетингової діяльності в банку полягають у наданні і виробництві банківських продуктів.

Розподільчо-збутові функції банківського маркетингу пов'язані з розробкою і здійсненням товарної і цінової, збутової і комунікаційної політики в банках. Ця функція пов'язана з принципом спрямованості на досягнення кінцевих результатів і з принципом концентрації зусиль на задоволення попиту споживачів.

Управлінські функції пов'язані з плануванням на тактичному і стратегічному рівнях, інформаційне забезпечення маркетингу, контроль. Ця функція відповідає принципу спрямованості на кінцевий результат на тактичному рівні та на довгостроковий результат.

Як бачимо, для найбільш ефективної роботи банку необхідно узгоджувати його попит і пропозицію, що впливає з його принципів та функцій. Причинами необхідності узгодження попиту і пропозиції є також концентрація зусиль на задоволення потреб споживача, орієнтованість на довгострокові результати, досягнення запланованих результатів.

Література:

1. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг: Підручник. / Л.Ф.Романенко – К.: ЦНЛ, 2004. – 344 с.
2. Лютий І. О. Банківський маркетинг: Навч. посіб. / І.О. Лютий. – К.: Знання, 2006. – 395 с.
3. Жуков С. А. Маркетинг в банку: Навч. посіб. /С.А.Жуков. – К.: Кондор. – 2008. – 182 с.

4.Новікова І. Ф. Банківський маркетинг: Навч.-метод. посіб./ І.Ф.Новікова – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2009. – 156 с.

БАНКІВСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОДНА ІЗ СКЛАДОВИХ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

ЛИПКО Ірина

*студентка факультету банківського бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

Ефективність банківської системи України визначається дієвістю її впливу на процес макроекономічної стабілізації та створення умов для соціально – економічного зростання [3, 58].

Головною метою розвитку менеджменту в банківській справі є звичайно надійне, ефективне та перспективне забезпечення функціонування банківської системи загалом по Україні і в окремих її регіонах. А також щоб забезпечити стійкість до впливів різних економічних факторів та максимально задовольняти потреби своїх клієнтів. Функціонування банківського сектору в економіці вимагає пристосування його до нових умов. А щоб здійснювати адекватну оцінку банківської діяльності в сучасний період, необхідним є належний розвиток банківського менеджменту, адже все розвивається і рухається вперед і ставить перед собою нові вимоги з точки зору завдань з удосконалення банківської системи. Одним із основних таких завдань можна виділити банківський менеджмент.

Банківський менеджмент – це система управління грошовими потоками банківської установи, яка передбачає визначення перспективних і поточних цілей банку, стратегічне і тактичне планування, моніторинг поточної діяльності та аналіз досягнутих результатів [1, 7]

У банківській діяльності менеджмент відіграє важливу роль у плануванні, а також ставить перед собою комплекс тих завдань, при досягненні яких і забезпечується належне управління банківською системою.

До таких завдань можна віднести:

- адекватно оцінити тенденції і характер зміни макросередовища банківської діяльності;
- обґрунтувати раціональні способи адаптації системи управління банку до постійних змін умов його діяльності;
- ефективно модернізувати банківський бізнес з метою подолання таких негативних явищ, як нехтування довготерміновими і середньотерміновими програмами [1, 15].

Головною суттю банківського менеджменту є те, що це система економічного управління банківською установою в умовах ринкової економіки, з метою отримати максимальні результати від своєї діяльності. Основним є те, що ефективність процесу управління залежить від вміння передбачати майбутнє, мислити на перспективу й вміло контролювати ризики. Не мало важливим є також якість підготовки та рівень професіоналізму і компетентності всього персоналу банку.

В менеджменті виділяють, два основні напрями: фінансовий (управління фінансовими процесами) і організаційний (здійснює організаційну діяльність). Кожен із напрямів має свої функції, які відповідають за покладенні на них обов'язки. Проте у цих двох напрямках є спільна функція – функція планування.

Планування – це інструмент управління, який охоплює всі аспекти банківської діяльності. Планування діяльності банківської установи, дозволяє вирішити такі проблеми:

- на підставі маркетингових досліджень та аналізу стану ринку банківських послуг визначити конкретні фінансові продукти, що надаватимуться банком;
- сформулювати довгострокові цілі банку та тактику їх досягнення;
- оцінити видатки на формування та реалізацію банківських продуктів;
- визначити необхідні маркетингові та рекламні заходи;

- дати оцінку фінансового стану підрозділів банку та оцінити наявність ресурсів;
- передбачити ризики [2, 43].

Стратегічне планування – це адаптивний процес, за допомогою якого здійснюється регулярна розробка та корекція системи формалізованих планів, перегляд змісту заходів щодо їх виконання на основі безперервного контролю та оцінювання змін, що відбуваються зовні та всередині установи [4, 18].

На нашу думку, планування є дуже важливим елементом у банківському менеджменті, адже без планування не можливе існування будь-якого підприємства.

З усього вище викладеного можна зазначити, що банківський менеджмент як одна із складових функціонування банківської системи покликана створювати умови для успішного функціонування банку, виходячи з того, що прибуток – це не причина існування банку, а результат його діяльності, який у підсумку визначається ринком. Прибуток створює гарантії для функціонування банку, оскільки тільки він і його накопичення у вигляді різноманітних фондів дають змогу обмежувати і переборювати ризики, пов'язані з функціонуванням банку. Банківська сфера потребує такого стилю роботи, в основі якого лежать постійний пошук нових можливостей, уміння залучати й використовувати для вирішення поставлених завдань ресурси з найрізноманітніших джерел, домагаючись підвищення ефективності й одержання максимально можливого результату за мінімальних витрат.

Література:

1. Довгань Ж.М. Стратегічне управління в кредитних установах [Текст]: навч.посіб.: Тернопіль: ТНЕУ, 2009. – 191 с.
2. Довгань Ж.М. Фінансовий менеджмент у банку [Текст]: навч.посіб.: Тернопіль: ТНЕУ, 2010. – 205 с.
3. Лютий І.О. Банківський маркетинг [Текст]: навч. посіб. – К.: Знання, 2010. – 395 с.

4. Шершньова З. Є. Стратегічне управління [Текст]: Підручник.-2-ге вид.,перероб. і доповнення. – К.: КНЕУ, 2010. – 669 с.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ ПРОМІЖНОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У СВІТЛІ ВИМОГ МСФЗ

ЛИТВИН Надія

*к.е.н., доцент кафедри банківського
менеджменту та обліку,*

Тернопільський національний економічний університет

Проміжна банківська фінансова звітність, поряд з річною фінансовою звітністю, має важливе значення для її користувачів. Її основна мета - надання оновленої інформації у порівнянні з останнім повним комплектом річної фінансової звітності. Враховуючи зміни, що були внесені до вітчизняного законодавства [1, 2], згідно з якими банки мають складати фінансову звітність (в тому числі і проміжну) за Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ), виникає нагальна потреба в науковому дослідженні правових і практичних аспектів, пов'язаних із її складанням.

У системі МСФЗ загальні питання, що стосуються складання і подання проміжної фінансової звітності регламентуються МСБО 1 «Подання фінансової звітності» [5] та МСБО 34 «Проміжна фінансова звітність» [6]. Міжнародні стандарти дають суб'єктам господарювання можливість вибору щодо того, яку проміжну звітність складати: повну чи стислу. Повна проміжна фінансова звітність повинна містити весь комплект фінансової звітності і враховувати усі вимоги, що визначені в МСБО 1 «Подання фінансової звітності», а стисла проміжна фінансова звітність має складатися з комплекту звітів, що визначені МСБО 34 «Проміжна фінансова звітність».

В Україні, склад і зразки форм банківської проміжної фінансової звітності, порядок та періодичність її складання встановлюються Інструкцією «Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України», затвердженою постановою Правління НБУ від 24.10.2011 р. № 373 [3]. Дана

Інструкція набрала чинності з 1.01.2012 р. і замінила попередню, що була затверджена постановою Правління НБУ від 27.12.2007 р. № 480 [4].

Нові вимоги до обсягу банківської проміжної фінансової звітності суттєво не відрізняються від попередніх, що були визначені Інструкцією № 480. Основні нововведення стосуються: зміни назв та змісту фінансових звітів; збільшення кількості періодів, за які мають наводитися дані у звіті про прибутки і збитки та інший сукупний дохід; заміни двох приміток новими. Окрім цього, тепер банкам надається право подавати до НБУ проміжну неконсолідовану фінансову звітність в обсягах, визначених для річної неконсолідованої фінансової звітності.

Порівняльний аналіз вимог «Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України» та МСБО 34 «Проміжна фінансова звітність» показав, що між ними існують певні розбіжності, зокрема щодо мінімального складу проміжної фінансової звітності, ідентичності форм проміжної і річної фінансової звітності, консолідації, періодичності та термінів оприлюднення (табл. 1).

Проведений нами аналіз фінансових звітів таких провідних європейських банків, як «Банк Австрія Груп» (Bank Austria Group), «БНП Паріба» (BNP Paribas), «Комерцбанк» (Commerzbank AG), «Ей-Бі-Ен АМРО Груп» (ABN AMRO Group N.V.), «ПКО Банк Польський» (PKO Bank Polski SA), Сведбанк (Swedbank), виявив, що у міжнародній практиці не має єдиного підходу до подання та розкриття інформації у банківській проміжній фінансовій звітності [7-12]. Основні відмінності стосувалися періодичності складання проміжної фінансової звітності (щокварталу або раз у півроку) та кількості приміток до неї (коливалася в межах від 19 до 47). Це пояснюється тим, що МСФЗ не встановлюють жорстких правил щодо складу, форм та періодичності складання проміжної фінансової звітності.

Таблиця 1

Окремі розбіжності між вимогами вітчизняного законодавства і МСФЗ щодо проміжної фінансової звітності

Питання, що регулюються	Назви документів		
	Закон України «Про банки і банківську діяльність»	Інструкція «Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України»	МСБО 34 «Проміжна фінансова звітність»
Склад проміжної фінансової звітності	- баланс; - звіт про фінансові результати; - примітки.	- звіт про фінансовий стан; - звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід; - три примітки. або - звіт про фінансовий стан; - звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід; - звіт про зміни у власному капіталі; - звіт про рух грошових коштів; - 49 приміток.	а) стислий звіт про фінансовий стан; б) стислий звіт про сукупні доходи, поданий як: і) стислий єдиний звіт; або іі) стислий окремий звіт про прибутки та збитки та стислий звіт про сукупні доходи; в) стислий звіт про зміни у власному капіталі; г) стислий звіт про рух грошових коштів; та г) вибіркові пояснювальні примітки.
Ідентичність форм проміжної та річної фінансової звітності	не регламентовано	форми проміжного звіту про фінансовий стан та звіту про прибутки і збитки та інший сукупний дохід відрізняються від їх річних форм	стисла проміжна фінансова звітність має містити, як мінімум, усі заголовки та проміжні підсумки, що були включені в останню річну фінансову звітність
Вид проміжної фінансової звітності	не регламентовано	неконсолідована	консолідована, якщо остання річна звітність була консолідованою
Періодичність подання	щокварталу	щокварталу	заохочується подавати щонайменше станом на кінець першої половини фінансового року
Термін оприлюднення	протягом місяця, наступного за звітним періодом	протягом місяця, наступного за звітним періодом	заохочується оприлюднювати не пізніше, ніж через 60 днів після закінчення проміжного періоду

Водночас, усі досліджувані європейські банки складали стислу проміжну фінансову звітність за вимогами МСБО 34 «Проміжна фінансова звітність», а не повну за вимогами МСБО 1 «Подання фінансової звітності». Такий вибір, на нашу думку, є цілком обґрунтований, оскільки стислі звіти, на відміну від повних, дозволяють уникнути дублювання інформації, що наведена у попередній річній звітності і зосередити увагу на нових подіях, видах діяльності чи обставинах.

Зауважимо, що у жодному з проміжних звітів про фінансовий стан досліджуваних європейських банків не наводилась інформація про активи і зобов'язання в іноземній валюті, резерви під знецінення різних видів активів та

надані кредити клієнтам і залучені депозити клієнтів у розрізі фізичних і юридичних осіб, як це передбачено у квартальній формі звіту про фінансовий стан, що затверджена НБУ.

Враховуючи вимоги МСФЗ, а також практику складання проміжних фінансових звітів банками країн ЄС, нами пропонується внести такі зміни в банківське законодавство України:

1. Розширити мінімальний склад проміжної фінансової звітності банків України відповідно до вимог параграфу 8 МСБО 34.

2. Узгодити форми проміжної фінансової звітності з формами річної фінансової звітності так, як цього вимагає параграф 10 МСБО 34.

3. У формі квартального звіту про фінансовий стан виключити статті, що містять інформацію про активи і зобов'язання в іноземній валюті, резерви під знецінення різних видів активів та надані кредити клієнтам і залучені депозити клієнтів у розрізі фізичних і юридичних осіб. Зазначену інформацію доречніше розкривати у примітках до звітності, а не переобтяжувати нею звіт про фінансовий стан.

4. Збільшити мінімальну кількість приміток до проміжної фінансової звітності, а також розширити обсяг інформації, яка має в них розкриватися з врахуванням вимог параграфів 15-17 МСБО 34.

5. Зобов'язати банки складати проміжну фінансову звітність на консолідованій основі, якщо остання річна звітність була консолідованою, так як цього вимагає параграф 14 МСБО 34.

Реалізація наведених вище рекомендацій дозволить користувачам проміжної фінансової звітності отримувати більш повну інформацію про діяльність вітчизняних банків, а також усуне наявні відмінності між вимогами МСФЗ та національного законодавства.

Література:

1. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання діяльності банків» від 12.05.2011 р. № 3024-VI. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 12.05.2011 р. № 3332-VI. [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Інструкція про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України. Затверджено постановою Правління НБУ від 24.10.2011 р. № 373. [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Інструкція про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України. Затверджено постановою Правління НБУ від 27.12.2007 р. № 480. [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. МСБО 1 «Подання фінансової звітності». [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.
6. МСБО 34 «Проміжна фінансова звітність». [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.
7. Фінансова звітність банку «ABN AMRO Group N.V» за 1 півріччя 2011 р. та річна за 2011 р. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.abnamro.com>.
8. Фінансова звітність банку «Bank Austria Group» за 1 квартал 2012 р. та річна за 2011 р. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.bankaustria.at>
9. Фінансова звітність банку «BNP Paribas» за 1 півріччя 2011 р. та річна за 2011 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://invest.bnpparibas.com>.
10. Фінансова звітність банку «Commerzbank AG» за 1 квартал 2012 р. та річна за 2011 р.- [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.commerzbank.de>.
11. Фінансова звітність банку «PKO Bank Polski SA» за 1 квартал 2012 р. та річна за 2011 р. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.pkobp.pl>.
12. Фінансова звітність банку «Swedbank» за 1 квартал 2012 р. та річна за 2011 р. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.swedbank.com>.

ПЕРШЕ ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ БАНКАМИ

ЛУНЯКІНА Лілія

студентка,

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Інтеграції України в світове господарство та налагодження ринкових відносин з передовими країнами світу вимагає відповідності та адаптації вітчизняної звітності міжнародним стандартам. Для створення єдиного

інформаційного простору, на вимогу МВФ, Рада з Міжнародних стандартів фінансової звітності розробила та впровадила в дію Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ). Складання суб'єктів господарювання, в тому числі і банками, фінансової звітності за міжнародними стандартами дозволяє забезпечити відкритий та вільний доступ до інформації про фінансову діяльність та сприяє залученню іноземних інвесторів.

В рамках вітчизняного законодавства Кабінетом Міністрів України було схвалено Стратегію застосування міжнародних стандартів фінансової звітності від 24.10.2003 № 911. Так починаючи з 2012 року банки України повинні складати в обов'язковому порядку фінансову звітність за міжнародними стандартами згідно Інструкції «Про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України» № 373.

Впровадження в дію МСФЗ в банківському секторі було викликано перш за все, необхідністю входження до світової економічної спільноти банківського сектору, підвищення ефективності в управлінні банками, зосередження уваги до фінансового ринку України іноземних інвесторів, потреба в отримання прозорості, чіткої та достовірної інформації користувачами фінансової звітності банків, забезпечення передумов для організації аудиту, як внутрішнього так і зовнішнього, за міжнародними стандартами, а також підвищення ефективності управління банками.

Для переходу на міжнародні стандарти згідно МСФЗ 1 «Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності» банки повинні зробити наступні кроки:

1. Обрати облікову політику, яка відповідає МСФЗ.
2. Підготувати баланс за МСФЗ на дату переходу в якості відправної точки для наступного бухгалтерського обліку.
3. Визначення оціночних показників згідно МСФЗ як для балансу на дату переходу на МСФЗ, так і для інших періодів.

4. Презентація та розкриття інформації в першій фінансовій звітності банку відповідно до МСФЗ та проміжних фінансових звітах.

Вперше застосовуючи МСФЗ банки України повинні:

- Першу фінансову звітність складати у відповідність до МСФЗ чинних на дату складання звітності з ретроспективним застосуванням.
- Відправною точкою складання звітності за МСФЗ є початок періоду на дату переходу.
- Визнавати у фінансових звітах всі активи та зобов'язання, та не визнавати їх, якщо це суперечить МСФЗ.
- Бухгалтерські оцінки повинні бути здійсненні згідно вимог МСФЗ 1 на початок звітного періоду.
- Облікові політики, які використовувались раніше, можуть відрізнятися від тих політик, що використовувались на цю дату.
- Здійснити перекласифікацію статей балансу на дату переходу, які були складені за попередніми стандартами.
- Порівняльна інформація, що подається за попередні періоди, повинна бути подана згідно МСФЗ. Дана інформація може бути подається лише за один рік.
- Необхідно забезпечити узгодженість між стандартами, які використовувались до переходу на МСФЗ, особливо в розрізі власного капіталу на дату переходу на МСФЗ та останньою річною звітністю, а також прибутків та збитків за даний період з усіма примітками, що необхідні для роз'яснення різниць, які можуть виникнути при переході на застосування міжнародних стандартів.

Але при здійсненні даних вимог та впровадженні МСФЗ виникає досить багато труднощів, що пов'язані з:

1. Невідповідністю та постійною зміною вітчизняних законодавчих норм.
2. Відмінності між МСФЗ та національною нормативною базою.
3. Відсутність необхідної ринкової інфраструктури.

4. Непорозуміння щодо характеру МСФЗ.
5. Відсутність відповідних механізмів здійснення контролю національного органу щодо МСФ.
6. Відмінності в визнанні активів та їх оцінці.
7. Обмеженість доступу до нормативних вимог МСФЗ, змін та тлумачень.
8. Низький рівень забезпеченості післядипломної освіти бухгалтерів та представників інших професій, що безпосередньо пов'язані з економічною інформацією.

Не дивлячись на ці та інші проблеми, що виникають при переході на Міжнародні стандарти фінансової звітності банки України успішно долають їх та поступово застосовують МСФЗ. Оскільки МСФЗ є досить гнучкою системою, яка сприяє удосконаленню звітності та забезпечує певним чином інтеграцію у світове господарство, забезпечує прозорість та відкритість діяльності банків, що досить позитивно впливає не лише на привабливість банків з боку інвесторів, а також забезпечує довіру населення, що є одним з важливих інвесторів в рамках вітчизняної економіки.

Література:

1. Стратегії застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24. 10. 2007 № 911 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/911-2007-%D1%80>
2. Про затвердження Інструкції про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України. Постанова Правління Національного банку України 24.10.2011 р. № 373. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1288-11>
3. Міжнародний стандарт фінансової звітності (МСФЗ 1) «Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності» [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_004
4. Лапішко М. Л. Нові вимоги МСФЗ до формування фінансової звітності / Лапішко М.Л. // Вісник соціально-економічних дослідже. – 2012. – №1 (44).

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИСБАЛАНСОВ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

ЛУНЯКОВ Олег

*к. э. н., доцент Севастопольского института банковского дела
Украинской академии банковского дела
Национального банка Украины*

Внутрисистемные и внешние дисбалансы финансового сектора экономики Украины проявились в условиях мирового финансово-экономического кризиса 2007-2008 гг. В настоящее время опубликовано большое количество научных работ, раскрывающих факторы и триггеры кризиса. Среди ключевых факторов кризиса в этих работах часто упоминается:

- конъюнктурный рост цен на активы, не подкрепленный действием фундаментальных экономических факторов;
- излишек глобальной ликвидности и возникновение кредитного бума;
- накопление чрезмерных долгов в секторе домохозяйств и достижение высокого уровня финансового левериджа финансовых учреждений;
- широкое распространение сложных и «экзотических» финансовых инструментов и накопление системных рисков;
- неспособность органов финансового регулирования сдерживать чрезмерно рискованную деятельность финансовых учреждений и невозможность предвидеть кризисный сценарий развития событий [1, 3].

При этом, как отмечает А. Барановский, сам кризис имел опосредованное влияние на макроэкономическую ситуацию в Украине. Кризис, в первую очередь оказал негативное влияние на конъюнктуру сырьевых рынков, от которых в большой степени зависит отечественный экспорт; произошло существенное удорожание энергоносителей для хозяйственного сектора, что в конечном итоге не могло не отразиться и на банковском секторе [2, 231].

В то же самое время, столь негативное влияние кризиса на национальную экономику было усилено следствием наличия значительных внутренних дисбалансов, накопленных в финансовом секторе экономики Украины через

наличие существенных диспропорций в балансах финансовых институций, а также сильной и преобладающей динамики финансового сектора по отношению к реальному сектору национальной экономики.

В процессе исследования дисбалансов в финансовом секторе автором предложен и проанализирован комплекс балансовых показателей, нелинейный характер изменения которых может свидетельствовать о формировании дисбалансов финансовых институций и формировании системных рисков в финансовом секторе Украины. В качестве расчетных показателей дисбалансов в финансовом секторе экономики Украины проанализированы:

- отношение кредитов к депозитам;
- отношение долгосрочных кредитов к долгосрочным депозитам;
- отношение кредитов в иностранной валюте к депозитам в иностранной валюте;
- отношение кредитов к номинальным доходам населения

В исследовании предполагалось, дисбалансы имеют место, когда фактические значения данных показателей существенно (нелинейно) отличаются от их ожидаемых значений. Для выявления возможных значительных отклонений предложено использовать статистический фильтр Ходрика-Прескотта (Hodrick-Prescott filter). Преимущество использования данного фильтра, по сравнению с анализом отклонений от средних величин временного ряда, заключается в том, что он позволяет выявить циклическую составляющую и часто используется в теории деловых циклов и финансовых циклов.

В процессе анализа выше указанных показателей был определен порог возникновения дисбалансов, равный 5%. Другими словами, если фактические значения балансовых показателей превышали их ожидаемые значения, моделируемые с использованием фильтра Ходрика-Прескотта, то это классифицировалось как наличие дисбалансов.

По результатам исследования выявлены следующие особенности формирования дисбалансов в финансовом секторе национальной экономики:

1) За период времени, с 1996 года по 2005 год наблюдается незначительные отклонения кредитов, предоставленных в экономику Украины, от величины депозитов, привлеченных в национальную банковскую систему.

2) Дисбалансы (резкие и существенные отклонения) между величиной предоставленных кредитов и привлеченными депозитами выявлены на интервале времени с 2006 года по 2009 год, что в определенной степени свидетельствует об агрессивной кредитной политике, которая основана на оптимистических ожиданиях в стабильном приращении депозитной базы и платежеспособности заемщиков.

3) Сильным фактором, оказавший существенное влияние на формирование выше проанализированных дисбалансов, являлись внешние заимствования украинских банков, а также прирост депозитной базы банков-нерезидентов, функционирующих в Украине [2, 232].

Дальнейшие исследования связаны с разработкой методологии регулирования дисбалансов финансового сектора экономики Украины на основе системы раннего оповещения таких дисбалансов.

Литература:

1. Богдан, Т.П. Глобальна фінансова криза та виклики для економічної політики в пост кризовий період [Текст] / Т.П. Богдан // Фінанси України. – 2010. - №6. – С. 3-14.

2. Стійкість фінансових ринків України та механізми її забезпечення [Текст] / [О. І. Барановський, В. Г. Барановська, Є. О. Бублик та ін.] ; за ред. : О. І. Барановський ; Нац. акад. наук України, Держ. установа "Ін-т економіки та прогнозування". – К. : Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2010. – 491 с.

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИЙ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

ЛУЦІВ Богдан

*д. е. н., професор,
завідувач кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

Глобалізація – зростання ролі зовнішніх чинників (економічних, соціальних, культурних) у відтворювальних процесах всіх країн учасників цього процесу, формування єдиного світового ринку без національних бар'єрів та створення єдиних юридичних умов для всіх країн. Як особлива фаза міжнародних відносин, глобалізація зародилася декілька десятиліть тому, але її формування не завершилось і до початку третього тисячоліття. Проте увагу суспільства вона привернула лише у 90-х рр. XX ст. Саме наприкінці XX ст. світова економіка вступила в нову стадію глобалізації. Основою цього процесу стало зростання економічної взаємозалежності країн та посилення ролі світових ринків капіталів. Яскравим виявом фінансової глобалізації, її ключовим елементом є транснаціональна діяльність банків-посередників, які забезпечують господарські інтереси клієнтів.

Під впливом таких обставин науковий пошук українських дослідників має бути спрямований на вивчення світового досвіду, розгляд суті трансформацій, що відбуваються у банківських системах різних країн в умовах глобалізації, й виявлення основних тенденцій їхнього розвитку. Як показує світовий досвід, фінансова глобалізація розширяється насамперед у промислово розвинутих країнах. Країни, що розвиваються, беруть участь у цьому процесі меншою мірою, а менш розвинуті країни практично не беруть участі в ньому. Звідси робимо висновок про недостатній рівень фінансової глобалізації в одних країнах і інтенсифікацію цих процесів – в інших. У цьому значенні фінансову глобалізацію доцільно розглядати як закономірний процес поетапного і послідовного економічного розвитку від простої до більш складної системи взаємодії суб'єктів.

Україна відчула вплив глобалізації вже з перших років незалежності, коли її економіка і суспільна сфера стали відкритими для світу. В процесі виникнення нових явищ у країні з'являються нові можливості й перспективи. Однак поряд з позитивними чинниками глобалізації, які розглянуто у публікаціях вчених-економістів, вона містить загрози та викликає гострі проблеми. Позитивне значення глобалізації важко переоцінити, оскільки неймовірно примножуються можливості людства, більш повно враховуються всі сторони його життєдіяльності, створюються умови для гармонізації. Тому процеси глобалізації у світовій економіці сприймаються й оцінюються неоднаково. По-різному до них ставляться не тільки окремі спеціалісти та експерти, а й жителі різних країн. Якщо глобалізація сприятливо сприймається в розвинутих країнах, то доволі скептично – у країнах, що розвиваються.

З огляду на сказане вище виокремимо потенційні проблеми, здатні призвести до негативних наслідків від процесів глобалізації, та позитивні наслідки, які сприяють поліпшенню умов гармонізації розвитку людства і світової економіки (див. табл. 1).

Таблиця 1

Позитивні й негативні наслідки глобалізації

Позитивні	Негативні
1. Поглиблення спеціалізації та міжнародного поділу праці (більш ефективно розподіляються засоби і ресурси). 2. Економія від масштабу виробництва (скорочення витрат і зниження цін). 3. Посилення конкуренції та стимулювання розвитку нових технологій і поширення їх серед країн. 4. Підвищення продуктивності праці в результаті раціоналізації виробництва на глобальному рівні і поширення передових технологій. 5. Мобілізація більшого обсягу фінансових ресурсів. 6. Створення фундаментальної основи для вирішення загальних проблем суспільства.	1. Можливість переходу контролю над економікою окремих країн до більш сильних держав або міжнародних організацій. 2. Можлива дестабілізація фінансової сфери, потенційна регіональна або глобальна нестабільність через взаємозалежність національних економік на світовому рівні. 3. Збільшення технологічного відставання від більш розвинутих країн. 4. Зростання соціально-економічного розшарування. 5. Збільшення зовнішнього боргу насамперед перед міжнародними фінансовими організаціями, який гальмує подальший прогрес. 6. Зростання безробіття через запровадження нових технологій, яке призводить до скорочення робочих місць. 7. Погіршення стану навколишнього середовища. 8. Нерівномірність розподілу переваг глобалізації відчувається не тільки по окремих країнах, а й за окремими галузями.

Банківський сектор економіки найбільш чутливий до зовнішніх чинників, через що глобалізація дуже сильно впливає на його розвиток. Тому банківська діяльність у період глобалізації суттєво змінюється. Причинами, які зумовлюють ці зміни, є:

1. Розвиток транснаціональних корпорацій і мережі їхніх філій у всіх країнах привів до зростання їхніх потреб в адекватному банківському обслуговуванні та спровокував появу нових нетрадиційних банківських послуг.

2. Нефінансовий сектор економіки, фінансова і банківська системи національних економічних систем стають дедалі уніфікованими при роботі на внутрішньому та світових ринках. Це приводить до імплементації правил, що рекламують внутрішні й зовнішні економічні операції.

3. Національні банківські системи, які мають за мету акумулювати і перерозподіляти фінансові ресурси в межах національної економічної системи, перебувають в усе зростаючій залежності від міжнародного ринку капіталів, який у період глобалізації перетворився на самостійний чинник розвитку світової економіки.

4. На національну грошово-кредитну політику (тобто на діяльність центрального банку) посильний вплив здійснює зростаюча експансія корпорацій банків, інших фінансових інститутів на світовому ринку капіталів, у тому числі й у секторі прямих капіталовкладень.

5. Відбувається зміна характеру та основних учасників конкуренції на банківському ринку. Дуже інтенсивною стає конкуренція з банками-нерезидентами в розвинутих економічних системах.

6. Збільшується частка міжнародних операцій у загальному обсязі банківських операцій.

7. Змінюється структура доходів, а отже, й географії економічних інтересів банків.

8. Здійснюється стандартизація банківського нагляду.

Усе це дає підстави ще раз наголосити, що в умовах зростаючої глобалізації відбувається процес трансформації національних банківських систем. До специфічних закономірностей фінансової інтеграції як результату взаємодії фінансових ринків належить координація методів регулювання грошово-кредитної та валютної політики країн, основними провідниками яких є банківські системи.

Література:

1. Глобализация мирового хозяйства: учебное пособие/ под ред. М. Осьмовой, А. Бойченко. – М.: Инфра- М, 2006.
2. Колесов В. П. Глобализация мирового хозяйства и место России. – М.: изд-во РАН, 2002.
3. Банківські операції: Підручник. / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін.; За заг. ред. А. М. Мороза. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2008. – 608 с.
4. Банківські операції: Підруч. / За ред. д.е.н., проф. О. В. Дзюблюка. – Тернопіль: Вид-во ТНЕУ "Економічна думка", 2009. – 696 с.

МЕХАНІЗМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ

МАЛЮТЮК Ольга
студентка,

Луцький національний технічний університет

Діяльність комерційних банків залежить від багатьох чинників, серед яких важливе місце займає трудовий потенціал банку. Саме він є ключовою ланкою не лише для досягнення визначеного проміжного результату, а й для підвищення можливостей банку конкурувати на ринку банківських послуг. Тому актуальними залишаються питання управління персоналом, мотивації, стимулювання персоналу банку, які безпосередньо сприяють забезпеченню результативності роботи вітчизняних банківських установ.

Провідним напрямом стратегії управління банківським персоналом є забезпечення ефективності мотивації праці – досягнення такої сили трудової мотивації та результативності праці, яка відповідає реалізації економічних і соціальних цілей комерційного банку та особистих цілей працівників.

Ефективність трудової мотивації має досягатися завдяки регулюючим функціям мотиваційного механізму, який повинен бути невід'ємною складовою системи управління комерційним банком.

Фактори впливу на мотивацію праці персоналу комерційного банку доцільно поділити на дві групи: фактори, які прямо впливають на мотивацію та фактори непрямої дії. До першої групи факторів можна віднести: фінансовий стан банку, клієнти та імідж банку. До другої – індивідуальні характеристики працівників, особливості роботи, характеристики виробничого середовища [2].

Варто зауважити, що ефективне управління персоналом обумовлюється двома основними чинниками [4]:

- 1) здатністю організації чітко визначити, що необхідно для досягнення її мети, тобто, яка поведінка працівників;
- 2) здатністю передбачити, які методи спонукають працівників на бажану поведінку.

Основу концепції управління персоналом в даний час складає зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти у відповідності із завданнями, що стоять перед банківською установою.

Досвід банківської системи засвідчує, що кожен банк формує свою власну систему мотиваційного впливу на персонал. При цьому мотивація розглядається як багаторівнева система, яка узгоджує потреби та життєві прагнення працівника з цілями керівництва і всього колективу [2].

Світова фінансова криза найбільше торкнулася фінансово-кредитних установ, а її наслідки певним чином вплинули на мотивацію праці конкретних груп працівників. Дослідження показали, що протягом 2008-2010 років у системі мотивації відбулися такі тенденції: скорочення виплат, замороження фіксованої частини винагород, скасування премій та бонусів, виплати дивідендів, масові звільнення працівників. Починаючи з 2011 року відбувається

поступова стабілізація рівня оплати праці найзатребуваніших фахівців, банки розпочали використовувати різні форми заохочення працівників [3].

Мотиваційний пакет, який використовується комерційними банками реалізується за рахунок матеріального і нематеріального стимулювання. Проведені соціологічні дослідження показують, що найбільш дієвим напрямком мотивації праці робітників комерційних банків є матеріальне стимулювання, яке включає заробітну плату, різноманітні заохочення, участь у прибутках, участь в акціонерному капіталі, страхування життя, медичне страхування, отримання пільгових кредитів. Широке розповсюдження отримала система заохочення у вигляді участі у прибутках організації, що передбачає встановлення частки прибутку з якої формується заохочувальний фонд. Розмір виплати залежить від обсягів прибутку та загальних результатів фінансової діяльності банку. Дана система, як правило, розповсюджується на управлінські кадри.

До найбільш розповсюджених форм нематеріального заохочення відносяться пільги пов'язані з особливим графіком роботи (стимулювання вільним часом), нагорода цінними подарунками, корпоративні заходи, грамоти, присудження почесних звань, підвищення у посаді, підвищення кваліфікації за рахунок банку тощо [2].

Останнім часом спостерігається стійка тенденція до системного використання саме нефінансових заохочень, таких як «соціальний пакет».

Ключовими пріоритетами в системі стимулювання банківських працівників є рівень професіоналізму; ступінь напруження при виконанні роботи (інтелектуальне, організаційне, емоційне); ступінь відповідальності; ступінь ризику; економія робочого часу, фінансів. Саме це сприяє формуванню ініціативного, старанного працівника, зорієнтованого на максимальні досягнення в праці, здатного до творчої інноваційної діяльності [1].

Варто зазначити, що підвищення мотивації праці персоналу повинно завжди зумовлювати підвищення продуктивності праці, що впливає безпосередньо на фінансові результати банку [1].

Проведене дослідження Ізюмцевої Н. В. дає підстави щодо розроблення низки рекомендацій з удосконалення системи мотивації персоналу банків України в сучасних умовах, а саме: спрямувати увагу на економічне стимулювання працівників (підвищити оклади з урахуванням нового навантаження та стресових умов праці; зробити премії діючим інструментом стимулювання; створити соціальний пакет за принципом «кафетерія», тобто надати співробітникам можливість вибору пілг); активно використовувати соціально-психологічні методи в управлінні стимулюванням персоналу (підтримка сприятливого клімату в колективі; розвиток системи управління конфліктами; формування і розвиток організаційної культури) [3].

На основі вище викладеного матеріалу можемо зробити висновок, що в діючих напружених умовах праці у банківських установах керівникам варто приділяти увагу саме співвідношенню форм мотивації працівників, тобто системі мотивації з відповідним пріоритетом важливості. Це виявляється у тому, що працівнику важливо мати постійне місце роботи, при цьому працівник погоджується на середній стабільний рівень оплати праці, працівник прагне бути забезпечений «соціальним пакетом» і працювати в комфортних умовах. Тобто на даному етапі відновлення ринку банківських послуг для працівників варто створити гармонійні умови праці і захисту, а ніж підвищувати рівень заробітної плати без врахування інших мотивів працівників.

Таким чином, відпрацювавши ефективний механізм стимулювання праці персоналу, підприємство одночасно із вирішенням багатьох соціальних питань персоналу, вирішує одну з основних стратегічних задач – ефективність та продуктивність праці персоналу, що, у свою чергу, виступає позитивним фактором фінансового розвитку банківської структури [4].

Література:

1. Гончарова М. Л. Використання мотиваційних механізмів у банку / М. Л. Гончарова, Т. В. Турченко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvfb/2011_3/12.pdf
2. Гончарова М. Л. Науково-методичні підходи до мотивації персоналу комерційного банку / М. Л. Гончарова, В. П. Гордієнко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/bitstream/123456789/6711/1/motav.pdf>
3. Ізюмцева Н.В. Організація системи мотивації банківського персоналу в умовах посткризового розвитку економіки / Н. В. Ізюмцева, Г. В. Мирончук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VUbsNbU/2012_1/12_1_60.pdf
4. Потьомкіна О. В. Системний підхід у мотивації працівників банківської сфери / О. В. Потьомкіна // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/ekfor/2011_1/31.pdf

РОЛЬ РЕЙТИНГОВИХ АГЕНСТВ У ЗДІЙСНЕННІ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ БАНКІВСЬКИХ ДЕПОЗИТІВ З ТОЧКИ ЗОРУ ЇХ НАДІЙНОСТІ ТА ДОХІДНОСТІ

МАРИНЧАК Лілія

*асистент кафедри фінансів,
Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу*

Процес розвитку ринкових відносин в Україні потребує значних соціально-економічних перетворень, а це, у свою чергу, передбачає потребу в їх фінансовому забезпеченні. Банківська система України відіграє домінуючу роль у формуванні інвестиційних ресурсів держави, адже однією із першочергових її функцій є мобілізація заощаджень з метою вирішення завдань економічного розвитку країни.

Банківські ресурси є основою діяльності будь-якого банку, адже від ефективності формування ресурсної бази залежать масштаби діяльності банківської установи та обсяг отриманого прибутку. Найбільшу питому вагу в структурі залучених ресурсів банків складають депозитні ресурси. Саме тому в сучасних умовах зростаючої конкуренції в банківській сфері якість депозитного менеджменту має суттєве значення.

Фінансова нестабільність та кризові явища викликають зростання недовіри населення та суб'єктів господарювання до банківської системи, що миттєво відображається в структурі пасивів банківських установ. Практикою доведено, що банки, які не встигають коригувати процентні ставки за депозитами, не удосконалюють свою маркетингову політику щодо залучення коштів у відповідності із зовнішніми змінами, втрачають клієнтів, а отже, втрачають і прибуток. Саме тому ліквідність і прибутковість банку, його позитивна репутація на ринку банківських послуг є тими факторами успіху, що визначають його місце серед конкурентів.

Для забезпечення стабільного та стійкого розвитку банківської системи згідно чинного законодавства в Україні ведеться банківський нагляд, який здійснюється відповідними органами. Зокрема, більшість цих функцій покладено на Національний банк України, контролюючи функцію виконує також Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, який бере участь в інспекційних перевірках проблемних банків за пропозицією Національного банку України. Слід зауважити, що в Україні як банки, так і органи банківського нагляду мають недостатній досвід функціонування в умовах ринкових відносин.

Станом на 01.10.2012 року за даними НБУ в Україні зареєстровано 175 банків. Така значна кількість банківських установ унеможливорює відповідний рівень проведення регулярного інспекторського нагляду зі сторони НБУ чи Фонду гарантування вкладів фізичних осіб. Тому постає необхідність дистанційного моніторингу фінансового стану банків. Дистанційний моніторинг – це поточний оперативний аналіз стану банківських установ за щомісячними, щоквартальними, щорічними балансовими звітами, що дозволяє виділити групи ризику (тобто банки, становище яких може викликати сумнів). Безперечно, такі дистанційні методи не можуть дати однозначний результат і вказувати на ступінь надійності того чи іншого банку. Однак вони можуть суттєво скоротити витрати органів нагляду, звертаючи їхню увагу на

першочергове інспектування тих банків, які опинилися в групі ризику за результатами дистанційних методик. Це, в свою чергу, підвищує ефективність банківського нагляду та стабільність банківської системи в цілому, попереджуючи неспроможність окремих банків.

Одним із джерел інформації, що є підґрунтям для визначення індикатора надійності банківської установи, є рейтинги, присвоєні банкам рейтинговими агенствами чи групами незалежних експертів. Вони мають досить важливе значення, оскільки вкладники активно цікавляться репутацією банку, основними показниками фінансового стану, а також депозитними пропозиціями з точки зору їх дохідності та надійності. Процедура визначення рейтингу даними агенствами базується на детальному вивченні експертами внутрішньої інформації стосовно фінансового стану банку, застосуванні відповідних методів та моделей економетричного аналізу. Особливістю застосування даних моделей є постійна переоцінка рейтингів у відповідності зі змінами вхідних даних. Серед моделей, що широко застосовуються рейтинговими агенствами, можна виділити модель процентних ставок, яка дає змогу визначити оптимальне співвідношення дохідності та надійності депозитних вкладів. Адже надто високі процентні ставки за депозитами не завжди гарантують таку ж високу надійність розміщення вкладів, а навпаки, – можуть бути індикатором надмірно ризикової фінансової політики банку.

Регулювання діяльності уповноважених рейтингових агентств відповідно до Закону України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» здійснює Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку. На сьогодні в Україні існує декілька уповноважених агенств, які здійснюють аналіз діяльності банків та визначають їх рейтинг за проведеними результатами. Серед них можна виділити такі рейтингові агенства, як «ІВІ – Рейтинг», «Рюрік», «Експерт – Рейтинг», «Кредит-Рейтинг», «Українське кредитно-рейтингове агентство».

Проте слід зауважити, що існуючі в Україні законодавчі вимоги до уповноважених рейтингових агентств не відповідають міжнародним, перш за все, в частині наявності фактичного досвіду роботи у сфері визначення й підтримки кредитних рейтингів. Для прикладу, Комісія з цінних паперів США вимагає від претендентів на статус визнаних рейтингових агентств підтвердження безперервного досвіду визначення й підтримки кредитних рейтингів на протязі не менше 3 років до моменту звернення для отримання такого статусу. Українські вимоги передбачають можливість надання статусу уповноваженого агентства компаніям, які не мають практичного досвіду визначення й підтримки кредитних рейтингів на договірній основі. Крім того, система нагляду за діяльністю рейтингових агентств не дозволяє ефективно контролювати якість їх роботи та об'єктивність їх оцінок. За цих умов, нові агентства, які не мають ринкового визнання й підтвердженої репутації, можуть робити спроби завоювання ринку за рахунок необ'єктивного визначення високих рейтингів окремим банкам. Подібна діяльність може істотно ускладнити ефективне використання рейтингів на фінансовому ринку України, оскільки статус уповноваженого агентства сам по собі не гарантує адекватність рейтингових оцінок. Тому в умовах, коли законодавчі вимоги не дозволяють забезпечити дотримання новими уповноваженими агентствами високих стандартів роботи, особливого значення набуває ринкова репутація рейтингових агентств і ефективність систем їх саморегулювання.

Література:

1. Дмитрієва О. А. Оптимізація депозитної діяльності комерційного банку // Фінанси України. – 2008. – № 5. – С. 15–17.
2. Карминский А. М., Пересецкий А. А. Рейтинги как мера финансовых рисков. Эволюция, назначение, применение // Журнал новой экономической ассоциации. – 2009. – №1–2. – С. 86–103.
3. Офіційний сайт Національного Банку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
4. Altman E.I., Rijken H.A. How Rating Agencies Achieve Rating Stability // J. of Banking and Finance. – 2004. – №11.

ДИСТАНЦІЙНЕ БАНКІВСЬКЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОПОЗИЦІЙНОГО ПАКЕТУ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

МАРКОВИЧ Ірина

*к.е.н., асистент кафедри фінансів, обліку і контролю,
Тернопільський національний технічний університет імені І.Пулюя*

Економічний розвиток держави неможливий без добре розвиненої банківської системи, яка перебуває в постійному розвитку як підходів до діяльності, так і способів обслуговування клієнтів.

Дистанційне банківське обслуговування (Remote Banking) – сукупність техніко-технологічних і організаційно-правових методів і прийомів надання банками послуг своїм клієнтам на основі розпоряджень, які клієнт передає на відстані (віддаленим способом), тобто без відвідання банку. Для характеристики такої технології використовують різні терміни: Інтернет-банкінг, Інтернет-банк, система дистанційного банківського обслуговування, електронний банк, on-line banking, home banking, internet banking, PC banking, phone banking, mobile-banking, SMS-banking та ін.

Основними видами дистанційного банківського обслуговування є наступні:

- 1) системи «клієнт-банк» (PC-banking, remote banking, direct banking, home banking), доступ до яких здійснюється через персональний комп'ютер;
- 2) системи «телефон-банк» (телефонний банкінг (phonebanking), телебанкінг, телефон-клієнт, SMSbanking);
- 3) обслуговування з використанням банкоматів (ATM-banking) і пристроїв банківського самообслуговування.

Технології дистанційного банківського обслуговування з використанням пристроїв банківського самообслуговування сьогодні найбільш популярні у світі.

Існує кілька видів дистанційного банківського обслуговування за типом використовуваних пристроїв:

- з використанням банкоматів (ATM-banking),

- з використанням платіжних терміналів,
- з використанням інформаційних кіосків [1].

Розглянемо основні види дистанційного банківського обслуговування детальніше.

Система "Клієнт-Банк" – сучасна комп'ютерна програма для зв'язку та обміну інформацією між банком і клієнтами. Зв'язок здійснюється через стандартні комутовані (телефонні) канали зв'язку за допомогою модему. Система "Клієнт-Банк" забезпечує клієнтові можливість оперативно управляти власними рахунками в банку, не залишаючи свого будинку або офісу, зокрема:

- відправляти в банк і приймати з банку платіжні документи. Кожний документ підписується електронними підписами бухгалтера й директора. Ці підписи перевіряються з боку банку, що забезпечує достовірність отриманої інформації.

- оперативно відслідковувати стан своїх рахунків, зокрема отримувати інформацію про обороти на своїх рахунках за будь-який день.

- одержувати необхідну бухгалтерську звітність за кожний банківський день.

В загальному, інтернет-банкінг (e-banking) – діяльність банку із надання комплексу послуг клієнтам щодо електронного управління своїми рахунками через Інтернет з будь-якого комп'ютера в будь-який час.

До інтернет-банкінгу відносять:

- управління рахунками (виписки, перекази із рахунка на рахунок, підготовка балансів тощо);
- відкриття депозитів;
- здійснення валютних операцій;
- здійснення платіжних операцій (оплата рахунків за товари, комунальні платежі тощо);
- оформлення заяв на підключення до інших послуг (SMS-банкінг, картки, депозити, кредити, інше);

– надання інформації про інші відкриті банківські продукти (платіжні картки, депозити, кредити); обмін валют; обмін фінансовими документами тощо.

Інтернет-банкінг розвивається у напрямку диверсифікації банківських послуг. Посилюється тенденція інтеграції банківських продуктів і послуг – до традиційних банківських додаються страхові, дилерські, інвестиційні, юридичні, консультаційні тощо [2].

Системи «телефон-банк» (phonebanking, телебанкінг, Телефон-Клієнт, SMS-banking) мають обмежений набір функцій в порівнянні з системами "клієнт-банк":

надання інформації про залишки на рахунках, про суми надходжень на користь клієнта, про введення заявок на надання копії виписки по рахунку, проведенні платежів, замовленні готівки, заявці на виконання підготовленого за шаблоном доручення на переказ коштів.

Передача інформації між клієнтом і сервером здійснюється різними способами в залежності від реалізації системи. Це може бути, наприклад, спілкування клієнта з оператором телефонного обслуговування (Call Center), з використанням кнопок телефону (Touch Tone Telephone) і голосового меню (засобів комп'ютеризованої телефонного зв'язку (технології IVR (Interactive Voice Response)), Speech to Text, Text to Speech) або за допомогою передачі SMS повідомлень (SMSbanking) [3].

СМС-банкінг (SMS-Banking) – один із видів дистанційного банківського обслуговування, доступу до рахунків та здійснення операцій за рахунками, який забезпечується шляхом використання мобільного телефону клієнта, номер якого зареєстрований у банку, в будь-який час для надання послуг клієнтові. Для виконання операцій або інформування клієнта використовуються SMS-повідомлення. Встановлення додаткового програмного забезпечення на мобільний телефон для цього не потрібне.

Послуги SMS-банкінгу включають:

- підтвердження виконання операцій (списання, зарахування, блокування коштів);
- запит інформації про рахунок (доступний залишок, баланс, кредитний ліміт, заблокована сума);
- запит інформації про останні операції за рахунком;
- тимчасове блокування або розблокування платіжної картки;
- тимчасове скасування лімітів використання платіжної картки;
- нагадування про закінчення терміну дії картки;
- нагадування про обов'язкові платежі клієнта;
- оплата рахунків за надані небанківські послуги;
- придбання ваучерів наперед оплачених послуг (мобільні оператори, Інтернет);
- пряме поповнення балансу SIM-карти за вказаним номером телефону [2].

Банкомат – електронний програмно-технічний комплекс з вмонтованою спеціалізованою ЕОМ, призначений для здійснення автоматизованих операцій прийому-видачі наявних грошових коштів, зокрема з використанням платіжних карт, передачі розпоряджень банку про перерахування грошових коштів з банківського рахунку клієнта та виконання інших операцій: оплати товарів, послуг; для автоматизованого складання документів, що підтверджують відповідні операції (видача паперових касових чеків).

Банківський автомат самообслуговування (банківський автомат) – програмно-технічний комплекс, що надає змогу держателю спеціального платіжного засобу здійснити самообслуговування за операціями одержання грошей у готівковій формі, внесення їх для зарахування на відповідні рахунки, одержання інформації щодо стану рахунків, а також виконати інші операції згідно з функціональними можливостями цього комплексу.

Література:

1. Міщенко В. І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг / В. І. Міщенко, А. В. Шаповалов, Г. В. Юрчук. – К.: Знання, 2003. – 278 с.

2. Науменкова С. В. Ринок фінансових послуг: навч. посібн. / С. В. Науменкова, С. В. Міщенко. – К.: Знання, 2010. – 532 с.

3. Bankowość_elektroniczna [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pl.wikipedia.org/wiki/Bankowość_elektroniczna

АСПЕКТИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ З ВРАХУВАННЯМ НАСЛІДКІВ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

МАРТИНЕНКО Вікторія

*студентка 3 курсу,
Сумська філія ХНУВС*

Як відомо, банківська система є важливою ланкою у кругообігу та організації руху грошових коштів у економіці країни і при нормальному функціонуванні сприяє гармонійному розвитку економічних відносин, пов'язаних з розподілом фінансових ресурсів. Тому важливим завданням на сучасному етапі є забезпечення стабільності розвитку та фінансової стійкості банківської системи. Для цього необхідно детально проаналізувати досвід розгортання фінансової кризи 2008-2009 років.

Фінансова криза в Україні 2008-2009 років загострила питання реабілітації банківського сектору та стабілізації грошово-кредитної системи. Істотне підвищення рівня капіталізації комерційних банків шляхом залучення додаткового акціонерного капіталу, як і піднесення рівня капіталізації їхнього прибутку, протягом багатьох років на практиці не здійснювались. Ця обставина відчутно вплинула на всю фінансово-економічну систему з перших днів системної кризи 2008 р. Банківська система зіткнулась з такими проблемами: скорочення обсягів кредитування, погіршення стану кредитного портфеля банків, а найбільше постраждав у цій ситуації головний інвестор банківської системи – український вкладник (як фізичні особи, так і всі рівні бізнесу).

Необхідно детального розглянути причини та умови, що породили кризу в банківському секторі з метою адаптації сучасної банківської системи до подібних кризових явищ.

Перш за все це неналежне виконання банківською системою свого прямого призначення – забезпечення стабільності національної валюти – гривні. У кінці 2008 року спостерігалось швидке падіння національної грошової валюти. Так, криза української гривні на початку листопада підтвердила безпідставність абсолютизації законодавчої вимоги до центральних банків, щодо стабільності курсу національної валюти. Не випадково коливання курсу національної валюти НБУ пояснював слабкістю економіки та динамікою платіжного балансу.

Також можна було спостерігати порушення гранично допустимих пропорцій між обсягом товарних і грошових потоків. Ціни на ринку нерухомості, в порівнянні з даними на 2004–2008 рік значно зросли.

Одночасно результатом і причиною кризового становища банківської системи стало зниження рівня довіри населення до банків країни. Проблема залучення заощаджень населення для трансформації їх у інвестиції в економіку здебільшого пов'язана з недовірою громадян до фінансових посередників, проте та частина населення, що вносить все ж таки вклади у банківську систему часто не в змозі захистити свої інтереси через недосконалу систему правового регулювання, дублювання функцій органів системи гарантування вкладів. Раціональне та правильне використання коштів, що акумулюються Фондом гарантування вкладів фізичних осіб, потребує неналежного контролю з боку держави та недержавних органів [1].

Криза показала, що депозити пенсійних фондів та страховиків життя також повинні бути захищені, як і кошти населення Фондом гарантування вкладів [3].

Можна відмітити негативну діяльність Національного Банку України, щодо представників комерційних банків. НБУ враховує лише інтереси двох десятків найбільших банків і стверджує, що за одержанням у процесі рефінансування кредитів за пільговими ставками «відкати» сягають 3,5-7,0% [2].

Виникли значні проблеми із рефінансуванням зовнішньої заборгованості. За приблизними оцінками експертів, валютна заборгованість за 2008 рік внаслідок девальвації становила майже 180 млрд. дол. США [4]. Протягом 2006–2008 рр. банківський ринок України переживав бурхливе зростання, зумовлене різким збільшенням попиту населення на споживчі кредити та підприємств – на кредити для інвестування в розширення, модернізацію, купівлю бізнесу. Відсутність значного досвіду у фінансовому плануванні, а також низка інституційних чинників призвели до безконтрольного та дуже інтенсивного кредитування резидентів української економіки. Оскільки внутрішніх ресурсів для задоволення внутрішнього попиту на кредити виявилось замало, банки стали активно залучати зовнішні фінансові ресурси, які могли бути навіть дешевшими, ніж внутрішні. Ці тенденції можна прослідкувати у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка заборгованості банківського сектора України
за фінансовими інструментами [4]

млрд. дол. США

Фінансові інструменти	Роки					
	01.01.2006	01.01.2007	01.01.2008	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011
Боргові цінні папери	1,2	3,3	6,9	6,1	4,9	4,7
Кредити	3,1	8,9	20,4	27	20,1	19,4
Валюта та депозити	1,3	1,8	3,5	6,3	5,9	4,0

Можна зробити висновок, що ситуація із збільшенням зовнішнього боргу відбувалося на основі неявного припущення українських банківських менеджерів про можливість постійного рефінансування власних зовнішніх зобов'язань. Тобто при плануванні фінансової діяльності банки враховували необхідність виплати лише поточної частини боргу. Світова фінансова криза привела до втрати іноземного кредитування, що поставило всі українські банки у загрозове становище, оскільки рефінансувати власні кредити стало неможливо.

Аналіз залежності банків від іноземних джерел фінансових ресурсів та врахування наслідків кризи викликає необхідність формування особливої політики банків щодо залучення таких джерел, і в переш чергу це потребує від банків створення високоефективних технологій управління пасивами і активами, застосування економічних інструментів підтримки фінансових показників (ліквідності, платоспроможності, конкурентоспроможності) банків на необхідному рівні.

Банківська криза в Україні носила системний характер: вона протікала в тісному взаємозв'язку із загальною фінансово-економічною кризою, охопила всі аспекти діяльності банків і всі напрями їх зв'язків з економічними суб'єктами, негативно вплинула на стан не тільки банків, а й усіх сфер економіки та більшості верств населення, її руйнівні наслідки країна відчувала ще тривалий час. Такий масштаб банківської кризи зумовлений багатofакторністю її причин, які пов'язані з глибокою диспропорційністю розвитку економіки України. Економічні диспропорції спричинили фінансові диспропорції, насамперед у тих грошових потоках, які перерозподіляються через банки, накопичуючи кризовий потенціал, що призвів до широкомасштабного розладнання банківської системи [3].

Банківська система України потребує нових підходів до її регулювання з урахуванням уроків фінансової кризи. Ми приєднуємося до думки вчених, які визначають необхідність втілення певних заходів економічної політики таких основних сферах як грошово-кредитна, податкова, бюджетна політика, накопичення та інвестиції.

Перш за все, основу грошової політики НБУ має становити плаваючий, ринковий курс гривні щодо долара і євро. Причому курс треба визначати на роздрібному та оптовому ринках.

Кредитна політика НБУ, з урахуванням прагнення до мінімізації безробіття, має бути спрямована на стимулювання інвестицій. Не можна різко зменшити процентні ставки або ж тримати їх на високому рівні. Кредити

потрібно давати, причому доступні. Але банки повинні вибрати інвестиційні, перспективні напрямки. Йдеться, власне, про те, що стосовно частини кредиторів політика НБУ має бути жорсткою, а щодо інших – м'якою [1].

Податкову політику необхідно змінити, зменшивши рівень національного податкового тягара. До діючої податкової системи слід застосувати гнучкий підхід. Щоб не допустити різкого спаду поточного споживання і стимулювати національного виробника, вельми доцільно було б знизити споживчі податки на внутрішні товари, за які розплачується масовий споживач.

Бюджетна політика повинна тонко реагувати на виклики кризи. Держава має знайти кошти на фінансування стратегічних інвестицій, не допускати серйозної заборгованості соціальних виплат, заробітної плати, розширити продаж державних цінних паперів та знаходити інші джерела наповнення державного бюджету.

В умовах кризи великого значення набувають як чисті державні інвестиції так і участь держави в інвестиційних програмах великого бізнесу та активне заохочення бізнес-ініціатив середніх і малих підприємств [3].

Література:

1. Вахненко Т. П. Фінансова криза в Україні: фактори, механізми дії, заходи подолання / П. Т. Вахненко // Фінанси України. – 2008. – №10. – С. 3–21.
2. Ватаманюк О. Україна, хроніки кризи / О. Ватаманюк // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – С. 7–15
3. Дробязко А. Якою банківська система України виходить із кризи 2008-2009 років? / А. Дробязко // Вісник НБУ. – 2011. – С. 4–8
4. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРЬОХКОНТУРНОЇ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

МИХАЙЛИЧЕНКО Наталя

к. е. н., доцент кафедри фінансів,

Донбаська державна машинобудівна академія

В сучасних умовах динамічного економічного середовища та розвитку нових технологій банківські установи стикаються з новими ризиками та

небезпеками. Це робить проблему забезпечення економічної безпеки своєчасною та актуальною. На рівень економічної безпеки впливають численні чинники, що вимагає системного підходу та стратегічного погляду на проблему.

Окремі теоретичні аспекти економічної безпеки банківських установ розглядали С.І. Адаменко, О.І. Барановський, Т.М. Болгар, С.Н. Побережний, Б.А. Дадашев, А.Л. Пластун, тощо [1 – 4], проте наукових робіт, присвячених даній проблематиці, досі ще бракує.

Важливою складовою систем економічної безпеки є СРПР – системи раннього попередження і реагування. Контролінг у виконанні функції координації та інтеграції може використовуватись у якості методологічного та методичного підґрунтя в процесі побудови СРПР банківської установи в контексті економічної безпеки.

Мета доповіді – обґрунтування доцільності використання трьохконтурної системи моніторингу економічної безпеки банку, побудованої на засадах концепції контролінгу.

З точки зору концепції контролінгу, якщо розглядати інформаційний процес у взаємозв'язку з процесами планування і контролю, то можна виявити розходження між:

- інформаційними системами, спрямованими переважно на стратегічне планування і контроль;
- інформаційними системами, спрямованими переважно на тактичне планування і контроль;
- системами забезпечення інформацією, спрямованими переважно на оперативне планування і контроль.

У відношенні інформаційного попиту на окремих етапах планування і контролю слід підкреслити наступне:

- стратегічне планування використовує в першу чергу зовнішню, невелику інформацію, що у значній мірі є разовою, зорієнтованою на

майбутнє і неточною;

- тактичне планування використовує поточну інформацію в постійній формі (фінансову інформацію, інформацію про стан ринку);
- оперативне планування здебільшого використовує кількісні дані.

Вся інформація в останньому випадку повинна надаватись дуже швидко. На відміну від тактичного планування, де також достатньо припущень і приблизних даних, тут необхідні точні дані.

Ефективне планування і контроль вимагають інформації з трьох джерел-систем:

- зовнішньої системи (соціальні, політичні, економічні, екологічні фактори); мета – визначення шансів і ризиків;
- конкурентного середовища (наприклад, галузева структура); мета – визначення сильних і слабких сторін;
- внутрішнього середовища банківської установи (мова йде про облік і звітність, кадри, тощо).

Інтеграція прогностичної інформації трьох сфер спостереження, її обробка і передача на відповідний рівень управління є завданням системи раннього попередження і реагування (СРПР). СРПР базується на використанні систем показників, які дозволяють не тільки кількісно охарактеризувати й оцінити ситуацію, але й розкрити причини її виникнення, провести структурно-логічний аналіз чинників впливу. Показники повинні бути прогнозованими, тобто свідчити про наявні тенденції та про приховані й бічні наслідки прийняття певних управлінських рішень.

Головними елементами СРПР є показники і системи показників раннього попередження. Такі показники раннього попередження мають, здебільшого, характер трендів і мають прогнозувати певні тенденції в змінах напрямку протікання процесів, що можуть безпосередньо або опосередковано вплинути на банківську установу як на складну динамічну систему.

Системи показників – це ієрархічні структури певним чином пов'язаних

між собою індикаторних змінних. На практиці рекомендується використовувати окремі показники та системи показників, що найкращим чином допомагають виявити й охарактеризувати найбільш слабкі (вузькі) місця банківської установи. Розрізняють емпірико-індуктивні та логіко-дедуктивні системи показників. Перші створені шляхом статистичного відбору інформаційно найбільш значущих показників. До емпірико-індуктивних систем показників відносяться, перш за все, Z-рахунки (інтегральні показники дискримінантного аналізу). Інші базуються на конкретному показникові верхнього рівня, який поступово в певній послідовності розщеплюється на показники нижчого рівня, що знаходяться в логічному зв'язку з основним показником. Логіко-дедуктивні системи показників вважаються універсальними, їх можна застосовувати для всіх цілей планування та контролю.

Інтеграція інформації трьох контурів спостереження, її обробка і передача на відповідний рівень управління є завданням системи раннього попередження і реагування (СРПР), побудова якої є базовим етапом впровадження системи економічної безпеки у банківській установі.

Запропонований трирівневий підхід найкраще відбиває теоретичну сутність економічної безпеки банку, що є умовою здатності останнього до ефективного функціонування сьогодні й успішного розвитку в майбутньому, і, водночас, відповідає традиційному погляду на рівні управління банком, що забезпечує релевантність інформації СРПР а, отже, і ефективність системи економічної безпеки в цілому.

Література:

1. Адаменко С. І. Характеристика та класифікація загроз у банківській системі України / С. І. Адаменко // Стратегічна панорама. – 2004. – №4. – С. 48 – 52.
2. Барановський О. І. Банківська безпека: проблема виміру / О. І. Барановський // Економіка і прогнозування. – 2006. - №1. – С. 7 – 26.

3. Болгар Т. М. Проблеми фінансової безпеки вітчизняних банків в умовах ринкової трансформації економіки / Т. М. Болгар // Академічний огляд. – №1. – Дніпропетровськ: ДУЕП, 2007. – С. 51 – 55.

4. Модели и методы обеспечения банковской безопасности: монография / С. Н. Побережный, Б. А. Дадашев, А. Л. Пластун. – Сумы: ГВУЗ «УАБД НБУ», 2010, – 239 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКІВ УКРАЇНИ

МОСКОВЧУК Олександр

*студент факультету банківського бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

З метою залучення ресурсів для своєї діяльності комерційним банкам важливо розробити стратегію депозитної політики, виходячи з цілей і завдань комерційного банку, закріплених у статуті, отримання максимального прибутку і необхідності збереження банківської ліквідності. Депозитна політика повинна, перш за все, відповідати наступним вимогам: економічній доцільності, конкурентоспроможності; внутрішній несуперечливості.

Банки залучають вільні грошові кошти юридичних та фізичних осіб шляхом виконання депозитних операцій у процесі яких використовують різні види банківських рахунків. Вклад (депозит) – це кошти в готівковій або у безготівковій формі, у валюті України або в іноземній валюті, які розміщені клієнтами на їх іменних рахунках у банку на договірних засадах на визначений строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору.

Депозитна політика комерційного банку – це стратегія і тактика банку щодо залучення грошових коштів вкладників та інших кредиторів і визначення найефективнішої комбінації їх джерел. Визначення пріоритетних напрямків розвитку та удосконалення банківської діяльності в процесі залучення й акумулювання ресурсів, розвитку депозитних операцій та підвищенні їх ефективності – основна мета депозитної політики. Треба розрізняти роль депозитної політики як на макроекономічному рівні, так і на рівні окремо взятого комерційного банку. На макроекономічному рівні депозитна політика

має важливе значення для формування позичкового фонду. На мікроекономічному рівні – роль депозитної політики виявляється у забезпеченні стабільності та стійкості банку, його рентабельності, ліквідності і надійності, а також адекватності його діяльності потребам клієнтів. Депозитна політика комерційного банку як надбудовна категорія ґрунтується на дослідженні досягнутого рівня розвитку депозитних відносин банку з клієнтами (у тому числі й із населенням) і націлена на їх вдосконалення та розвиток.

Депозитна політика комерційного банку спрямована на оптимізацію витрат по залученню коштів на депозитному ринку за умови їх ефективного використання. Такий механізм реалізації інтересів всіх суб'єктів депозитного ринку формує ціну на депозитні кошти.

В Україні більше користуються попитом короткострокові депозити – строком до двох років. Безумовно, банки сьогодні можуть, виходячи зі своїх можливостей, запропонувати депозити строком на 10 років. Але, по-перше, процентна ставка по ним буде нижче, ніж та, яка існує по внесках строком на рік. По-друге, населення психологічно ще не готове до таких довгострокових внесків.

Якщо відкривати гривневий депозит у великому банку, то максимум, на який можна розраховувати, – 20% річних. Але такі програми ще потрібно пошукати. Невеликі банки охоче платять вкладникам до 29% річних. По внесках в доларах різниця скромніша – від 0,25 до 0,75 процентних пункту. Максимальні ставки у великих банках коливаються від 10% до 11,5%, в середніх – від 12% до 15%. Найбільший розкид ставок традиційно зберігається по внесках в євро. Якщо великі банки можуть запропонувати не більше 9% річних по внеску в європейській валюті, то в середньому банку легко можна знайти пропозиції під 11-13%. Особливо відрізняються ставки по популярних нині "гнучких" внесках (з можливістю дострокового зняття і поповнення). Різниця між максимальними ставками в гривнях перевищує 3%, в доларах - дорівнює 2%, а в євро - 1%.

Отже, внески в середніх і дрібних банках можуть бути набагато вигідніше, ніж у великих банках. Проте перш ніж ухвалити рішення і довірити гроші невеликому банку, варто серйозно вивчити його фінансовий стан і умови застосування штрафних санкцій.

Банківська система України перебуває на етапі якісного зростання, що визначається загостренням конкуренції і посиленням вимог до діяльності банківських інститутів, що визначає необхідність розробки ефективної депозитної політики з метою залучення потенційних клієнтів. Відкриття депозитних вкладів на сьогодні є першим етапом співпраці банку і клієнта; встановлення взаємовідносин через відкриття депозитного рахунку дозволяє зацікавити клієнта в отриманні подальших послуг комерційного банку і сформувати механізм різнопланової співпраці «клієнт-банк», який характеризується високим ступенем довіри, мінімізацією ризику та зацікавленістю сторін в ефективній діяльності кожного із суб'єктів.

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ

НАЗАРЕНКО Олександр
студент 5 курсу,

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

В умовах нестабільності світових фінансових ринків, які і досі відчують на собі наслідки фінансово економічної кризи 2008-2009 років, банківські установи почали значну увагу приділяти механізмам захисту власних та залучених від клієнтів активів від негативного впливу на їх цілісність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Фінансова безпека комерційного банку – це сукупність умов, за яких потенційно небезпечні для фінансового стану комерційного банку дії чи обставини попереджені або зведені до такого рівня, за якого вони не здатні завдати шкоди встановленому порядку функціонування банку, збереженню й відтворенню його майна та інфраструктури і перешкодити досягненням банком

статутних цілей; стан захищеності фінансових інтересів комерційного банку, його фінансової стійкості, а також середовища, в якому він функціонує [1].

Водночас, фінансова безпека банку — це такий його фінансовий стан, який характеризується збалансованістю системи фінансових показників, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, що дозволяє своєчасно та в повному обсязі виконувати взяті на себе зобов'язання, забезпечує ефективний розвиток банку в поточному та наступних періодах [2].

Об'єктом фінансової безпеки банку є фінансова діяльність банку, безпеку якої необхідно забезпечити, прибуток, джерела та обсяги фінансових ресурсів, структура капіталу, структура грошових потоків, структура активів, інвестиції, фінансові ризики, система фінансових інновацій, тощо [3].

Суб'єкти фінансової безпеки — це керівництво банку і його персонал. Функції суб'єкта фінансової безпеки організації у залежності від розміру останньої можуть бути покладені як на певний структурний підрозділ так і на окремого менеджера [3].

Науковці виділяють ряд факторів функціонального середовища банку, що мають вплив на рівень його фінансової безпеки. Загалом, їх згруповано на зовнішні фактори: економічні, державні, соціальні, ризикові; та внутрішні: комерційні, організаційні, кадрові, технологічні, фінансові, інформаційні та знову ж таки ризикові [5]. Конкретний перелік факторів впливу на стан фінансової безпеки банку є унікальним, і залежить від умов його діяльності, розміру, організаційної структури, тощо.

Окрім цього, практики виділяють кілька ознак, які є сигналом про можливе виникнення в банку серйозних проблем у системі фінансової безпеки, на які керівництво банківської установи має негайно відреагувати, а саме: недостатній рівень надходжень (призначених як для функціонування банку, так і для створення необхідних резервів); розмір капіталу, неадекватний обсяг операцій, що проводить банк, та ризику, який він бере на себе, здійснюючи їх; виникнення тенденції до збільшення обсягу проблемних активів, передусім —

кредитів; поява тенденції до зменшення обсягу коштів, які традиційно становлять ресурсну базу банку; зниження рейтингу [1].

До показників фінансової безпеки банку відносять: дотримання банком нормативів НБУ, питому вагу проблемних кредитів в обсязі чистих активів банку, співвідношення високоліквідних коштів і поточних пасивів банку, співвідношення власних і залучених коштів, питома вага високоліквідних коштів у обсязі чистих активів банку, рівень ліквідності; рентабельність чистих активів, обсяг отриманого прибутку, рівень прибутковості статутного фонду та чистих активів, відношення прибутку до середньорічного капіталу, відношення прибутку до середньорічних активів, середні активи у розрахунку на одного співробітника, операційний прибуток на одного співробітника, внутрішня вартість банківських послуг, коефіцієнт ефективності використання залучених коштів, тощо [1].

Процес забезпечення фінансової безпеки банку вимагає здійснення інформаційно-аналітичної роботи, ефективність якої є необхідною умовою для впровадження моніторингу, оцінки рівня та аналізу факторів, що впливають на рівень фінансової безпеки банку. Функціонування системи інформаційно-аналітичного забезпечення є обов'язковим для правильної та оперативної оцінки рівня фінансової безпеки банку, прогнозування можливих внутрішніх та зовнішніх загроз, дотримання межі достатності фінансових ресурсів для своєчасного виконання зобов'язань [2].

Щоб не допустити вад у системі фінансової безпеки, банкам слід використовувати і постійно удосконалювати у процесі своєї роботи математичні методики прогнозування динаміки вимог клієнтів, приймати внутрішні програми підвищення кваліфікації кадрів, відправляти працівників на стажування у зарубіжні банки, використовувати матеріальні заохочення (надбавки до заробітної плати) для стимулювання працівників до підвищення власного професійного рівня тощо [4].

Розвиток фінансово ринку, ускладнення його інфраструктури, посилення конкуренції, спричинене збільшенням кількості традиційних та нетрадиційних фінансових посередників, посилює потребу вітчизняних банків боротись за кожного потенційного клієнта. Утримати існуючих споживачів фінансових послуг нині можливо лише гарантуючи їм фінансову безпеку їх активів від негативного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування організації. Тому сучасні банки повинні докладати великих зусиль для розробки комплексних та дієвих систем власної економічної безпеки, і особливу увагу звертати на фінансову її складову.

Окрім завдання забезпечити фінансову безпеку як самого комерційного банку, так і його клієнтів, фінансові установи повинні активно інформувати потенційного споживача про належний рівень своєї фінансової безпеки. Одним із індикаторів стабільного стану фінансової безпеки комерційного банку може вважатись його високий кредитний рейтинг, адже процедура рейтингування будується із використанням переліку показників, що застосовується і у процесі оцінки рівня фінансової безпеки компанії.

Література:

1. Барановський О. І. Банківська безпека: проблема виміру / О. І. Барановський // Економічне прогнозування. – 2006. – №1. – С. 7–32.
2. Євченко Н. Г. Вплив податкових ризиків на фінансову безпеку банку / Н. Г. Євченко, О. А. Криклій // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ». – 2009. – Випуск 25. – С.45–52.
3. Лаврова В. Ю. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства / В. Ю. Лаврова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С.127–130.
4. Фінансова безпека підприємств і банківських установ [Текст]: монографія / за заг. Редакцією д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова [А. О. Єпіфанов, О. Л. Пластун, В. С. Домбровський та ін]. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 295 с.
5. Добринь С. В. Аналіз впливу факторів фінансової безпеки на фінансову стійкість банків / С. В. Добринь, І. Б. Убілава // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С.92–96.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПРОСУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

НЕПОМНЯЩА *Наталія*

студентка 5 курсу,

Чернігівський державний інститут економіки і управління

Економічний спад створив передумови для зміни засад формування маркетингової політики банку. У зв'язку з зміною уподобань, смаків та потреб споживачів особливо сильних змін зазнала маркетингова політика комунікацій підприємств. Дані зміни різко позначилися і на функціонуванні банківських установ, оскільки довіра до них у післякризовий період суттєво впала. Змінилися і основні показники визначення привабливості банку та їх важливість для потенційних споживачів. Сьогодні надзвичайно актуальним є питання розробки новітніх маркетингових заходів просування банківських продуктів, оскільки докризові засади маркетингової діяльності вже не актуальні і не знаходять реального відображення у ситуації, що склалася [1].

Найважливішим елементом банківського маркетингу є політика просування банківських послуг на ринок або система комунікацій, під якою розуміється система заходів щодо взаємодії банку з потенційними споживачами та суспільством у цілому, спрямована на формування попиту й збільшення обсягу продажів банківської послуги [2].

Основні інструменти просування банківських продуктів і послуг:

– реклама – це довільна платна інформація щодо якісних та економічних характеристик конкретних банківських продуктів і послуг, персональна її презентація через засоби масової інформації та іншим чином з метою створення попиту чи збільшення його обсягів [3].

До основних інструментів реклами відносяться: зовнішня і внутрішня; комерційна і соціальна, політична; відкрита і прихована; у ЗМІ (друкованих, електронних, аудіовізуальних); на транспорті; пряма реклама (буклети, проспекти); поштова реклама; реклама послуг і реклама бренду банку[4].

– особистий (персональний) продаж – це індивідуальне усне пред’явлення банківських продуктів і послуг під час бесіди з конкретним реальним чи потенційним клієнтом з метою здійснення купівлі – продажу продукту чи послуги та встановлення тривалих взаємовигідних стосунків з клієнтом [3].

До інструментів особистого продажу відносять: особисте спілкування (і правила, що його регулюють): віч-на-віч, телефоном, поштове та стандарти спілкування с клієнтом (правила доступу до посадових осіб, дрес-код персоналу тощо) [4].

– пропаганда (Public Relations) – це організація громадської думки, яка сприяє ефективній діяльності комерційного банку. До основних інструментів PR належать: контакти з пресою, створення репутації продуктів (послуг), корпоративні комунікації та зустрічі представників банку з контактними аудиторіями тощо.

– стимулювання продажів — це короткострокові заходи, спрямовані на швидке з’ясування реакції клієнтів (потенційних клієнтів) у відповідь на пропозиції банку; разові спонукальні заходи, які заохочують до придбання певного продукту чи послуги [3]. Інструментами стимулювання збуту є клієнти (купони, бонуси, знижки, подарунки), персонал (бонуси, премії, просування) та система збуту (диференціація трансфертних цін, зміна пропорції розпорядження кредитних ресурсів, агентські премії) [4].

– прямий маркетинг — це надання банком комерційно важливої інформації про продукти чи послуги безпосередньо цільовим клієнтам з метою здійснення продажу. Передбачає використання пошти, e-mail, телефону, Інтернету та інших каналів зв’язку, які дозволяють звертатися до певної категорії клієнтів чи отримувати їх негайну реакцію [3].

Основними формами (інформаційними засобами) прямого маркетингу є:

- прямі поштові звернення (каталоги; проспекти, буклети надсилаються поштою безпосередньо клієнту);

- телебанкінг і GSM-банкінг (спілкування з клієнтом здійснюється через використання телекомунікаційних технологій);
- реклама з прямим відгуком клієнтом;
- Інтернет-банкінг;
- M-Banking;
- Інтернет-трейдинг [3].

Успіх просування банківських послуг на ринок значною мірою залежить від тактики їх просування на тій або іншій стадії життєвого циклу банківських послуг і від використовуваного маркетингового інструментарію на різних стадіях їх життєвого циклу (табл. 1).

Таблиця 1

Тактика просування послуг банку залежно від етапу життєвого циклу послуги

Етапи життєвого циклу банківської послуги	Тактика просування банківських послуг
1	2
Створення послуги	Непряма реклама послуги з метою викликати інтерес і сформувати попит на неї. Соціологічне обстеження аспектів ринку потенційних клієнтів послуги.
Упровадження послуги	Скоординована, планова, масована рекламна кампанія, спрямована на потенційного клієнта. Рекламується послуга і банк, який її надає (іміджева реклама). Анкетування, опитування з метою виявлення фактичної сегментації користувачів послуги.
Зростання обсягу надання послуг	Цільова активна реклама, спрямована на сегмент фактичних користувачів послуги. Виявлення переваг і недоліків, що мають місце при наданні послуги.
Зрілість	У рекламі основна увага приділяється характерним особливостям послуги і її характеристикам порівняно з аналогічною послугою банку-конкурента. Запроваджується новий елемент банківського сервісу при наданні послуги. «Стара» послуга подається в новій інтерпретації. Початок моделювання нової послуги.
Скорочення обсягу послуг	Рекламується імідж банку, який пов'язаний із послугою. Реклама безпосередньо послуги припиняється. Непряма реклама модельованої нової послуги.

Практика зарубіжних банків виробила певні методичні прийоми просування банківських послуг на ринок і створення сприятливих умов для їх

продажу. Основний акцент у просуванні послуг робиться на різнопланові й постійні взаємовідносини між продавцем послуги і її користувачем. При плануванні дистрибуції своїх продуктів закордонні банки враховують можливості цілодобового віддаленого доступу до них з боку клієнта. Послуги кредитної організації мають бути досяжними для кінцевого користувача незалежно від годин роботи банку, конкретного дня або зручності розташування офісу. Саме таке позиціонування забезпечує банку успіх в умовах високої конкуренції на фінансовому ринку: сучасний користувач завжди вибирає найбільш простий, економічний і зручний варіант обслуговування [2].

Завданнями комерційного банку в галузі просування банківських послуг є вибір найбільш ефективної комбінації маркетингових інструментів, відповідних вибраних стратегії, створення необхідних організаційних передумов для використання вибраних маркетингових інструментів, а також контроль і визначення ефективності їх використання. Тактика просування банківських послуг на ринок й ефективність використання маркетингового інструментарію залежить від конкретної стадії життєвого циклу банківської послуги.

У зв'язку з цим велике значення можуть мати тактичні засоби й прийоми просування послуг банку на ринок залежно від етапу життєвого циклу банківської послуги й матриця доцільності використання інструментів маркетингу на кожному з етапів життєвого циклу банківських послуг.

Література:

1. Косар Н. С. Просування банківських продуктів у сучасних умовах та у перспективі / Н. С. Косар, Є. О. Угольков // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : [збірник наукових праць] / відповідальний редактор О. Є. Кузьмін. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 213–219.
2. Коняхіна, Т., Марина, А. Розробка маркетингового інструментарію просування банківських послуг / Т. Коняхіна, А. Марина // Схід. – 2009. – № 9 (100). – С. 47–52.

3. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підручн. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 776 с.

4. Іванова Т. Г., Змійчук А. В. Аналіз та оцінка елементів комплексу комунікацій банку/ Т. Г. Іванова, А. В. Змійчук // Вісник КЕФ КНЕУ імені В. Гетьмана. – 2011. – №2. – С. 90–102.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

НИЧИПОРЧУК Людмила

студентка групи МО,

Луцький національний технічний університет

Характерною особливістю розвитку світової економіки є не лише банкрутства окремих компаній та банків, але і кризи державних фінансів окремих країн. Насамперед, банки в своїй повсякденній роботі стикаються з масою ризиків, які потрібно вміти оцінити та управляти ними. Таке управління – це запорука ефективного функціонування кожного банку та банківської системи країни в цілому. Саме тому банки повинні намагатися створити комплексну систему ризик-менеджменту, яка б могла забезпечувати надійний процес виявлення, оцінювання, контролю та моніторингу всіх видів ризику на всіх рівнях організації, зокрема з урахуванням взаємозв'язку між різними категоріями ризиків, а також вирішувати питання конфлікту завдань між необхідністю отримання доходу та мінімізації ризиків

Отже, ризик-менеджмент – це система управління ризиками, яка включає в себе стратегію та тактику управління, направлені на досягнення основних бізнес-цілей банку.

В умовах боротьби з наслідками фінансової кризи з метою забезпечення прибуткової діяльності і підвищення позитивного іміджу, на цей час особливого значення для банків набуває необхідність вдосконалення ризик-менеджменту. Ризик-менеджмент є безперервним та циклічним процесом, який охоплює наступні етапи: створення внутрішньої нормативної бази,

класифікацію та ідентифікацію ризиків, оцінку ризиків, організацію процесу управління ризиками, контроль та моніторинг ризиків.

Слід зазначити, що в Україні зарубіжні методології та моделі ризик-менеджменту вимагають перегляду позицій щодо прив'язки їх до існуючих економічних реалій. З цього приводу слід навести вислів керівника кредитного департаменту американського банку Chase: “Для нашого портфеля мы разрабатываем сценарий глубокой экономической рецессии; для портфеля такого состава, которые в прошлом характеризовались наибольшими потерями, тестируем. Далее мы исходим из уровня дефолта наших клиентов (выше фактического в условиях рецессии) и оцениваем ситуацию по истечению двух лет, стараясь понять, насколько плохой она может быть в итоге”. Тому можна сказати, що ризик-менеджмент має результативність тільки при комплексному, системному підході до виявлення та мінімізації ризиків, що впливають на фінансову стійкість.

На сьогодні значних успіхів в управлінні ризиками досягли потужні міжнародні банки, які першими зрозуміли необхідність і значення впровадження системи ризик-менеджменту для успішного розвитку кредитної установи в сучасних умовах.

Система ризик-менеджменту повинна включати процес прийняття рішень, подальший моніторинг ризикових позицій, їх хеджування, порядок взаємодії суб'єктів, які сприяють забезпеченню фінансової стійкості банківської системи та контроль за прийнятими ризиками.

Система ризик-менеджменту повинна забезпечити вирішення основних завдань і прийняття рішень, щодо оптимізації співвідношення потенційних можливостей, ризиків, розміру капіталу і темпів зростання банку; реалізації системного підходу до оцінки і управління ризиками; співвідношення ризиків і потенційних можливостей для досягнення якнайкращих результатів; складання найважливіших частин процесу ухвалення управлінських рішень; покращення керованості банку за допомогою створення адекватної структури контролю.

Хеджування дозволяє банку ліквідувати як ризик, так і можливість отримання додаткового прибутку: якщо умови чи події будуть сприятливими з погляду 150 об'єкта хеджування, будь-який прибуток автоматично перекриватиметься збитками від інструменту хеджування.

Взаємодія об'єктів і суб'єктів управління в ризик-менеджменті може здійснюватися тільки за умови інформаційного забезпечення (наявності статистичних, інформаційних, комерційних даних). Адже процес управління, незалежно від його змісту, завжди передбачає отримання, передачу, а використання конкретної інформації.

Контрольна функція ризик-менеджменту передбачає перевірку організації роботи зі зменшення ризиків, оцінку ефективності здійснених заходів з нейтралізації ризиків, оперативне втручання у хід фінансово-господарських процесів з метою своєчасного запобігання ризиковим подіям.

Ризик-менеджмент банку можна визначити як один із основних напрямів сучасного банківського менеджменту, що вивчає проблеми управління установою банку загалом, або окремими її підрозділами з урахуванням ризик-факторів, в коло яких входить створення ефективної системи управління ризиками, елементи якої взаємодіють за затвердженими правилами і в узгодженій послідовності (схемі), опираючись на певні концепції, закони, принципи і методи.

Необхідність ризик-менеджменту викликана, по-перше, волатильністю валютних курсів та оптимізацією кредитного портфеля, а, по-друге, визначення ймовірності втрат при врахуванні даних видів ризиків.

Доцільність ризик-менеджменту в практичній площині визначається послідовним підходом щодо прийняття рішень в трьох сферах управління: стратегічному плануванні, в ціноутворенні на фінансові послуги, у відповідності та мотивації персоналу за прийняття рішень.

Узагальнюючи досвід щодо впровадження комплексної системи ризик-менеджменту, треба відзначити, що необхідними умовами організації

управління ризиками є: правильна система розподілу повноважень; пророблені посадові інструкції; досконалі канали передачі інформації.

Література:

1. Гуцал І. Ризик-менеджмент в системі управління банком / І. Гуцал, А. Петриків // Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 9 (Частина 2). – С.148.
2. Кльоба Л.Г. Ризик-менеджмент комерційного банку / Л.Г. Кльоба, В.Л. Кльоба // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008, вип. 18.9. – Л., 2008. – С.217.

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У КОМЕРЦІЙНОМУ БАНКУ

ОЛЬШАНСЬКА Діана
студентка,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Стратегічний менеджмент у комерційному банку – це комплексне поняття, що об'єднує менеджмент, як систему управління банком, і стратегію, як планування розвитку банку на довгостроковий період. Стратегія банку – це вибір найбільш загальних напрямів його розвитку та план управління банком, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб клієнтів у послугах, враховуючи інтереси самого банку. Стратегічний менеджмент у комерційному банку – це процес управління банком, спрямований на досягнення конкретних цілей. Отже, стратегічний менеджмент у банку являє собою управлінський процес підтримки відповідності між цілями банку і наявними в нього ресурсами в умовах постійної зміни ринку і правил державного регулювання.

Стратегічний менеджмент спрямовано на формування та реалізацію глобальної концепції життєдіяльності банківської установи. В стратегічному менеджменті формулюється місія та стратегічна мета діяльності банку, а також розробляються засоби досягнення поставленої мети. Останні формуються у вигляді загальної стратегії діяльності банку та низки функціональних стратегій, таких як фінансова, маркетингова, кадрова, інвестиційна та ін.

Ціль стратегічного банківського менеджменту – розробка, впровадження і розвиток таких нових напрямів банківської діяльності і банківських продуктів,

які б забезпечували зростання частки завойованого ринку, прибутків банку і як наслідок – збільшення ринкової вартості кредитної організації.

Обрана банком стратегія впливає на всі сфери його діяльності: вибір напрямів комерційної діяльності, організаційну структуру банку, підбір персоналу з певним рівнем кваліфікації та корпоративної культури, визначення кола клієнтів та партнерів, вирішення технологічних питань, формування банківської інфраструктури. Ключові складові стратегічного менеджменту визначаються власниками банку, як правило, на довгострокову перспективу. Стратегічною метою діяльності банку є максимізація його ринкової вартості, тобто, ринкової оцінки власного капіталу.

Реальну оцінку діяльності банку можна дати не за результатами виконання поточної, місячної, річної програми, а за реальним внеском у практичну реалізацію завдань стратегічного плану банку. Відсутність стратегії розвитку банку призводить до небезпечної його діяльності з багатьма несподіванками. Добре розроблена стратегічна програма відкриває шлях у майбутнє, дає банкові впевненість, що в будь-якій ринковій ситуації він не тільки вистійть, але й не зверне з наміченого шляху. Впровадження стратегічного планування, стратегічного маркетингу, контролю та інших інструментів стратегічного управління – це об'єктивна необхідність для українських банків, як великих, так і малих.

Структура стратегічного менеджменту може бути представлена такими організаційними етапами, поступова реалізація яких забезпечить максимально ефективне стратегічне управління сучасним комерційним банком:

1. Діагностика нинішнього становища банку (ситуаційний аналіз).
2. Визначення стратегічного бачення діяльності банку.
3. Формулювання місії і стратегічних цілей.
4. Визначення стратегічного підходу й оцінка альтернативних стратегій.
5. Аналіз стратегічного вибору банку.
6. Затвердження і реалізація стратегії.

7. Оцінювання результатів впровадження стратегії і можливих коригувань стратегічного плану.

Ефективний стратегічний менеджмент передбачає своєчасне передбачення змін, пристосування до них і контроль процесів перетворень та розвитку для блага клієнтів, акціонерів, службовців, окремих соціальних груп і суспільства в цілому. Воно також має на увазі постійне зміцнення сильних сторін, реалізацію знову можливостей, що відкриваються, а також зменшення ризиків, усунення небезпечних ситуацій та ліквідацію слабких місць.

Для вибору вірної стратегії конкретними банківськими установами необхідно розробити комплексний механізм оцінки конкурентоспроможності банків з урахуванням специфіки банківської діяльності та пристосованістю до ринкових умов.

Отже, ефективність стратегічного управління банківської діяльності залежить від рівня теоретичного обґрунтування й якості здійснення процесу стратегічного планування. Саме ця складова банківського менеджменту забезпечує чітку координацію всіх дій банку, єдність внутрішніх цілей, дає змогу вибирати найраціональніші шляхи розвитку, зменшує ризик прийняття для стратегічного й поточного контролю, управління структурою банківських ресурсів, сприяє підвищенню готовності до раптових і навіть шоків змін ринкової ситуації, формуванню цілей і напрямів діяльності банку.

Література:

1. Кириченко О. А. Банківський менеджмент: навч. посіб. / [Кириченко О. А., Гіленко І. В., Роголь С., Сиротян С. В.]. – К.: Знання-Прес, 2002. – 438 с.
2. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку: підруч. / Л. О. Примостка. – [2-ге вид., доп. і перероб.]. – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с.
3. Жуков С. А. Маркетинг в банку. Опорний конспект: навч. посіб. / А. С. Жуков. – К.: Кондор, 2008. – 182 с.
4. Васюренко О. В. Банківський менеджмент: посіб. / О. В. Васюренко. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 320 с. (Альма-матер)

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ

ОСАДЧА Віта

студентка 5 курсу,

Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького

Найголовніші завдання економіки України за останні роки – управління ризиками. Їх поява обумовлена специфікою та особливостями ринкового механізму, зокрема свободою дій, яка надається кожному суб'єктові господарювання.

Кредитні операції дають банкам основну частину доходу. Однак аналіз ситуації, що склалася в банківській сфері за період кризи, свідчить, що іноді банки зазнають фінансового краху у зв'язку з надзвичайно ризиковою кредитною політикою. Банки повинні управляти кредитним ризиком таким чином, щоб отримувати максимально можливий прибуток, одночасно намагаючись максимально знизити ризик, безпосередньо пов'язаний із механізмом надання і погашення банківських кредитів.

Кредитні операції належать до найприбутковіших видів банківської діяльності, проте вони пов'язані з високим рівнем ризику. Нестабільність економічної ситуації в країні, недосконалість законодавчої бази в цій сфері зумовлюють необхідність детального дослідження проблем мінімізації ризиків кредитування. Слід зазначити, що досить актуальне питання сьогодні і вибір методів управління ризиками кредитування в банку.

Ризик як елемент господарського рішення – це ситуативна характеристика діяльності будь-якого суб'єкта ринкових відносин, у тому числі банку, що відображає невизначеність її результату і можливі несприятливі (або сприятливі) наслідки в разі неуспіху (або успіху). Ризик має місце лише там, де може бути, як мінімум, два сценарії розвитку подій, відповідно два і більше можливих альтернативних результати. У ситуації, коли можливий тільки один результат, незалежно від того, йдеться про втрати чи про придбання, ризику немає, оскільки альтернатив немає. Наприклад, якщо точно відомо, що при прийнятті певного єдино можливого в конкретній ситуації рішення

підприємство зазнає збитків, то ризик у цьому випадку відсутній, оскільки прийнятих альтернативних рішень просто немає [1].

Відповідно до методичних рекомендацій НБУ кредитний ризик – це наявний або потенційний ризик для надходжень і капіталу, який виникає через неспроможність сторони, що взяла на себе зобов'язання, виконати умови будь-якої фінансової угоди з банком або в інший спосіб виконати взяті на себе зобов'язання [2].

У банківській справі ризик цілком нормальне явище. Щоб отримати суттєвий прибуток, необхідно йти на обґрунтований (допустимий) ризик. Слід зауважити, що процес оцінки кредитного ризику еволюціонував від використання простих підходів до більш складних, зокрема: номінальної вартості; зваженої за ризиками суми активів; зовнішніх / внутрішніх кредитних рейтингів; величини ймовірних втрат, розрахованої за допомогою внутрішньої моделі оцінки кредитного ризику для кредитного портфеля [1].

Найважливіший і водночас найскладніший етап управління банківськими ризиками – кількісне оцінювання їхньої величини. Від того, наскільки об'єктивне й досконале застосування методик їхнього вимірювання, залежить ефективність усього процесу управління ризиками, а отже, і надійність банківської установи. Так, українськими вченими Л. Примосткою та О. Лисенком був запропонований новий методичний підхід до комплексного оцінювання ризиковості діяльності банку на основі динамічної нормативно-індексної моделі, побудованої за допомогою методів непараметричної статистики. Розроблена методика була застосована на практиці та визнана одним із найбільш обґрунтованих, реалістичних і економічно інтерпретованих методичних прийомів комплексного оцінювання банківських ризиків. За своїм змістом нормативна модель ідеальна, тобто така, що формалізовано описує еталонний порядок зміни аналітичних показників, які характеризують процес зміни ризиковості банку. Призначення такої моделі полягає в тому, щоб, свідомо конструюючи динаміку показників ризиковості, не лише визначати

напрям зміни ризику, а й керувати цим процесом для мінімізації втрат банку при кредитуванні [3].

Сучасна концепція управління кредитними ризиками – це концепція стратегічного управління. У методологічному аспекті теорія стратегічного управління кредитними ризиками ґрунтується на системному підході до аналізу економічних процесів і властивостях цілеспрямованих систем, які саморозвиваються.

Стратегічне управління кредитними ризиками передбачає діяльність, спрямовану на розробку ризикових кредитних стратегій банку, її найважливіших цілей і способів їхнього досягнення. В основі такої діяльності лежить консолідований аналіз екзогенних та ендогенних чинників, які впливають на кредитні ризики, стратегічне планування, механізм зв'язування тактичних і стратегічних рішень, інтегрований контроль за ходом реалізації цих рішень і можливість їх своєчасного корегування [4].

Кредитна політика банку передбачає розробку механізмів реалізації ризикової стратегії. До них відносяться: формування системи внутрішніх кредитних рейтингів; удосконалення регламентів і процедур; установлення лімітів (портфельних, концентрації, галузевих, максимального розміру на одного позичальника, максимального терміну кредитування, тощо); моніторинг поведінкових характеристик відкритих ризикових позицій; корегування й регулювання негативних відхилень у траєкторії їхнього проходження. На основі аналітичного аналізу передбачуваних кредитних ризиків і річної стратегії розвитку складаються плани діяльності банку, встановлюються кількісні ліміти ризику з основних бізнес-процесів або продуктів.

Таким чином, сучасні концептуальні питання управління кредитними ризиками можуть розглядатися тільки через призму стратегічного управління, при якому ризикові кредитні стратегії домінуючий, атрибутивний елемент системи банківських стратегій [4].

Ураховуючи досвід вітчизняної практики, а також міжнародний досвід організації кредитних відносин, є доцільним запровадити в України єдину систему оцінювання та управління кредитним ризиком з метою мінімізації ризиків через перехід до світових новітніх нормативів – міжнародних стандартів вимог до банківської системи «Базель II». І, безумовно, до головних напрямів мінімізації кредитних ризиків у банках належить упровадження новітніх інформаційних технологій управління кредитними ризиками на базі скорингових моделей. Варто також зазначити, що існуючі підходи щодо управління кредитними ризиками в банку є недостатньо вивченими. Подальші дослідження в рамках цієї теми повинні бути спрямовані на розроблення моделей управління кредитними ризиками в банку. Зокрема, моделювання даних про втрати, ризикової вартості та їх упровадження в банківську практику.

Література:

1. Кузнєцов І. О. Кредитний ризик: суть, виникнення та методи усунення / І. О. Кузнєцов // Інноваційна економіка. – 2008
2. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків»: затверджено постановою НБУ від 15.03.2004 № 104.
3. Фурман В. М. Світовий досвід комплексного страхування банківських ризиків / В. М. Фурман // Фінанси України. – 2004. – № 1. – С. 118–122.
4. Ковальов О. П. Стратегічне управління кредитними ризиками / О. П. Ковальов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 5. – С. 21–30.

БАНКІВСЬКИЙ СЕКТОР ТА ФОНДОВИЙ РИНОК: ХАРАКТЕР ВЗАЄМОДІЇ

ПАВЛОВ Володимир

*д .е .н., професор ,
Національний університет водного господарства
та природокористування*

ТРОФІМЧУК Михайло

*аспірант кафедри фінансів та економіки природокористування ,
Національний університет водного господарства та
природокористування*

В розвитку вітчизняної економіки фінансовий ринок, а отже й фондовий ринок як його невід’ємна складова, відіграє значну роль в економічних трансформаціях як центр накопичення та перерозподілу фінансових ресурсів

забезпечує функціонування дієвого механізму стимулювання розвитку інвестиційної та виробничої сфер економіки, а тому й усієї системи суспільно-економічних відносин.

Комерційні та державні банки в Україні як професійні учасники фондового ринку які здійснюють певні види діяльності у відповідності до ліцензій виданих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку з іншої сторони як не професійні учасники, що здійснюють інвестиційну, емісійну та інші види діяльності на основі ліцензії виданої НБУ сприяють ефективному функціонуванню вітчизняного ринку цінних паперів.

Банки в Україні заклали основи ринку державних цінних паперів, вони є найбільш значними інвесторами на ринку корпоративних цінних паперів, оскільки через дочірні структури беруть участь у капіталах не фінансових установ та фінансово-промислових груп, як емітенти цінних паперів банки займають лідируючі позиції з точки зору об'єму випуску цінних паперів інституційними учасниками фондового ринку, банки в Україні сьогодні є одними з найбільш активних інституційних учасників ринку цінних паперів, тому що в них зосереджені максимальні фінансові ресурси. Це все в комплексі зумовлює актуальність теми дослідження.

Перед дослідженням особливостей банківської діяльності на вітчизняному, ринку розглянемо засади функціонування банківського сектору на фондовому ринку зарубіжних країн, зокрема Сполучених Штатів Америки та Німеччини. До Великої депресії, багато великих банківських структур продавали цінні папери і одночасно проводили звичайні банківські операції. Під час Великої Депресії близько 10000 банків збанкрутіли (близько 40 відсотків усіх комерційних банків). Це призвело до прийняття закону Гласса-Стігала, відповідно до якого відбувся поділ на інвестиційні та комерційні банки [1, 592].

Таким чином під інвестиційним банком розуміється фінансовий інститут, який організовує для великих компаній і урядів залучення капіталу на світових фінансових ринках, а також надає консультаційні послуги при купівлі і продажу

бізнесу, брокерські послуги, будучи ведучим посередником при торгівлі акціями та облігаціями, похідними фінансовими інструментами та іншими цінностями на тих ринках де він здійснює діяльність.

Інвестиційні банки в Сполучених Штатах Америки виконують два основних види операцій з акціями та іншими цінними паперами. По-перше, вони займаються андерайтингом, тобто виступають як гаранті при емісії цінних паперів. Інвестиційні банки гарантують емітуючим акції компаніям їх розміщення, а також беруть на себе обов'язок з придбання тих цінних паперів, які компанії своїми силами не змогли розмістити на ринку. По-друге, інвестиційні банки в США безпосередньо самі проводять розміщення цінних паперів різних компаній. [2].

Обмеження, встановлені законом, були скасовані в 1999 році Законом Гремма - Ліча - Блайлі і комерційні банки знову отримали право надавати інвестиційні банківські послуги. Проте світова економічна рецесія, що почалася в 2007 г, на думку багатьох економістів відбулась саме в результаті скасування Закону Гласа - Стігалла. Тому конгресменами було внесено до розгляду відповідний законопроект, що знову розмежовує комерційні банки та операції з цінними паперами.

Сутністю європейської моделі фондового ринку є наявність дозволу комерційним банкам поєднувати звичайні банківські операції з більшістю операцій на ринку цінних паперів. Такий підхід переважає в європейських країнах, він став однією з основ для формування об'єднаної Європи. Згідно з цим підходом, обмеження ризикових банківських інвестиційних операцій має здійснюватись не заходами прямого розмежування функцій, а шляхом державного контролю за банківською діяльністю та уваги до проблеми конфлікту інтересів під час операцій на фінансових ринках.

Найбільш розвинуту форму цей підхід має в Німеччині, де ще донедавна лише банківські організації мали право на отримання спеціальної ліцензії, на основі якої вони працюють з фінансовими коштами клієнтів як у сфері

«класичних» банківських операцій, так і у сфері інвестиційної діяльності та обслуговуванні такої діяльності (депозитарна, клірингова тощо). Таке становище не сприяє розвитку фондового сегмента фінансового ринку. Так, за величиною ВВП, трудовими ресурсами і розмірами фінансового ринку ФРН займає лідируючі позиції в Європейському Союзі, але за масштабом ринку цінних паперів Німеччина за багатьма позиціями поступається Великій Британії й США [3].

На вітчизняному ринку цінних паперів комерційні банки мають особливий статус. Згідно чинного законодавства вони можуть здійснювати такі види діяльності: випускати, купувати, продавати і зберігати цінні папери; управляти цінними паперами за дорученням клієнта; надавати консультаційні послуги; здійснювати розрахунки за дорученням клієнтів. Таким чином, банки не лише виступають альтернативою вкладенням у ринок цінних паперів, а й самі являються емітентами, інвесторами та посередниками [4, 91].

Поєднання цих видів діяльності потребує ретельного дослідження кожної з них окремо. Аналіз емісійної діяльності банківського сектору, демонструє що банки здійснюють активну емісійну політику на вітчизняному фондовому ринку в порівнянні з іншими організаціями.

Обсяги емісійної діяльності як по акціям так і по облігаціям за аналізований період перебували в постійній динаміці. У 2009 році кризові тенденції на фінансовому ринку спричинили нестачу фінансових ресурсів для виконання зобов'язань, що спонукало банківські установи розміщувати нові емісії акцій для залучення додаткового капіталу. Крім цього фінансова нестабільність банківського сектору вплинула на різке зниження обсягу емісії у облігацій у 2009 році.

Проте поступово цей напрямок банківської діяльності поступово відновлюється. галом у 2010 році комерційні банки здійснили випуск облігацій на суму 3,15 млрд. грн. Станом на 01.07.2011 року Комісією зареєстровано випуск облігацій банками на суму 7,3 млрд. грн. Величина емісійної діяльності банків по облігаціям та акціям за аналізований період становила середньому 30% загального обсягу всіх емісій що здійснювались на українському фондовому ринку протягом

2007-2010 рр. Таким чином варто зазначити, що банки проводять досить активну емісійну політику на вітчизняному ринку цінних паперів. Проте основним напрямком такої політики є випуск акцій та облігацій, похідні цінні папери фактично не емітуються, тобто не використовуються всі можливі інструменти для залучення та розміщення вільних ресурсів.

Окрім проведення діяльності у ролі емітента, комерційні банки на національному фондовому ринку виступають також у ролі інвесторів, вкладаючи кошти у цінні папери, формуючи таким чином диверсифіковані інвестиційні портфелі.

Спостерігається тенденція до збільшення обсягів інвестиційних вкладень в цінні папери комерційними банками, хоча загальна величина кредитно-інвестиційного портфелю поступово зменшується з 2008 року, зменшення за період 2008-2011 рр. становить 155,5 млрд. грн. або 20,5%. Незважаючи на це частка вкладень в цінні папери у загальній структурі кредитно-інвестиційного портфелю банків хоч і зросла за аналізований період з 5,6% у 2008 році до 9,3% у 2009, залишається дуже низькою, це є свідченням того, що комерційні банки не приймають на себе інвестиційні ризики пов'язані з функціонуванням фондового ринку, і акцентують операції з кредитним портфелем.

Комерційні банки на фондовому ринку виступають також у ролі професійних учасників ринку. Так станом на початок 2011 року кількість банків-торговців-зберігачів становила 120, що менше на 4 ніж у попередньому періоді, а банків торговців-зберігачів-реєстраторів – 21. Частка банків серед учасників торговців-зберігачів становила 32,3%, а серед торговців-зберігачів-реєстраторів – 45,7%

Варто зазначити, що крім торгівлі корпоративними цінними паперами, комерційні банки є лідерами за обсягами укладених угод із державними та муніципальними цінними паперами. За даними Першої фондової торговельної системи на їх долю припадає 99,94% угод з державними та 91% угод з муніципальними облігаціями. Зважаючи на це у квітні 200 року

Кабінетом Міністрів України Було ініційовано створення інституції на ринку цінних паперів – первинних дилерів. Такими визнаються комерційні банки, що відповідають вимогам міністерства фінансів і взяли на себе зобов'язання співпрацювати з ним в частині розвитку внутрішнього ринку державних цінних паперів [4, 96].

Отримати статус первинного дилера мають право лише ті банки які мають статутний капітал в розмірі не менше 10 млн.євро та загальний обсяг торгівлі облігаціями внутрішніх державних позик з початку 2005 року більше 1 млрд. грн. Станом на 27.12.2011р. кількість первинних дилерів на ринку державних цінних паперів налічує 16 банків.

Первинні аукціони лише за участю первинних дилерів проходять з 23 лютого 2010 року, що на думку аналітичного департаменту НРА «Рюрік» стало запорукою значного розширення вторинного ринку ОВДП у 2010 році (на вторинному організованому ринку державних цінних паперів обсяг укладених угод становив 60,72 млрд. грн., тоді як у 2009 році лише 7,88 млрд.грн.) [5].

Таким чином комерційні банки що здійснюють свою діяльність в Україні окрім основної ролі, виконують ряд інших важливих функцій на національному фондовому ринку. Здійснюючи випуски цінних паперів вони являються одними з найбільш активних учасників емісійної діяльності фондового ринку, зокрема на їх долю припадають найбільші за обсягами випуски акцій.

Вкладаючи кошти в цінні папери банки виступають в ролі інвесторів на фондовому ринку, проте частка таких інвестицій в їх загальному обсязі є дуже низькою, хоча і продемонструвала тенденцію до зростання в останні роки.

Крім цього банки на фондовому ринку здійснюють й професійну діяльність, зокрема являються торговцями, зберігачами та реєстраторами цінних паперів, а також з 2010 року окремі банківські установи виступають у якості первинних дилерів на ринку державних цінних паперів, сприяючи там самим підвищенню його інвестиційної привабливості.

Література:

1. Mishkin F., Eakins S. Financial Markets and Institutions. Pearson Addison-Wesley (USA), 2006. –730p.
2. Инвестиционные банки в США [Электронный ресурс]// Информационный портал о США. – Режим доступа: <http://amerikos.com/usa/invest-bank-z/>
3. Полухович В. Особливості використання світового досвіду у процесі формування моделі державного регулювання фондового ринку України/ В. Полухович [Електронний ресурс] // Проблеми правового забезпечення підприємництва в Україні. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Prip/2011_10/Polyhovich.pdf
4. Павлов В.І. Формуванні інституційної системи ринку цінних паперів в Україні : [монографія] / В.І. Павлов, Н.М. Кондрацька. – Рівне.: НУВГП, 2011. – 294с.
5. Коментар НРА «Рюрік» щодо внесення змін до Порядку відбору та функціонування первинних дилерів на ринку ОВДП [Електронний ресурс] // Національне рейтингове агентство «Рюрік». – Режим доступу: http://rurik.com.ua/documents/comments/pervunny_duleru-UA.pdf.

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА В БАНКАХ

ПАДАЛКА Анна

студентка гр. Ф 08-2 ЕГФ

Донбасская государственная машиностроительная академия

Актуальность исследования специфики современного маркетинга состоит в том, что в последнее время маркетинг, как система организации всей деятельности банка, обеспечивает процесс согласования возможностей с потребностями рынка. Маркетинг выступает механизмом поддержания оптимальной структуры деятельности банка, и является важной сферой экономических отношений, которая способствует формированию у современных руководителей и менеджеров банка необходимых знаний. На современном этапе банки могут успешно развиваться, применяя инструменты маркетинга, а так же при глубоком исследовании рынка банковских услуг разрабатывать конкурентные стратегии. При этом маркетинг ориентируется не только на явные нужды рынка, но и активно развивает новые, таким образом, реализуется взнос маркетинга в структурную перестройку экономики.

Теоретические и методологические вопросы современного маркетинга в банках нашли свое отражение в трудах таких зарубежных и отечественных ученых как: В. Бережнов, Г.Л. Багиев, Т.А. Бриттон, А. Войчак, Ж.-Ж. Ламбен, С. Гаркавенко, О. Козлова, Ф. Котлер, А. Павленко, Ю. Робул, В. Руделиус, Я. Унарова, Р. Уфимцев, У. Филипс. Однако остались не систематизированными признаки современного маркетинга и слабо рассмотрены основные маркетинговые тенденции.

Целью доклада является изучение маркетинговой деятельности в банковском секторе экономики, эволюция развития в разных экономических условиях и влияние на финансовую и социально-экономическую деятельность банков для последующего ее усовершенствования.

Маркетинг – система мероприятий по комплексному анализу рынка, формированию и стимулированию спроса, учету действия рыночных факторов на всех стадиях производственного процесса, рационализации продвижения товаров по каналам обращения до конечного потребителя, финансовому обеспечению производства и обращения, ценообразованию, контроллингу, рекламной и международной деятельности.

Понятие «маркетинг» учитывает четыре основных аспекта:

- социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей потребителей;
- управленческий процесс, в ходе которого комбинируются маркетинговые приемы, и определяется разработка и реализация маркетинговой стратегии и тактики;
- научная дисциплина, которая изучает методы распознавания, формирования и удовлетворения потребностей потребителей;
- система институтов, которая осуществляет практическую и научную деятельность в сфере маркетинга.

Сущность маркетинга реализуется через выполнение им ряда функций.

К основным функциям банковского маркетинга можно отнести следующие:

1. Реальная оценка банком своих возможностей по созданию и реализации услуг.
2. Формирование спроса и стимулирование сбыта банковских услуг.
3. Анализ рынка банковских услуг и прогнозирование его потребностей.
4. Управление сбытом банковских услуг.
5. Разработка долгосрочной стратегии маркетинговой деятельности с определением ее целей, задач, ресурсов и механизмов реализации.
6. Планирование политики и управление ассортиментом услуг на основе потребностей рынка, исходя из финансовых, кадровых, организационных и материально-технических возможностей банка.

Маркетинг не имел и не имеет на сегодняшний день отраслевых ограничений. Вместе с этим, в последнее десятилетие наблюдается процесс интенсивной адаптации маркетинговой концепции к особенностям отдельных сфер деятельности: банковская сфера, социальный маркетинг, туристический бизнес, некоммерческие организации и прочее. Этот процесс расширился и на практику международной маркетинговой деятельности.

Мировой финансовый кризис 2008-2010 гг. ускорил необходимость изменений в современной маркетинговой науке и практике. В кризисный период банк должен уделять особенное внимание сохранению и укреплению своего имиджа. Проблема заключается в том, что руководство большинства банков относится к имиджу своего банка как к характеристике, которая должна существовать сама по себе, и считает, что на его поддержку не нужно тратить ни время, ни деньги.

Следовательно, изменения в рыночной среде создали предпосылки для повышения интеллектуализации бизнеса, чтобы позволить руководителям банков работать на рынке и бороться с конкурентами на научной основе, а не только за счет деловых качеств. Многообразие существующих инструментов

позволяет прогнозировать появление новых аналитических методик, образцов “авторского маркетинга”, то есть маркетинга с малым бюджетом, но с уникальной идеей, которая даст возможность достичь банкам своих целей, опережая конкурентов.

Литература:

1. Бережнов Г. В. Креативная деятельность в маркетинге / Г. В. Бережнов // Креативная экономика. – 2007. – № 9 (9). – С. 73-78.
2. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг / Ламбен Ж.-Ж. ; пер. с франц. – СПб.: Европейская перспектива : Наука, 1996.- 589 с.
3. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Учебн. - метод. Пособие для самост. изуч. дисц. – второе, доп. и испр. Изд. – К.: КНЕУ, 2001. – 106 с.
4. Уфимцев Р. Эффект бабочки в маркетинге / Уфимцев Роман // Стратегии. – 2006. – №8. – С. 6-8.

ПРОБЛЕМИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ МСФЗ В УКРАЇНІ

ПАСЕНКОВА Вікторія

*студентка 4 курсу спеціальності облік і аудит,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Процес реформації існуючої національної системи бухгалтерського обліку на основі МСФЗ принесло Україні проблеми недосконалості міжнародних стандартів обліку.

В умовах невідповідності податкового законодавства нормативним актам, що регулюють бухгалтерський облік, існує різний ступінь законодавчої захищеності податкового та бухгалтерського обліку. Це суттєво ускладнює зв'язок процесу гармонізації та розвитку системи бухгалтерського обліку, яка стає залежною від податкового законодавства

Можна виділити такі проблеми впровадження МСФЗ:

- 1) проблема зміни статистичної звітності, що ґрунтується на даних фінансової звітності. Паралельне ведення звітності за ПСБО і МСФЗ означатиме подвоєння обсяг робіт;
- 2) двояке трактування термінів і понять. Перехід на МСФЗ сприятиме вирішенню даної проблеми;
- 3) підготовка та перепідготовка фахівців;

4) автоматизація та запровадження спеціальних програм, допоміжних баз даних, бухгалтерських політик та технік обліку, що відповідають вимогам МСФЗ;

5) гармонізація порядку в відображенні господарських операцій та методиці складання фінансової звітності;

6) значні витрати матеріальних та методичних ресурсів для внесення змін в системи баз даних та в програмні продукти;

7) короткі терміни для впровадження міжнародних стандартів ускладнюють процес їх введення.

Окрім описаних вище проблем, МСФЗ має й свої переваги, що можуть визначатися в залежності від користувачів (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги застосування МСФЗ для різних категорій користувачів [2]

Користувачі	Переваги застосування МСФЗ
Компанії	Підвищення якості інформації для прийняття рішень менеджерами; полегшення доступу до капіталу, в тому числі з іноземних джерел; зниження вартості капіталу.
Інвестори	Підвищення якості інформації для прийняття рішень; зміцнення довіри до поданої інформації; краще розуміння ризиків і прибутковості.
Фінансові посередники	Зміцнення українського ринку капіталу й підвищення його привабливості; полегшення доступу до світових ринків капіталу.
Організації бухгалтерів та аудиторів	Підвищення довіри й поліпшення економічних перспектив для бухгалтерської та аудиторської професії; поліпшення звітності за новими та іншими аспектами бізнесу.

Позитивними сторонами застосування МСФЗ як для суб'єктів господарювання, які складають фінансову звітність, так і для зовнішніх користувачів є:

– можливість отримання необхідної інформації для прийняття управлінських рішень;

- забезпечення порівнянності звітності з іншими організаціями, незалежно від території де здійснюють господарську діяльність;
- можливість залучення іноземних інвестицій і позик, а також виходу на зарубіжні ринки;
- прозорість та надійність інформації, що забезпечується шляхом дотримання правил її складання, а також численними поясненнями до звітності.

Деякі українські компанії вже мають досвід підготовки фінансової звітності за МСФЗ. Проте поспіх з обов'язковим впровадженням МСФЗ може призвести до підготовки неякісної звітності за МСФЗ, що призведе до негативних наслідків для компаній та порушення принципів бухгалтерського обліку.

Зміни в законодавстві також стосуються малих та середніх підприємств, які не готові до таких змін. Так, для таких підприємств це будуть додаткові витрати на перепідготовку фахівців та дорогі програми.

Відповідно до всього вищезазначеного, принципи, закладені в порядок формування звітності згідно МСФЗ, роблять її адекватнішою і здатною відобразити реальний майновий стан організації. У зв'язку з цим цінність МСФЗ важлива не тільки для іноземних, але й для національних інвесторів також. Це ще раз підтверджує необхідність і корисність процесу впровадження МСФЗ для всіх секторів економіки України.

Література:

1. Жук В.М. До проблем стратегії запровадження МСФЗ в Україні [Текст]/ В.М. Жук // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. - № 10. – С.16-22.
2. Веріга Г. Проблемні аспекти трансформації фінансової звітності підприємств України відповідно до принципів МСФЗ / Г. Веріга, А. Савро // Науково-практичний журнал «Бухгалтерський облік і аудит» – №9, – 2010 р. – С. 19-25.
3. Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/>
4. Циган Р.М. [Текст]/ Циган Р.М., Кашуба І.В., // Вісник ЖТДУ – 2010. - №1. – С.145-147.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В БАНКАХ

ПАСТУХ Олена

студентка 5 курсу,

Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького

У сучасних умовах розбалансованості економічної системи, жорсткої конкуренції, динамічності і постійної непередбачуваності змін в середовищі функціонування суб'єктів господарювання гостро виникає необхідність ефективного управління змінами. Стратегія управління змінами включає процеси внутрішнього контролю і управління ризиками.

Організаціям необхідно ініціювати процес введення змін для того, щоб відповідати попиту ринку, збільшувати акціонерну вартість або для впровадження урядових стратегій. Часто їм необхідно ініціювати і проводити зміни, щоб зберегти стабільність організації та підтримувати збалансоване економічне зростання і безперервність розвитку. Управління змінами – це процес, що робить можливим для організації модифікувати будь-яку частину її структури, щоб таким чином ефективно функціонувати у постійно мінливому середовищі. До нього входять дії, призначені для підтримки, прийому і затвердження необхідних та узгоджених модифікацій і змін.

Його метою є контроль змін з одночасним збереженням цілісності і якості послуг, що надаються у виробничому середовищі.

Фінансова криза показала, що системи управління ризиками і внутрішнього контролю у банках ще не досить розвинені.

Для побудови ефективних систем управління ризиками і внутрішнього контролю необхідно ясно розуміти цілі їх роботи. Таких, на думку аналітиків дві:

- забезпечення стійкої ринкової вартості акцій компанії;
- досягнення компанією поставлених стратегічних завдань.

У основу систем ризик-менеджменту і внутрішнього контролю має бути покладена схема тих бізнес-процесів, які впливають на вартість банківської установи, у поєднанні з виявленими ризиками і способами реагування на них.

Для того, щоб ризик-менеджмент у банку був дійсно інтегрованим, загальнокорпоративним, він повинен охоплювати усю його структуру - від ради директорів до низових підрозділів.

Важливо також, щоб ризик-менеджмент в компанії розглядався як невід'ємна частина підходу до ведення бізнесу і був елементом повсякденної роботи банку :

- річні і середньострокові бізнес-плани, а також ключові показники ефективності повинні формуватися на основі ясного розуміння ризиків банку і планів управління ними;

- система управління ризиками повинна знаходитися під пильною увагою як вищого керівництва, так і кожного відповідального керівника на місцях;

- інформація про ризик-стратегії, визначеною радою директор має бути доведена до усіх співробітників, персонал має бути обізнаний про відповідні зміни.

Забезпечити ефективне управління змінами у банку дозволяє трирівнева система захисту :

- на рівні операційних процесів - здійснення щоденного контролю і управління ризиками на основі встановлених процесів і управління проектами;

- на корпоративному рівні - формування розуміння про основні області ризиків і контролей і системи моніторингу у банку;

- внутрішній аудит, зовнішній аудит і інші системи моніторингу, які надають незалежну оцінку операційної ефективності процесів на перших двох рівнях захисту.

Розглядаючи рівень операційних процесів, слід врахувати, що в сучасних умовах функціонування банківських установ одним з шляхів скорочення витрат є оптимізація персоналу, бізнес-процесів і ІТ- бюджету. Скорочення числа

співробітників пов'язане зі збільшенням навантаження на кожного з них. Економія на процесах і їх спрощення призводить до виключення дублюючих функцій, додаткових точок контролю, тобто до зниження надійності. Таким чином, економія робить безпосередній вплив на надійність функціонування банку і, відповідно, неминуче веде до втрат при реалізації ризиків операційної діяльності, тобто операційних ризиків.

В управлінні операційними ризиками входять декілька комплементарних технологій : проведення самооцінки ризиків і формування набору ключових індикаторів операційного ризику, що відображають поточний рівень ризиків і його динаміку; збір даних про втрати і події, які потенційно можуть до них привести; формування планів заходів, спрямованих на мінімізацію наслідків найбільш небезпечних, з точки зору можливих втрат, ризиків.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
2. Скібіцька Л. І. Проведення організаційних змін як засіб подолання криз / Л. І. Скібіцька, О. М. Скібіцький // Наука й економіка: наук.-теорет. журнал. – 2008. – № 4. – С. 354-361.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В БАНКАХ УКРАЇНИ

ПЕТРЕНКО Наталія

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Зараз стан ринку банківських послуг в Україні можна охарактеризувати як високо конкурентний. Це пов'язано зі зростанням кількості банківських установ протягом останніх років та входженні великих обсягів іноземного капіталу на вітчизняний фінансовий ринок. Проте кризові явища, які спостерігалися в економіці та в банківській системі України зокрема, значно ослабили конкурентні позиції навіть провідних великих банків. За таких умов найбільш важливими завданнями стають відновлення ефективності діяльності банків, укріплення конкурентних позицій та відновлення довіри з боку населення до

комерційних установ. Реалізація окреслених завдань можлива з допомогою якісного банківського маркетингу.

Розуміючи банківський маркетинг як систему управління банківською діяльністю, виникає необхідність вирішення проблеми, пов'язаної з узгодженням розвитку банківського маркетингу як системи не тільки по відношенню до маркетингу як такого, а й по відношенню до інших систем, що взаємодіють з банківською системою, відчують на собі її вплив і відповідно самостійно провокують ризики її розвитку.

Різноманітні аспекти банківського маркетингу розглядаються в наукових дослідженнях таких зарубіжних фахівців як М. Портер, Г.Л. Макарова, Є.Ф. Жуков, Дж. Еванс, Д. Мак-Нотон, А.В. Романов та ін. Серед вітчизняних дослідників банківського маркетингу та різних його аспектів слід відзначити таких: Я.О. Гусєв, О. В. Радченко, І.І. Д'яконова та ін.

Серед основних загальних тенденцій розвитку банківського маркетингу на сучасному етапі розвитку української фінансової системи фахівці виокремлюють наступні:

- вихід на ринок банківських послуг небанківських установ;
- універсалізація банківської діяльності;
- розширення регіональної та національної діяльності фінансових інститутів;
- лібералізація регулювання банківської діяльності;
- посилення ролі нецінових методів конкуренції; глобалізація та інтернаціоналізація ринків фінансових послуг [4].

Найбільш масовим маркетинговим заходом серед вітчизняних банків останніми роками став ребрендинг, першими користувачами якого стали банки, придбані іноземними власниками. Його використовують як великі банки (ПАТ «Райфайзен банк Аваль», ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «Надра»), так і середні банки (ПАТ «Альфа-банк», ВАТ «ВіЕйБі Банк», ВАТ «СЕБ Банк», ВАТ «Кредобанк», ЗАТ «Агробанк»). Зазначимо, що ребрендинг - це не лише

зміна зовнішнього вигляду банку, але і зміна його корпоративної культури, форми зовнішніх комунікацій та бізнес-стратегії компанії. За допомогою ребрендинга активи ПАТ «ОТР банк» збільшилися на 60%, вклади населення зросли на 65%, сукупний приріст на внутрішньому ринку склав 38% [1].

Таким чином, протягом останніх років банки почали активно використовувати інструменти маркетингу та реклами для досягнення своїх основних цілей і завдань: підвищення ефективності діяльності, залучення нових клієнтів, формування та підтримка позитивного іміджу установи, завоювання лідерських позицій на ринку банківських послуг. Саме реалізація маркетингової політики є одним із найважливіших інструментів підтримки конкурентоспроможності банку [2].

Сучасні тенденції банківського маркетингу дозволяють значно покращити ефективність діяльності вітчизняних банківських установ. Проте на разі існує ряд проблем, які обмежують впровадження сучасних маркетингових інструментів. По-перше, це низький рівень витрат вітчизняних банків на маркетинг. Так, наприклад, у 2010 р. витрати на маркетинг та рекламу ПАТ КБ «ПриватБанк» складали 1,1 %, у АТ «Райффайзен Банк Аваль» - 1% у загальній структурі адміністративних та інших витрат. Так, для порівняння - маркетингові витрати підприємств, що виробляють продукцію масового споживання, складають близько 15% [3].

Іншою проблемою є відсутність єдиної спрямованості маркетингової політики банку. Так, кожен департамент в банківській установі спрямовує свої зусилля на оптимізацію діяльності саме власного департаменту, нехтуючи діяльність інших. Як результат, в банку відсутня єдина спрямованість та координація маркетингової політики. Те ж саме стосується і різних філій одного і того ж банку.

Крім того, в результаті фінансової кризи, яка розпочалася у 2008 р. у вітчизняній банківській системі рівень довіри до банків значно знизився. Цей факт є важливим стимулом до застосування нових маркетингових інструментів

та заходів в діяльності банку, що допоможе відновити довіру клієнтів до всієї банківської системи та до конкретних банків зокрема, а також значно підвищити ефективність їх діяльності [3].

Література:

1. Кривич Я.М. Управління інноваційним потенціалом банку: дис. канд. економ. наук - Гроші, фінанси і кредит / Я.М. Кривич. - 2010. - 290 с.
2. Радченко О.В. Особливості маркетингу в банках України//Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011, вип. № 3 (12) – С. 186-188.
3. Радченко О.В. Сучасні тенденції розвитку банківського маркетингу та проблеми його впровадження в банках України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/fkd/2011_2/part1/11.pdf
4. Шпиг Ф.І. Банківська конкуренція під впливом іноземного капіталу: монографія / Ф.І. Шпиг, 2006. – 288 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ В БАНКАХ УКРАЇНИ

ПЕЦЬ Ганна

*слухач магістратури-студентка кафедри обліку та аудиту,
Національна металургійна академія України*

Сучасний світ з 2007р. вступив у період чергового фінансового стресу, який розпочався з краху ринку похідних фінансових інструментів в США. Багато країн не раз переживали банківські кризи, в цілому це явище можна вважати невід’ємним атрибутом сучасної економіки [1]. В умовах фінансово-економічних криз посилилась тенденція глобалізації економіки, зокрема й у банківському секторі в результаті втрати банками самостійності та необхідності їх поглинання або злиття із банками з міцнішим фінансовим станом. Правильне визнання та облік операційних витрат, які будуть понесені в процесі підготовки чи безпосереднього поглинання або злиття банківських установ є актуальною темою. Ця проблема стосується узгодженості нових видів витрат з нормативно-правовими актами, якою займається бухгалтерський відділ установи, як один із перших підрозділів в організаційній структурі установ і організацій, що приймає багато управлінських рішень та дотримується вимог законодавчо-

правових нормативів з метою недопускання відхилень в даних бухгалтерського обліку від податкового.

На даний момент доля банків з європейським капіталом в сукупних активах банківської системи України складає близько 30% [2]. Наприклад, шведська група SEB (Skandinaviska Enskilda Banken) продовжує роботу на основі нещодавно створеного Акцепт-Банка. Австрійська група Raiffeisen International працює в Україні з 1998р., коли було зареєстровано дочірню фінансову установу – «Райффайзенбанк України», а в 2005р. для посилення своїх позицій австрійці придбали на той час другий по величині активів банк «Аваль». Одним з перших по величині банком з західним капіталом є УкрСиббанк, який знаходиться під контролем французької групи BNP Paribas. Помітною на українському ринку є італійська група UniCredit Group, що контролює два банка – Укрсоцбанк та «УніКредит Банк». Вітчизняний «ОТП Банк» контролюється угорською банківською групою OTP, банк «Форум» - німецькою групою Commerzbank, «Креди Агриколь Банк» - французькою групою Credit Agricole [2] та інші. Ці данні дають підстави до посилення актуальності теми, бо існують українські банки, які знаходяться «під крилом» іноземних банків.

Метою дослідження є правильне визнання та віднесення операційних витрат, які можуть бути понесені банком на етапі злитті з іноземною банківською групою.

Визначимо витрати, пов'язані з підготовкою до поглинання банківських установ: витрати на зв'язок, прийом іноземної адміністрації, забезпечення їх транспортування та проживання, підготовка презентаційних виступів, а також залучення перекладачів. Відповідно до [3] витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції, поділяються на адміністративні, витрати на збут та інші операційні витрати. Нормативним актам [4], виділяють клас «Витрати»: процентні та комісійні, інші операційні, загальні адміністративні витрати, а також відрахування в резерви та

податок на прибуток. Очевидно, що витрати, які розглядаються в даному дослідженні, необхідно розподіляти на інші операційні та загальні адміністративні. Загальні адміністративні витрати – це операційні витрати, пов’язані із забезпеченням діяльності банків. До них належать витрати на утримання персоналу (заробітна плата, витрати на соціальне забезпечення, обов’язкові нарахування, страхування, додаткові виплати, премії, навчання тощо); амортизація необоротних активів; витрати на утримання та експлуатацію основних засобів і нематеріальних активів (ремонт, страхування), інші експлуатаційні витрати (комунальні послуги, охорона тощо); гонорари за професійні послуги (юридичні, медичні тощо); витрати на зв’язок (поштові, телефонні, факс тощо); сплата податків та інших обов’язкових платежів, крім податку на прибуток та інші витрати, спрямовані на обслуговування та управління банком. Інші операційні витрати — це витрати від операцій, що не пов’язані з інвестиційною та фінансовою діяльністю, а також ті, що не включені у вищезазначені групи операційних витрат, зокрема: витрати від оперативного лізингу (оренди); витрати за послуги аудиту; витрати на інкасацію; неустойки (штрафи, пені), що отримані (сплачені) за банківськими операціями, інше[5]. На наш погляд, розділення на декілька витрат по суті буде доцільніше ніж вважати витрати, що досліджуються одним видом. Так, витрати на зв’язок, серед яких користування Інтернетом (електроні конференції, електронна пошта), телефонні розмови, пошта та факс, віднесемо на загальні адміністративні витрати, а саме витрати на телекомунікації: користування Інтернетом – на рахунок 7441 «Витрати на інші системи банківського зв’язку»; телефоном, поштою, факсом – на рахунок 7442 «Поштово-телефонні витрати». Витрати, пов’язані з прийомом іноземної адміністрації, який включає забезпечення їх транспортування та проживання, підготовка презентаційних виступів, а також залучення перекладачів, не можна віднести тільки на 7399 рахунок «Інші операційні витрати» або на 7499 рахунок «Інші витрати». Тому організацію транспортного обслуговування необхідно вважати загальними

адміністративними витратами – операційними витратами, пов'язаними із забезпеченням діяльності банків. Їх необхідно обліковувати на 7431 фінансовому рахунку «Господарські витрати». Забезпечення проживання та харчування – це загальні адміністративні витрати, для обліку яких можна використовувати 7452 рахунок фінансового обліку «Витрати на відрядження». При залученні перекладачів, які не є працівниками банку, банк не може обліковувати такі витрати як витрати на утримання персону. Для їх обліку можна скористатись рахунком 7457 «Інші адміністративні витрати» у контексті витрат на гонорари за професійні послуги. Підготовка презентаційних виступів може включати витрати на оренду приміщень (актового залу, конференц-залу), витрати на оповіщення гостей-слухачів (запрошення поштою), затрати на безпосередню підготовку презентації (папір, закуски та частування та ін. ресурси для презентації), а також доплати власним працівникам за допомогу в організації заходу. Звідси, витрати на оренду можна віднести на рахунок 7395 «Оперативний лізинг(оренда)», запрошення поштою – на 7442 «Поштово-телефонні витрати», затрати на безпосередню підготовку презентації – на 7454 «Представницькі витрати» та доплати власним працівникам – на 7409 «Інші витрати на утримання персоналу».

Таким чином, в умовах сучасної економіки України простежується те, що нормативно-правова база не встигає видавати стандарти та положення відповідно до кожного нового економічного явища, яке може проявитись під дією багатьох внутрішніх та зовнішніх факторів, а суб'єктам господарювання не можна виходити за рамки законодавства держави. Отже, розділення загальної суми витрат на витрати по суті і рознесення на відповідні рахунки фінансового обліку банку, дозволить удосконалити облік операційних витрат, не порушуючи вимог законодавства . Тому проблем при перевірці банківської установи податковими органами (не співпадання суті витрат та рахунка, віднесення на валові витрати та зниження оподатковуваного прибутку) зникне.

Література:

1. Турбанов А. В. Антикризисные механизмы в банковской системе / А. В. Турбанов // Деньги и кредит – 2012 – №1 – С. 20-23;
2. Гринков Д. Банковский рынок. С бала на корабль / Д.Гринков // Бизнес - 2011 - №48 – С. 36-38;
3. Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 року №318 про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>;
4. Постанова Правління Національного банку України від 17.06.2004 р. №280 про План рахунків бухгалтерського обліку банків України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0918-04>;
5. Постанова Правління Національного банку України від 18.06.2003р. №255 про Правила бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0583-03>.

ПРІОРИТЕТИ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ В РАМКАХ СТИМУЛЮВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

ПОЛІЩУК Вадим

*к.е.н., старший викладач кафедри фінансів,
Луцький національний технічний університету*

На сьогодні для банківської системи України важливим є формування сприятливих умов щодо залучення грошових коштів у соціальну, економічну та екологічну сфери регіонів з метою забезпечення високого рівня розвитку регіональної системи. Зокрема, це пояснюється проблемними явищами банківської системи, зниженні стимулюючого значення системи впливати на соціально-економічний розвиток регіону. Значні напрацювання у даній сфері наукових досліджень зробили ряд вітчизняних та зарубіжних вчених, що займались даною проблематикою: Герасимчук З.В. [1], Корецька Н.І. [1;2], Різник Н.С. [2], Ільясов С.М. [3], Вовчак О. [4] та ін. Однак, поряд із важливим внеском у розвиток наукової думки галузі банківської системи, нерозглянутими залишились питання стимулюючого впливу банківської системи на сталий розвиток регіону.

Розглянемо стан справ у банківській системі України розрізі регіонів за кількома напрямками: депозити домашніх господарств, кредити, надані домашнім господарствам (див. рис. 1 та рис. 2).

Як свідчать статистичні дані Національного банку України та Державної служби статистики, загальний обсяг депозитів домашніх господарств у національній валюті станом на кінець липня 2012 р. становив 182 646 млн. грн., що на 19 788 млн. грн. перевищує вкладення в іноземній валюті. Найбільші заощадження з боку домашніх домогосподарств у національній та іноземній валюті були зроблені в Київській області та м. Києві – 55 939 млн. грн. та 64 601 млн. грн. відповідно, що зумовлено високим рівнем соціально-економічного розвитку жителів даного регіону, привабливістю даного регіону для вкладення інвестицій, розвиненістю банківської системи, потужною економічною складовою регіону.

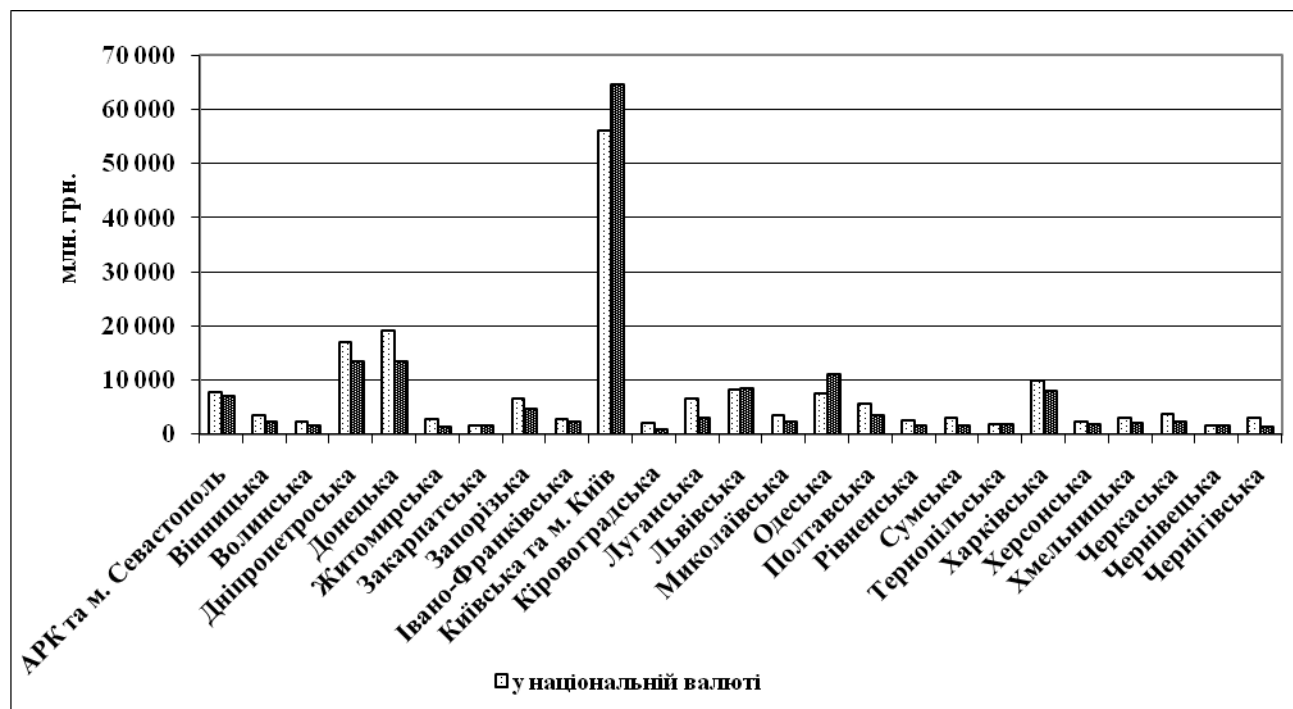


Рис. 1. Обсяг депозитів домашніх господарств станом на кінець липня 2012 р. у розрізі регіонів України

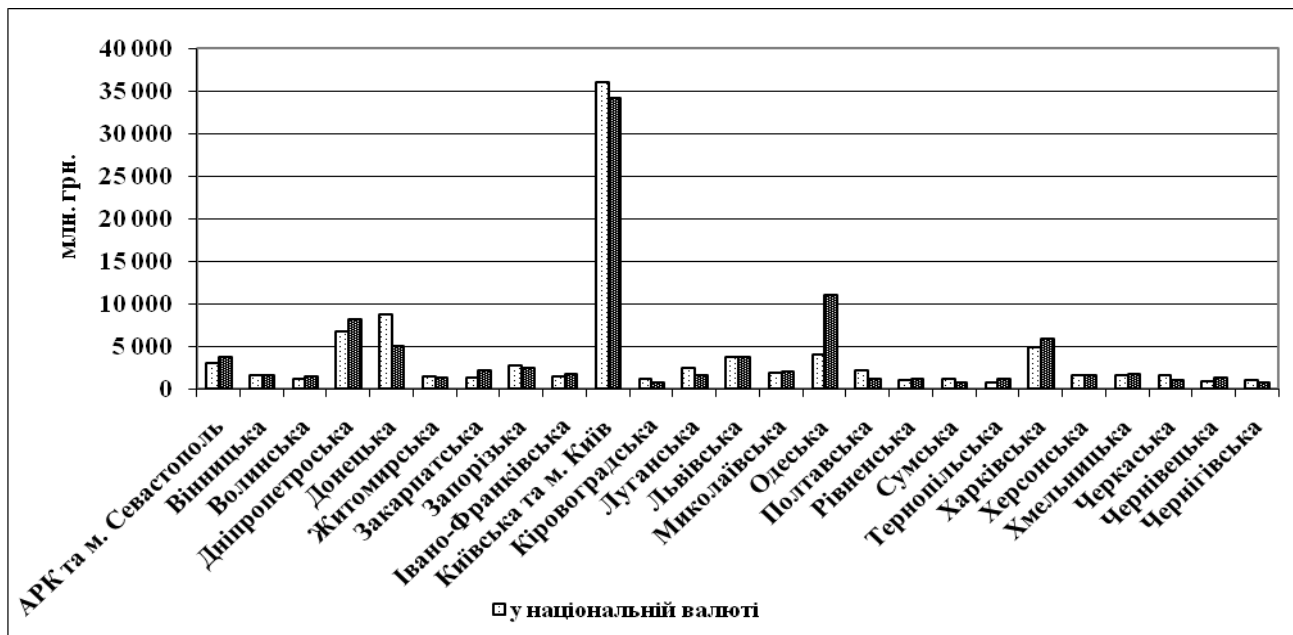


Рис. 2. Обсяг наданих кредитів домашнім господарствам станом на кінець липня 2012 р. у розрізі регіонів України

Найгірша ситуація з вкладеннями домашніх домогосподарств у національній валюті характерна для Закарпатської області (1 508 млн. грн.), іноземній валюті – для Кіровоградської області (936 млн. грн.). Також проблеми з вкладеннями існують в Чернівецькій, Тернопільській, Херсонській та Волинській областях. Безумовно, основним фактором низького заощадження коштів населення у згаданих областях є низький рівень доходів жителів та важка фінансово-економічна ситуація у регіонах.

Загальний обсяг кредитів, наданих домашнім господарствам в іноземній валюті станом на кінець липня 2012 р. становив 96 738 млн. грн., що на 3 716 млн. грн. перевищує вкладення в національній валюті. Найбільший обсяг наданих кредитів домашнім домогосподарствам у національній та іноземній валюті були зроблені в Київській області та м. Києві – 36 001 млн. грн. та 34 116 млн. грн. відповідно.

Найгірша ситуація з кредитами, що надані банківськими установами домашнім домогосподарствам у національній валюті характерна для Тернопільської області (734 млн. грн.), іноземній валюті – для Кіровоградської області (687 млн. грн.). Проблеми з наданими кредитами існують в Рівненській,

Чернівецькій та Чернігівській областях. Як і в ситуації з заощадженнями, основною причиною низького кредитування населення в областях, що згадані, є низький рівень доходів жителів та важка фінансово-економічна ситуація у регіоні, а також проблеми з промисловим та сільськогосподарським виробництвом.

Взагалі, домогосподарства як сукупність фізичних одиниць – резидентів, що мають спільні економічні інтереси, функції, поведінку і джерела фінансування, займають невід’ємне місце у фінансовій системі країни. Зокрема, саме з фізичними особами, що здійснюють свою діяльність на території регіонів країни, можна пов’язати рівень покращення соціально-економічного розвитку будь-якого регіону. Тому, очевидним є запровадження в межах банківської системи стимулюючих заходів щодо покращення рівня розвитку домогосподарств в контексті стимулювання соціально-економічного розвитку регіону. До них можемо віднести: зменшення відсоткових ставок за кредитами, що надані домашнім господарствам, а також створення сприятливих умов щодо залучення вкладів з боку фізичних осіб-резидентів, на рахунки банків, що діють в Україні.

Негативними процесами та явищами, що загрожують розвитку банківської системи України, а, отже, чинять негативний вплив на стимулювання сталого розвитку регіону, відносяться: доларизація економіки, низька купівельна спроможність фізичних осіб, інфляція, повільний розвиток приватного сектора економіки, невелика частка приватного капіталу в банках, податковий тиск, відсутність чітких правил роботи, простір для маніпуляцій та зловживань, пріоритетна орієнтація на обслуговування іноземного капіталу, демографічний фактор тощо.

Крім того, однією з існуючих і вагомих проблем в Україні є “відсутність достатньої законодавчої бази, яка б регламентувала діяльність ринку банківських послуг” [1, 156]. Також не створено сприятливого інвестиційного клімату, відсутній обсяг фінансових ресурсів у вітчизняних підприємств і

фізичних осіб для інвестування в банківську систему, низькі доходи переважної більшості населення регіонів.

В умовах кризи діяльність банківської системи було підірвано зростанням обсягів зовнішньої заборгованості приватного сектору, неефективною валютно-курсовою політикою, неконтрольованим зростанням імпорту в Україну, недовіра інвесторів, відтік капіталу, згорання інвестиційних проектів [4].

Попри проблеми у забезпеченні ефективного стимулювання сталого розвитку регіону з боку банківських установ, пріоритетним напрямом щодо покращення стимулювання сталого розвитку регіону є інвестиційна політика. Даний вид стимулювання може забезпечуватися як за допомогою державних, так і місцевих органів влади. Оскільки для регіонів України характерний дефіцит власних фінансових ресурсів, то у даному випадку зростає необхідність залучення іноземних інвестицій для забезпечення розвитку реального сектора економіки регіону.

Використання іноземного капіталу у банківській системі регіону сприяє впровадженню нових технологій ведення бізнесу, розширює спектр банківських послуг, дозволяє перейняти світовий довід в організації управління банківськими організаціями. Разом з тим, варто не забувати, що в умовах глобальної фінансової кризи існує проблема поглинання іноземним капіталом українських банків, а також існує криза ліквідності через обмеження доступу до закордонних кредитів. Для мінімізації ризиків приходу іноземних банків в банківську систему України важливим буде “створення належного регулювання, яке має опиратися на жорсткі вимоги до них” [1, с. 157]. Зокрема, в першу чергу необхідно вимагати від іноземних банківських установ високого рівня прозорості інвестування, а також усунути ті банківські установи, що в своїй діяльності спрямовані на вивезення грошових коштів за кордон.

Тривалість фінансової кризи та можливість поглиблення її впливу на економіку та соціальне життя регіонів України вимагає невідкладних превентивних заходів. В першу чергу, необхідно сформувати стійку банківську

систему країни. Причому до уваги варто брати ліквідні позиції, якість кредитного портфеля, рівень капіталізації банків регіону та банківської системи в цілому.

Отже, ефективність стимулювання соціально-економічного розвитку регіону залежить від подолання проблемних моментів у банківській системі країни та кожного регіону зокрема. Саме від того, наскільки ґрунтовними і зваженими будуть фінансово-економічні і політико-правові кроки на шляху усунення всіх проблемних моментів у банківській системі України, буде залежати, в яких умовах буде відбуватись соціально-економічний розвиток регіонів.

Література:

1. Герасимчук З.В., Корецька Н.І. Територіальна організація банківської системи регіонів України: оцінка та стратегії забезпечення її раціональності: Монографія. / З.В. Герасимчук, Н.І. Корецька. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2010. – 312 с.
2. Різник Н.С., Корецька Н.І. Маркетингові підходи до територіального розміщення банківських установ / Н.С. Різник, Н.І. Корецька // Зб. наук. пр.. “Економічні науки”. – Серія “Економіка та менеджмент”. – Випуск 5 (18). – Ч. 2 – Луцьк: ЛНТУ, 2008. – 371 с. – С. 148–155.
3. Ильясов С.М. Устойчивость банковской системы: механизмы управления, региональные особенности: учеб. пособ. / С.М. Ильясов. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 255 с.
4. Вовчак О. Причини та наслідки впливу світової фінансової кризи на розвиток банківської та реального секторів економіки України / О. Вовчак. // Вісник НБУ. – 2009. – № 7. – С. 22–25.
5. Офіційний веб-сайт Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ БАНКІВ У ЗАСТОСУВАННІ НОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ПАРАДИГМ

ПОЛІЩУК Є.

*к. е. н., доцент кафедри банківських інвестицій,
Київський національний економічний університет ім. В.П.Гетьмана*

ЦАЛЬ-ЦАЛЬКО О.

*студент 4 курсу кредитно-економічного факультету,
Київський національний економічний університет ім. В.П.Гетьмана*

У сучасних умовах розвитку банківського бізнесу в Україні все важливішими і вирішальними постають питання розробки і втілення абсолютно новітніх, унікальних, в міру гнучких, безперечно успішних і до того ж, довготривалих концепцій, або, навіть, парадигм маркетингу. Відповідно до тлумачення поняття парадигма, воно є ширшим, узагальненим і загально-прийнятим поняттям у порівнянні з поняттям концепція. Саме в аспекті нових сучасних парадигм маркетингу буде викладено наступний аналіз.

Безсумнівним є той факт, що українські банки потребують нового маркетингу, нових парадигм, нового бачення цієї науки і її методів втілення в даних кредитних установах. Банківська система все більше розвивається, розширюється, інтегрується в світовий простір і міжнародну банківську конкуренцію, де фінансово-нестійким і слабким банкам, тим паче з застарілими маркетинговими стратегіями немає чого робити. Багато з українських банків тісно співпрацюють з могутніми закордонними транснаціональними банками, набираючись в них передового маркетингового досвіду, перероблюючи на наш національний манер і змушуючи інші вітчизняні банки намагатися наздогнати їх в цій сфері.

Тому слід розпочати порівняльну характеристику сучасних, найефективніших маркетингових парадигм, які діють в провідних банках світу; як вони працюють, як здобувають прихильність клієнтів, та як максимізують прибутки для своїх акціонерів. Потім слід проаналізувати досліджувані парадигми та зробити відповідні висновки, щодо відповідності останніх певним критеріям: ефективності, прибутковості, окупності, надійності, гнучкості та

довговічності, а також спробувати спрогнозувати майбутні тенденції розвитку цієї доволі перспективної галузі.

Під час дослідження було проаналізовано ключові аспекти маркетингових стратегій найбільших світових транснаціональних банків таких як «UBS», «The Royal Bank of Scotland», «Barclays», «Deutsche Bank», «HSBC».

Загалом, усі іноземні банки займаються усіма напрямками фінансової посередницької діяльності, вони пропонують усі види банківських послуг, співпрацюючи з усіма суб'єктами господарювання. Це логічно, враховуючи фінансові показники цих банків, їх сумарні обсяги активів, власного капіталу і ринкової капіталізації. Справа ще у тім, що більшість перерахованих брендів стосуються не саме банків, а більш широкого поняття такого як банківська корпорація чи холдинг, чи, навіть, фінансова група. Так, наприклад, «UBS AG» це потужний фінансовий конгломерат, в який входять такі підрозділи як «Investment Bank» (інвестиційний банк), «Global Asset Management» (KYA), «Retail & Corporate» (роздрібний та корпоративний бізнес), «Wealth Management Americas», «Wealth Management» (управління приватним капіталом). Різні структурні підрозділи займаються виключними видами діяльності в межах їх повноважень та відповідного законодавства. Якщо вести мову, безпосередньо, в аспекті маркетингу в цих установах, то можна прийти до однозначного висновку, що всі ці банки на сьогоднішній день працюють в межах абсолютно нової маркетингової парадигми. Якщо досліджувати останні публікації, періодичні матеріали і книжки по маркетингу, усюди ми зустрічаємо маркетингову концепцію «4P», тобто Product, Price, Placement, Promotion, що в перекладі, як ми знаємо, означає товарна політика, цінова політика, збутова політика та політика комунікацій. Зовсім рідко, і лише в нових матеріалах з маркетингу можна зустріти концепцію «4P», доповнену ще фактором інформації і часу або альтернативну концепцію «4C», або «5C», які включають в себе такі складові: Customer, Costs, Convenience, Communications, and Coaching тобто перехід акцентування уваги від продукту на споживача,

політика витрат виробництва, зручності або розміщення і, безумовно, політика комунікацій. Необхідністю включення в маркетинговий комплекс коучингу все частіше починають говорити вчені та практики. Це справді важлива галузь знань, яка вже, до речі, виокремилася в самостійну науку, особливо на теперішньому етапі розвитку продуктивних сил суспільства.

Але, на жаль, жодна з цих концепцій не є актуальною сьогодні з погляду сучасного банківського маркетингу. Досліджувані банки також не виключення і вони не використовують жодну з вищеперерахованих концепцій. Саме на підставі таких висновків і можна казати про створену і вже успішно діючу нову парадигму маркетингу. Яка вона?

Це маркетинговий мікс або як ще його називають – маркетингова суміш. Але справа в тім, що це не суміш складових маркетингової концепції в рамках однієї концепції так як усі звикли розуміти цей термін, а суміш самих концепцій. Абсолютно різні підходи, концепції, бачення маркетингу та сучасного світу конкуренції менеджери компаній пропускають через свої системи міркувань переконань та знань, накладаючи їх на бачення кон'юнктури світових ринків, світової фінансової конкуренції, глобалізованого світу фінансів, нових продуктів та все більш вибагливого споживача з його всезростаючими потребами та запитами, вони починають розуміти, що не можна вивести свою компанію в лідери та досягти успіху, опираючись на старі парадигми та окремі концепції.

У великих банках працюють дуже багато найкваліфікованіших менеджерів різних рівнів, які генерують дуже багато нових прогресивних ідей. Саме компетенція менеджерів банку є запорукою його успіху. Дуже важливо, щоб ці менеджери були гнучкими до змін, адже світова економіка характеризується в першу чергу нестабільністю та мінливістю розвитку. Гнучкість у керуванні та можливість швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища дають змогу вижити на сучасному міжнародному ринку банківських установ. В наш час дуже багато досвідчених банків, які

залишилися банкрутами через некомпетентність свого керівного складу і неспроможність бути гнучкими у мінливих екстрених ситуаціях. І тоді не важливо, яка фаза економічного циклу панує - рецесія чи розквіт. Це підкреслює важливість освіти, досвіду, додаткового навчання і компетенції майбутніх менеджерів, яке частково досліджує коучинг.

Насамкінець, у висновку, слід підкреслити, що нині в сфері банківського маркетингу панує зовсім нова парадигма. Наймогутніші банки розподілили сфери фінансового впливу, заповнивши майже весь світовий фінансовий простір. Їх філії знаходяться в майже всіх розвинутих країнах світу, вони є власниками багатьох інших компаній і корпорацій, вони виступають найбільшими інвесторами найдорожчих інвестиційних проектів світу, вони надають увесь спектр банківських послуг, і ,навіть, більше, усім без винятку суб'єктам господарювання, і все це за допомогою успішного маркетингу, який реалізується у вигляді поєднання усіх створених за весь час концепцій стратегій, тактик, котрі застосовуються досить розумно у правильний час в правильних аспектах, кожную хвилину удосконалюючи їх та вигадуючи щось абсолютно нове.

Література:

1. Офіційний сайт банку Barclays [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.barclays.co.uk>
2. Офіційний сайт банку UBS [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ubs.com>
3. Офіційний сайт банку Deutsche Bank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.db.com>
4. Офіційний сайт банку The Royal Bank of Scotland [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbs.co.uk>
5. Офіційний сайт банку HSBC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hsbc.com>

ТРАНСФЕРТНЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ В УКРАЇНІ

ПОЛЯКОВ Олексій

аспірант Науково-дослідного фінансового інституту Академії фінансового управління Міністерства фінансів України, податковий консультант, PricewaterhouseCoopers

На сучасному етапі розвитку, світовій економічній системі все більш притаманний тренд глобалізаційного розвитку та посилення зовнішньоекономічних зв'язків. Не стоїть осторонь і економіка України, основні галузі якої є експортноорієнтованими. В той же час податкове законодавство України проходить етап реформування та удосконалення. З точки зору оподаткування транснаціональних операцій чільне місце посідає питання трансфертного ціноутворення та його регулювання. Держава зацікавлена у зростанні податкових надходжень, в той час як суб'єкти бізнесу хочуть оптимізувати податкове навантаження. Нерозвинена концепція трансфертного ціноутворення створює перешкоди на шляху розвитку бізнесу та державно-приватного партнерства.

Концепція трансфертного ціноутворення є дуже важливою для сучасного податкового менеджменту в розвинених країнах світу. Більшість розвинених країн світу у своєму податковому законодавстві містять положення, що присвячені питанням трансфертного ціноутворення і які в основному базуються на Керівних принципах з трансфертного ціноутворення Організації економічного співробітництва і розвитку [1].

Трансфертне ціноутворення – це загальний термін для визначення вартості міжнародних, внутрішньофірмових операцій між пов'язаними особами. Трансфертне ціноутворення стосується встановлення ціни, за якими здійснюються операції, пов'язані з передачею майна або послуг між пов'язаними особами, що входять до складу однієї групи [2].

Українське законодавство на разі не містить визначення терміну «трансфертне ціноутворення», натомість воно використовує концепцію «звичайних цін». Згідно Проекту Закону України "Про внесення змін до

Податкового кодексу України (щодо трансфертного ціноутворення)", трансфертним ціноутворенням є система визначення ціни продажу (реалізації) товарів та/або ціни продажу результатів робіт (послуг) в операціях, визнаних відповідно до статті 39 Податкового кодексу контрольованими [3]. Такий підхід до трактування є прийнятним для законодавчих цілей.

Проте для економічного аналізу можна сформулювати наступне визначення трансфертного ціноутворення. Це система визначення ціни реалізації контрольованих товарів, робіт чи послуг для податкових цілей. Необхідно звернути увагу на те, що трансфертне ціноутворення є концепція податкова, тобто вона застосовується для визначення податкових зобов'язань. Сторони угоди можуть встановлювати будь-яку ціну і відповідно відображати її у бухгалтерському обліку, але для цілей податкового обліку необхідно визнавати вартість визначену відповідними методами трансферного ціноутворення.

Основними загальновизнаними складовими контролю за трансферним ціноутворенням є: об'єкт контролю, методи і способи його здійснення.

Податковий кодекс України містить п'ять основних методів визначення трансферної ціни: порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу), ціни перепродажу, "витрати плюс", розподілення прибутку, чистого прибутку [4, ст.39].

Найбільш простим та зрозумілим є метод «витрати плюс», так як не завжди можна знайти відповідний аналог для порівняння цін, а методи з аналізом прибутковості є складними по різному трактуються податковими органами та податківцями.

Сутність методу «витрати плюс» полягає у визначенні трансфертної ціни шляхом збільшення витрат (собівартості) об'єкта купівлі-продажу на певний процент маржі, котру отримує продавець. Цей метод є компромісним та найменш ризиковим для платників податків, так як обрахування витрат є зазвичай можливим, а маржа встановлюється у відсотках до суми витрат. Таким

чином виникає об'єкт оподаткування податком на прибуток підприємств та додаткові зобов'язання з податку на додану вартість.

Керівні принципи з трансфертного ціноутворення Організації економічного співробітництва і розвитку на разі не містять чіткого висновку щодо кращого методу ціноутворення. Для вибору методу необхідно брати до уваги кілька критеріїв, в тому числі наявність достовірної інформації, необхідної для застосування обраного методу.

Основоположним принципом трансфертного ціноутворення в європейських країнах є контроль за зовнішньоторговельними операціями між пов'язаними особами, так як контроль за операціями усередині країни не є ефективним та не дає додаткових доходів бюджету.

Податковий кодекс України вступив в силу 1 січня 2011 року. Проте початок дії деяких положень Кодексу було відтерміновано. Зокрема, III Розділ Податкового кодексу почав діяти з 1 квітня 2011 року, а стаття 39, яка регулює трансфертне ціноутворення, набере законної сили 1 січня 2013 року. Таким чином до кінця 2012 року щодо трансфертного ціноутворення діє Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» [5]. Відповідного до даного закону існує правило «звичайної ціни». Частково це правило схоже на правила трансфертного ціноутворення. Проте правило «звичайної ціни» обмежене лише фіскальною суттю, воно аналізує на конкретну ціну угоди і не дивиться на сутність бізнесу, що є надзвичайно важливим для того, щоб правильно і справедливо визначити суму податкового зобов'язання та сплатити податки до бюджету.

Зазвичай, якщо операції між пов'язаними особами відбувались за цінами, що складали менше собівартості об'єкту продажу, податкові органи оспорювали такі трансакції та збільшували нарахування податкових зобов'язань з податку на прибуток підприємств та податку на додану вартість. Під час податкових перевірок перша проблема – це доведення того, що сторони угоди є пов'язаними особами, тобто, що один суб'єкт може впливати на

діяльність іншого через участь у капіталі. Друга проблема виникла під час фінансової кризи 2008 року, коли відбулося значне погіршення умов ведення бізнесу, зокрема для суб'єктів зовнішньої торгівлі. Багато підприємств обґрунтовують ситуацію, коли вони ведуть торгівлю собі у збиток, падінням цін на зовнішніх ринках внаслідок значного зменшення попиту.

Кожна перевірка ринковості цін є індивідуальною, і різні податкові інспектори проводять її по-різному – хтось більш детально, а хтось поверхово. Трансфертне ціноутворення – це аналітична діяльність, в процесі якої податковий інспектор повинен зрозуміти, які угоди здійснювалися з пов'язаними особами та які методи ціноутворення використовуються. Важливим документом є угода про трансфертне ціноутворення між податковими органами та бізнесом. Податковий інспектор повинен також проаналізувати господарські відносини, зрозуміти суть операцій, функції та ризики діяльності підприємства.

Основним є визначення контрольованих операцій. Основними підконтрольними операціями мають бути трансакції по реалізації продукції експортоорієнтованих галузей економіки України, зокрема металургійної, хімічної, машинобудівної та АПК.

Також важливим питанням є визначення мінімального обсягу операцій, по якому буде вестися посилений держнагляд. Згідно із законопроектом Міністерства фінансів України повинні контролюватися операції понад 10 мільйонів гривень. Встановлення порогу суттєвості є поширеною практикою. Також існують випадки коли такий поріг може бути критерієм для більш детального аналізу і додаткових вимог до платників податків, наприклад, до підготовки документації. Є декілька прикладів у світовій практиці, коли не тільки ціновий поріг встановлюється на конкретну транзакцію, але і на суму транзакцій протягом року.

Для України важливим є визначення такого порогу не у гривні, а у іноземній валюті, наприклад доларі США. Так як трансфертне ціноутворення

пов'язане торгівлею і при зміні економічних умов (девальвації / ревальвації гривні) елементи трансфертного ціноутворення будуть змінюватись і створювати незручності як для бізнесу, так і для контролюючих органів. Прийнятним порогом може бути 1-2 млн. дол. США на суму трансакцій протягом року. Контроль операцій цілорічно є дуже важливим, так як для уникнення контролю підприємства можуть «подрібнювати» розмір угод, та проводити операції в декілька етапів.

Необхідним також є укладання угод про ціноутворення між податковими органами та платниками податків, що істотно спростить роботу бізнесу і взаємодію платників податків з органами контролю. Угода про ціноутворення дає стабільність, зменшує ризики, пов'язані з трансферним ціноутворенням, є цивілізованою формулою, яка потрібна податковій системі України.

Контроль за дотриманням правил трансфертного ціноутворення має здійснюватися у рамках окремої податкової перевірки, яка має перевіряти виключно документацію пов'язану з операціями між пов'язаними особами, та немає використовуватись який елемент додаткового тиску на бізнес.

Українським податковим органам доцільно переглянути свій підхід до трансферного ціноутворення та врахувати міжнародний досвід. Робота по створенню нових сучасних правил трансфертного ціноутворення в Україні, яка зараз ведеться, є плідною, і можна не сумніватися, що її результати дозволять вибудувати якісно нові відносини бізнесу і держави, спростити життя платникам податків, і забезпечити зростання економіки країни і добробуту її громадян.

Податкова служба, як і Міністерство фінансів, повинна постійно вести діалог з бізнесом, з бізнес-асоціаціями, з найбільшими платниками податків. Цей діалог повинен вестися для того, щоб отримати зворотній зв'язок і зрозуміти, наскільки бізнес готовий до змін існуючих правил, а також, щоб дати бізнесу чітку схему коли і що йому очікувати. Потрібен адаптаційний період,

щоб бізнес зміг вивчити і вибудувати свою роботу у відповідності з новими правилами.

Література

1. OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations // Режим доступу: <http://www.oecd.org/ctp/transferpricing/transferpricingguidelinesformultinationalenterprisesandtaxadministrations.htm>.
2. Materials of the Informal Meeting on Practical Transfer Pricing Issues for Developing Countries, New York, 7-8 June 2011 // Режим доступу: http://www.un.org/esa/ffd/tax/2011_TP/.
3. Проект Закону України "Про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо трансфертного ціноутворення)" // Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article%3fart_id=349713&cat_id=42320
4. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI // Офіційний вісник України. – 2010. – № 92 (10.12.2010). – Ч. 1, ст. 3248.
5. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» // Відомості Верховної Ради України від 24.01.1995 — 1995 р., № 4, стор. 51, стаття 28.

ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПОЛЯКОВА Дар'я

студентка,

Донбаська державна машинобудівна академія

Актуальність проблем інноваційного менеджменту банківських установ полягає в тому, що ефективність роботи банку та його конкурентоспроможність багато в чому залежить від впровадження нових банківських продуктів. Інновації в наш час – це не просто одне з явищ, що визначають економічне зростання, розвиток та структурні зрушення. Інновації стали суттю сучасного розвитку в усіх сферах економіки, в тому числі й у банківській справі.

Вивчення проблеми інноваційної діяльності зайняло належне місце в наукових працях вітчизняних економістів з початком ринкових перетворень в країні. Великий внесок у вивчення проблеми банківських інновацій внесли такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як О. Амоша, І. Алексєєв, Ю. Бажал, Х. Барнет, Е. Бойко, Е. Вітте, А. Гальчинський, В. Геєць, М. Долішній, П. Друкер, В. Зімовец, М. Козоріз, Б. Кваснюк, С. Колодінський, М. Крупка, А. Кузнецова,

Т. Майорова, С. Онішко, В. Опарін, А. Пересада, Л. Прімо́стка, Р. Фатхутдінов, Л. Федулова, Д. Черванев, А. Чухно, Л. Шабліста, С. Юрій та ін.

Метою дослідження є виявлення впливу інноваційних технологій як важливого напрямку інноваційного розвитку на банківську діяльність.

Інновація – це запроваджене нововведення, що забезпечує якісне зростання ефективності процесів чи продукції на ринку.

Банківська інновація – результат діяльності банку, спрямований на отримання додаткових доходів в процесі створення сприятливих умов формування і розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень, що сприяють клієнтам в отриманні прибутку. Банківська інноваційна діяльність орієнтована на створення продуктів і послуг більш високої цінності, ніж у конкурентів [1].

В якості нового продукту банківська інновація проявляє себе тільки в процесі її реалізації на фінансовому ринку або всередині банку. Попит, пропонований покупцем на банківський продукт або операцію, визначає ступінь новизни цих видів нововведень. Коли новий продукт, що з'явився на ринку, продається, значить, він користується попитом і має свого покупця. Рівень попиту на новий продукт визначає рівень його корисності, отже, і ступінь його новизни. Будь-яке нове явище пов'язане з часом. Категорія «час» є категорією життя будь-якого явища, в тому числі і економічного. Час є важливим стимулом розвитку ринку і фактором перемоги в конкурентній боротьбі. Випередити час означає випередити конкурентів. Банк, який першим вийшов зі своєї інновацією і захопив свою «нішу» ринку, швидко створює собі імідж, з яким конкурентові буде важко боротися. З плином часу будь-яке нове явище стає масовим, традиційним явищем [3].

Банківська інновація є функцією часу. Вона діє тільки в рамках часу, які встановлені початковою і кінцевою точками життєвого циклу даної інновації. А це значить, що банківською інновацією не можуть вважатися банківський

продукт або операція, які є новими тільки для даного банку, але які вже давно реалізовані в інших банках.

Виникнення банківських інновацій обумовлено в основному трьома причинами:

- безперервним рухом підприємницької думки і прагненням обійти конкурентів;
- періодично виникаючою кризою у банківській сфері, що є стимулом до посилення фінансової думки і підвищення фінансової стійкості банку;
- функціонуванням фінансового ринку в зарубіжних країнах, що дає інформацію про банківські нововведення за кордоном.

До основних груп банківських інновацій відносяться: нові продукти, пов'язані з розвитком грошово-фінансового ринку, інвестиційні операції, послуги з управління грошовою готівкою, інновації в традиційних сегментах ринку позикових капіталів. За економічним змістом нововведення в банківській сфері можна розділити на 2 типи: технологічні та продуктові.

Можна відокремити стратегії, орієнтовані:

- на попит (стратегія швидкого реагування);
- на пропозицію нових продуктів (стратегія пропозиції).

Організація розробки стратегії впровадження банківських інновацій відбувається на основі використання спеціальних інструментів. Під інструментами розуміються методи підготовки і прийняття управлінських рішень, методики прогнозу і аналізу інформації.

В якості факторів успіху банку при впровадженні інновацій виділяються наступні: належність банку до вигідно позиціонованої стратегічної групи, наявність необхідних фінансових ресурсів, достатня номенклатура продуктів і послуг, цінові переваги, рентабельність, технологічний рівень та інноваційний потенціал, професіоналізм співробітників і високу якість обслуговування клієнтів.

У світовій банківській практиці відбуваються наступні інноваційні зміни:

- зміна структури і вигляду банку в цілому:
 - а) «багатоканальна діяльність» при поєднанні нових і традиційних технологій і інструментів,
 - б) самообслуговування;
 - в) дистанційне обслуговування;
 - г) використання Інтернету;
 - д) висококваліфіковані індивідуальні консультації;
 - е) телефонні центри;
- віртуальні банківські та фінансові технології: управління банківським рахунком, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладення договорів, фінансові організації (біржі, банки);
- розосередження і організаційний поділ банку на три елементи: поширення послуг, виробнича частина і портфельний банк;
- оптимізація банківської мережі: сегментація, зміни у філіях і філіальної мережі;
- комплексне використання нових інформаційних і комунікаційних технологій для електронного і змішаного (традиційного і нового) маркетингу (клієнт сам обирає форму обслуговування.);
- структурно-технологічна перебудова міidl- та бек-офісів. Збір, зберігання та аналітична обробка внутрішньої інформації. Нові можливості внутрішнього контролю і аудиту;
- зміни в кваліфікації працівників: продукт-менеджер, консультант, фахівець із трансакцій та консультацій;
- нові банківські продукти (послуги) на базі нових технологій;
- нові автомати самообслуговування (моно- і багатофункціональні, інформаційні).

Переважання того чи іншого виду інновацій визначає тип і спрямованість інноваційної стратегії банку. У свою чергу, типологія банківських інновацій

дозволяє конструювати відповідні економічні та управлінські механізми, оскільки вони визначаються саме типом впроваджуваних інновацій та обраної інноваційної стратегії.

Впровадження інноваційного менеджменту як останнього слова в банківському управлінні – першорядна необхідність для банків, що намагаються вижити в міжнародній конкуренції. Нові банківські технології – шанс для успішної конкуренції.

Література:

1. Лаврушин О. І. Банківський менеджмент: навч. посіб. – М. : Кнорус, 2009. – 560 с.
2. Примостка, Л. О. Фінансовий менеджмент банку: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. - 280 с.
3. Балабанов І. Т. Банки і банківська справа: навч. посіб. – П. : 2003. – 256 с.

РОЛЬ ФІНАНСОВОГО ТА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В СИСТЕМІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

ПОПОВА Наталія

*студентка 5 курсу спеціальності «Облік і аудит»,
Мукачівський державний університет*

Сьогодні банкірів цікавлять не цифри звітності, а перш за все реальні дані, що дозволяють приймати необхідні рішення для забезпечення ефективної діяльності банку. Якщо раніше основний удар робився на підготовку обов'язкової звітності і забезпечення окремих бізнес-процесів, то зараз акцент починає зміщуватися у бік ефективного управління банком в цілому. У цьому аспекті особливе місце посідає інформаційне забезпечення банківської установи. Необхідні дані можна отримати внаслідок правильно організованого ведення фінансово та управлінського обліку.

Дослідженню проблем організації і методології бухгалтерського обліку в банках, присвячені праці вчених та фахівців, зокрема: Ф. Ф. Бутинця, І. А. Волкової, А. М. Герасимовича, Л. М. Кіндрацької, Т. В. Кривов'яза та ін.

Взагалі всю систему обліку в банку прийнято ділити на дві великі частини: фінансовий і управлінський облік. Причому під фінансовим обліком мається на увазі діяльність по підготовці звітів для зовнішніх користувачів, яким виступає Національний банк, податкові органи, клієнти банку, його акціонери, інвестори, а також інші зацікавлені особи [1].

Фінансовий облік в банківській установі розбивається на три складові:

1. Аналітичний облік – ведення особових рахунків, виконання бухгалтерських проводок і розрахунків залишків і оборотів по них на основі первинних документів.

2. Синтетичний облік – ведення балансових рахунків відповідно до плану рахунків НБУ, розрахунків залишків і оборотів по них на основі даних по особових рахункам, тобто відомостей аналітичного обліку.

3. Розрахунок звітних показників – нормативів, розшифровок, сум по касових символах і символах доходів і витрат і т.д. на основі даних аналітичного і синтетичного обліку, а також безпосередньо первинних документів [3].

Як наслідок результатами ведення фінансового обліку є:

- обов'язкова звітність для НБУ (відповідні форми, звіт про ліквідність і тощо);
- звітність для податкових органів, така як розрахунок залишкової вартості основних фондів, фонди оплати праці, податку на прибуток;
- звіт перед клієнтами, наприклад виписування по рахунку;
- зовнішня публікована звітність, зокрема баланс банку, звіт про прибутки і збитки, звіт про рух грошових коштів.

У свою чергу, управлінський облік є діяльністю по збору інформації в цілях управління. Споживачами даних управлінського обліку є топ-менеджмент банку, менеджери різних рівнів, аналітики, фахівці служб фінансового планування і управління активами і пасивами – іншими словами, всі

співробітники банку, що беруть участь в ухваленні як оперативних, так і стратегічних управлінських рішень [1].

Управлінський облік, у свою чергу об'єднує наступні чотири складові:

1) Операційний облік – облік господарських і бізнес-операцій банку у вигляді журналів операцій, договорів і контрактів, а також планових і фактичних платежів по них.

2) Позиційний облік – розрахунок позицій і ведення облікових реєстрів, такі як поточні позиції по активах і пасивах, фактичні доходи і витрати за певний період і т.д. на базі операційного обліку, а в деяких випадках і аналітичного обліку.

3) Фінансове планування – визначення планових значень по позиціях і облікових реєстрах на основі даних операційного і позиційного обліку, наприклад планові позиції по активах і пасивах, планові витрати і доходи.

4) Фінансовий аналіз – розрахунок різних коефіцієнтів і фінансових показників з використанням результатів позиційного обліку і фінансового планування, наприклад, розрахунок поточної і термінової ліквідності, обчислення процентних GAP, розрахунок ROI і т.д. [2].

До результатів управлінського обліку відносяться:

а) дані про плановані і фактичні доходи і витрати і фінансові результати як в цілому в банку, так і в резерві його підрозділів;

б) структура активів і пасивів по банку в цілому, а також баланс по центрах відповідальності;

в) дані по клієнтській базі, наприклад, розподіл клієнтів за об'ємом засобів на їх рахівництвах, угруповання клієнтів по регіонах і галузях, аналіз діяльності конкретного клієнта;

г) інформація про філіальну мережу, включаючи порівняльний аналіз діяльності філіалів;

д) відомості про виконання господарських і бізнес-операцій.

Слід зазначити, що ведення позиційного обліку може полегшити

розрахунок звітних показників для зовнішньої фінансової звітності. Джерелом інформації фінансового і управлінського обліку є одні і ті ж первинні документи, що відображають операційну і господарську діяльність банку. Відтак, фінансовий і управлінський облік відображають діяльність банку з різних точок зору.

Література:

1. Волкова І. А. Бухгалтерський облік у банках: навч. посіб. – 2-ге вид. / І. А. Волкова, О. Ю. Калініна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 520 с.
2. Заруцька О. Проблеми розвитку банківського управлінського обліку / О. Заруцька // Вісник НБУ. – № 8. – 2005. – С. 40-42.
3. Кривов'яз Т. В. Фінансовий облік у банках: навч.-метод. пос. для самост. вивч. дисц. / Т. В. Кривов'яз, Я. М. Остапчук. – К.: КНЕУ, 2008. – 312 с.

ПОНЯТТЯ ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ

ПОСАДСЬКА Єлизавета

студентка 5-го курсу

Дніпропетровська державна фінансова академія

Розвиток ринкових відносин, реформування бухгалтерського обліку зумовлює додаткові вимоги до контролю і аналізу банківської діяльності. Необхідність створення дієвої системи обґрунтування управлінських рішень, їх вдосконалення і пристосування до потреб управління ліквідністю банку визначають актуальність дослідження ліквідності і платоспроможності банку.

З метою більш детального аналізу ліквідності та платоспроможності, необхідно розглянути сутність даних понять. Так, під ліквідністю комерційного банку розуміється можливість своєчасно та повною мірою забезпечувати виконання своїх боргових і фінансових зобов'язань перед усіма контрагентами, що визначається наявністю достатнього власного капіталу банку, оптимальним розміщенням і розміром коштів за статтями активу і пасиву балансу з урахуванням відповідних термінів. Ліквідність банку лежить в основі його платоспроможності, яка, в свою чергу, визначається як достатність власних коштів для забезпечення захисту інтересів вкладників та інших кредиторів

банку, тобто це здатність своєчасно і повністю виконати свої платіжні зобов'язання. За відсутності ліквідності банк навряд чи може бути платоспроможним. Як свідчить практика, втрата банком ліквідності зрештою призводить до його неплатоспроможності, внаслідок чого настає банкрутство.

Поняття ліквідності банку ширше, ніж поняття платоспроможності. Воно включає здатність банку виконувати не лише боргові й позабалансові зобов'язання, а й забезпечувати грошовими коштами своїх клієнтів. Іншими словами, ліквідність банку обов'язково передбачає платоспроможність, але, крім неї, ще й можливість вести окремі категорії активних операцій.

Визначаючи ліквідність та платоспроможність банку різні користувачі даної інформації мають різні інтереси. Так, банківсько-кредитні установи цікавить можливість вкладення коштів та отримання певних відсотків, при поверненні коштів. Держава бачить в кожному банку, насамперед, надійного платника податків. Працівники розраховують на своєчасне отримання заробітної плати та перспективи у майбутньому. Аудитори, консультанти або фінансові директори мають на меті вироблення раціональних рекомендацій по покращенню фінансового стану об'єкту, що аналізується.

Сутність проблеми банківської ліквідності полягає в тому, що попит на ліквідні кошти рідко дорівнює їх пропозиції в будь-який момент часу, в наслідок чого банк постійно має справу з дефіцитом ліквідних коштів або з їх надлишком. У свою чергу, дефіцит призводить до виникнення ризику втрати ліквідності, порушення нормативних вимог центральних банків, штрафних санкцій і до втрати депозитів. І навпаки, невиправдано високий рівень ліквідності породжує дилему «ліквідність - прибутковість», адже найліквідніші активи не приносять доходів. Якщо фактична ліквідність значно перевищує необхідний рівень або встановлені нормативи, то діяльність банку негативно оцінюється акціонерами, адже не використані можливості щодо отримання прибутку призводять до зниження вартості бізнесу.

Аналіз рівня ліквідності банку досягається шляхом складання значення коефіцієнтів ліквідності конкретного банку з встановленими нормами. В одних країнах норми ліквідності встановлюються органами банківського і валютного контролю, в інших — банківським законодавством; їх розмір визначається з урахуванням накопиченого досвіду та конкретних місцевих умов.

Підтримка ліквідності на необхідному рівні здійснюється за допомогою проведення визначеної політики банку в ділянці пасивних і активних операцій, з урахуванням конкретних умов грошового ринку, специфіки клієнтури, особливостей виконуваних операцій, можливостей виходу на нові ринки і розвитку банківських послуг.

Зараз виникають протиріччя і суперечливі судження з низки питань ефективності використання Національним банком України економічних нормативів ліквідності, їх повноти та достатності для об'єктивної оцінки стану ліквідності банків. На сьогодні нагальним є питання наукового обґрунтування оптимальної кількості показників аналізу, які будуть об'єктивно відображати стан ліквідності банків і стануть обов'язковими для використання працівниками банківського нагляду. Одним із шляхів розвитку методів аналізу банківського нагляду є вивчення, створення і використання самостійно розроблених банками, тобто, створених для особистого користування, методів внутрішньобанківського аналізу ліквідності банків.

За теперішніх умов зниження обсягів виробництва і його прибутковості ліквідність банків є умовою їх самозбереження, ресурсом збільшення обсягів кредитування і майбутнього економічного зростання. Підтримання належного рівня ліквідності дуже важливе для самого банку, оскільки дає йому змогу не лише залишатися платоспроможним, а й забезпечувати підтримання цілей своєї діяльності, зокрема отримання прибутку та забезпечення власного розвитку

Література:

1. Банківські операції : Підручник. – 2-ге вид., випр. і доп. / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза. – К.: КНЕУ, 2002. – 476 с.

2. Бус О.Б. Аналіз стану ліквідності банку органами банківського нагляду та шляхи його вдосконалення // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2010. – № 2. – С. 122-128

3. Черевик Н.В., Горяна Ю.В. Ліквідність та платоспроможність основних банків України // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 4 (54). – С. 311-313

4. Череп А. В., Череп О. Г. Теоретико-методичні основи управління ліквідністю та платоспроможністю комерційного банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/znptdau/2011_15/15-36.pdf

МОДЕЛЮВАННЯ РИЗИКІВ ОРГАНАМИ БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ

ПОТЛАТЮК Валентина

*старший викладач кафедри банківської справи,
Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ (м. Київ)*

ДЕНИСЮК Інна

*магістрант,
Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ (м. Київ)*

Однією із важливих складових механізму функціонування сучасної ринкової економіки виступає банківська система. Основою системи є банківські установи, що володіють значною сукупністю важелів впливу на фінансову, інвестиційну, виробничу та інші сфери економіки. Стійкість та стабільність функціонування системи обумовлюється наглядом на оцінці ризиків, як ефективної системи банківського регулювання.

Метою дослідження є методико-аналітичні аспекти системи управління ризиками банківської діяльності з урахуванням ризику використання послуг банків для легалізації кримінальних доходів. Важливим напрямком дослідження виступає насамперед методична складова оцінки ризиків за ключовими аспектами аналізу суб'єктно-об'єктного складу ризику: клієнт та середовище реалізації його бізнес-діяльності, масштаби бізнесу та його потенціал у відповідності статутним положенням, а також, напрямки транзакцій та джерела надходження грошових засобів.

Функціонування банківської установи як фінансового посередника розкривається в новій якості на сучасному етапі інтеграційних процесів для

забезпечення оптимального перерозподілу грошових ресурсів в економіці, а за змістом – прийняття ризиків, що є невід’ємною складовою діяльності банку. Відтак, актуальними постають до вирішення питання імплементації механізмів удосконалення безпеки банківської діяльності та належного менеджменту ризиків. Така проблематика розглядається крізь призму ефективного забезпечення стабільності та розвитку банку у відповідності до змін функціонування фінансової сфери, що змінює й роль банку. Зокрема, з розвитком економіко-правових відносин за останні роки необхідною складовою функціонування є формування такого напрямку, як фінансовий моніторинг, що базується на оцінці ризиків. Тобто сучасна банківська система, формує заходи адекватної адаптації до змінних умов ринку, враховуючи ризики репутації. Запроваджено й вдосконалюється напрямки оцінки ризиків та механізми протидії легалізації «брудних» коштів та фінансуванню тероризму. Ефективне функціонування відповідної системи передбачає ризик-орієнтовані підходи пруденційного характеру. Фундаментом методологічних аспектів системи оцінки ризиків слугують Вольфсберські настанови стосовно підходів на основі ризиків до управління ризиком «відмивання» доходів [1]. Згідно зазначених принципів, та чинного вітчизняного законодавства, вирізняються наступні критерії ризику: ризик країни (географічний аспект), ризик клієнта, ризик послуги (продукту) [2]. В подальшому, більш широкого тлумачення щодо врахування критеріїв ризику набули чітких форм тлумачення в рекомендаціях FATF [3].

До відповідних заходів спонукало те, що легалізація доходів, одержаних злочинним шляхом, набула глобального характеру. За оцінками експертів, загальний вплив капіталу з країн СНД становить близько 11-12 млрд. доларів США щорічно. Частина з них – це гроші українського походження. Щороку в світі вводиться у законний обіг від 150 до 500 млрд. доларів США, здобутих злочинним шляхом. Їх відмивання сприяє зростанню організованої злочинності та її проникненню в легальну економіку [4]. Масштаби оборотів грошових

засобів в таких величинах поза офіційним сектором економіки спричиняють суттєвий вплив на мікро- та макрорівнях, особливо в умовах економік країн, що розвиваються. Оцінюючи притаманні сучасній банківській діяльності ризики, зокрема в процесі здійснення банками фінансового моніторингу, необхідно розглядати останніх не лише як суб'єкти господарювання (банківського підприємництва), а й як об'єкти нагляду у відповідності до факторів, що комплексно впливають на діяльність банківських установ (рис. 1).

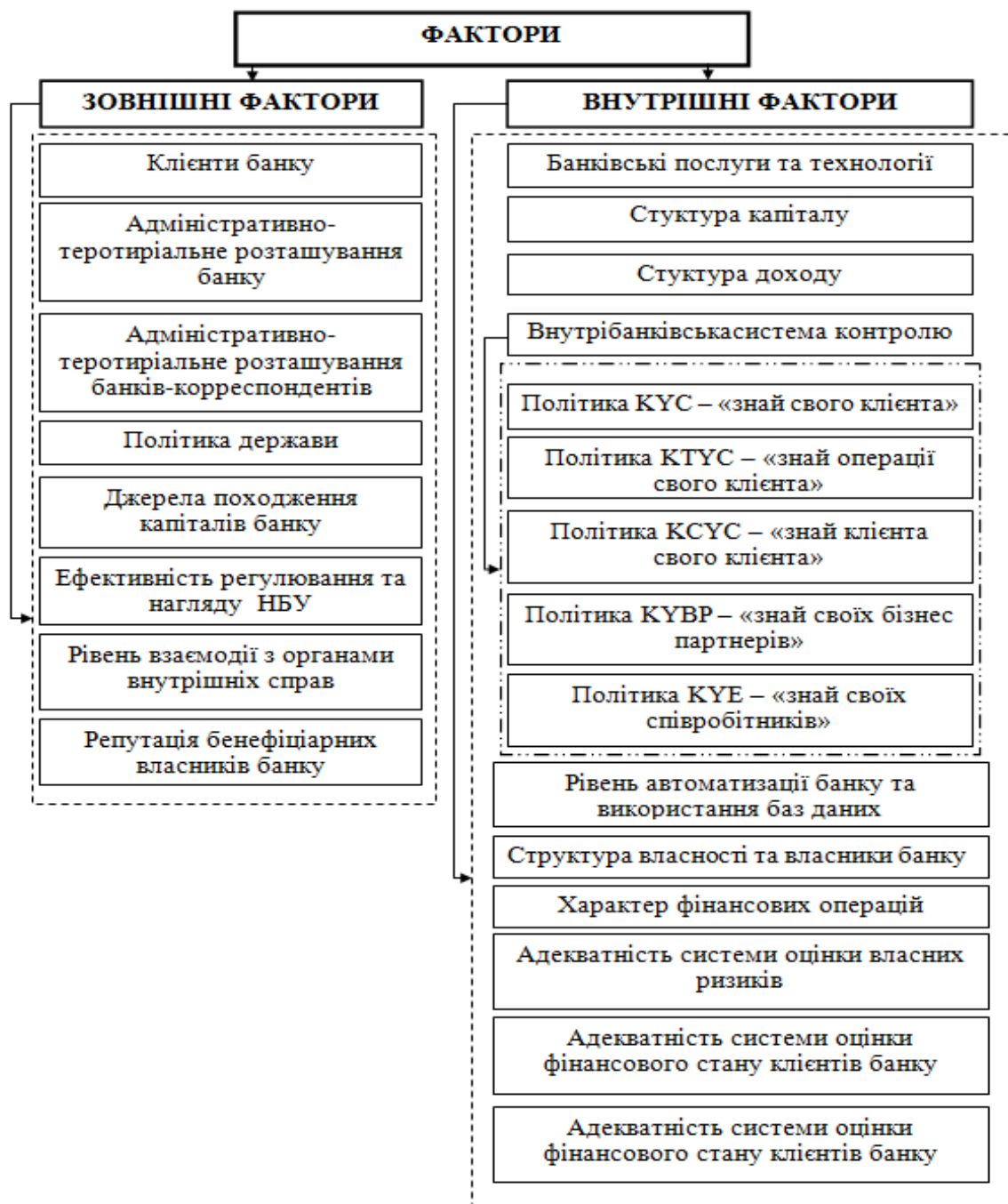


Рис. 1. Фактори банківських ризиків [5]

Отже, система фінансового моніторингу у банку повинна базуватися на оптимальному поєднанні бізнесу та виконанні функцій суб'єктів банківської системи через критичні підходи ризик-орієнтованих засад фінансового моніторингу, що базується на оцінці ризиків. Така система забезпечує ряд превентивних заходів, які мінімізують проникнення «брудних» коштів в фінансовий сектор економіки на всіх стадіях легалізації – розміщення, розшарування та інтеграції, а отже відповідає наступній дефініції.

Фінансовий моніторинг у банку – система функціонування механізму організаційно-нормативних заходів, що базуються на комплексній оцінці та управлінні ризиками банківської діяльності, спрямованого на імунізацію банківського сектору від впливу деструктивних проявів економічних відносин, в основі запобігання використання банківських послуг для легалізації кримінальних доходів [6].

Для ефективного нагляду за відповідним сегментом банківської діяльності, важливим є оцінка в системі внутрішнього контролю ризику методології щодо оцінки ризиків використання банку та його продуктів для відмивання кримінальних доходів. Емпіричні дослідження відображають ефективність підходів, що базується на застосуванні кількісної оцінки ступеня ризику за методами: статистичний метод, рейтинговий метод оцінки ризику, метод аналізу доцільності витрат (метод оцінки фінансової звітності), метод експертних оцінок, аналітичний метод оцінювання ризику, метод аналізу чутливості, нормативний метод, метод аналізу ризику за допомогою дерева рішень, метод використання аналогів [5].

Література:

4. Фінансовий моніторинг в банку[Текст]: навчальний посібник / [С. О. Дмитров, В. В. Коваленко, А. В. Єжов, О. М. Бережний]. – Суми: Університетська книга, 2008. – 336 с.
5. Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом: Закон України (за станом від 18.05.2010 № 2258-VI). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=2258-17>.

6. Guidance on the risk-based approach to combating money laundering and terrorist financing. High level principles and procedures. – FATF/OECD. – June 2007 // www.fatf-gafi.org.
7. Ризики використання послуг банків для легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, або фінансування тероризму в системі банківських ризиків [Текст]: Фаховий журнал / [Бережний О]. – Вісник Національного банку України. – 2009. – № 4. – С. 4-7.
8. Моделювання оцінки ризиків використання банків з метою легалізації кримінальних доходів або фінансування тероризму [Текст]: монографія/[С.О. Дмитров, О.В. Меренкова, Л.Г. Левченко, Т.А. Медвідь]; під аг. Редакцією О.М. Бережного. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 75 с. Ресурс доступу: http://www.lib.academy.sumy.ua/3el_book.asp
9. Діденко С.В. Медвідь Т.А. Строкові фінансові інструменти в системі ризик-менеджменту банку: фінансові інновації та управління [монографія] /Діденко С.В., Люзняк М.Е., Медвідь Т.А., Пантелєєва Н.М./, – Київ: ТОВ «ДКС Центр», 2010. – 292 с.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

ПРИВАЛОВА Олена

аспірант,

Київський національний торговельно-економічний університет

Загальний обсяг ринку страхування життя України за надходженням страхових платежів складає 1 346,6 млн. грн., або 168,3 млн дол. США. При обсягах світового ринку страхування життя у 2 626,94 млрд. дол. США, європейського – 937 168 млн дол. США частка України займає відповідно 0,006% та 0,018%. Очевидно, що частка вітчизняного ринку є статистично невливою, особливо враховуючи географічне розташування нашої країни, чисельність населення та економічний потенціал. Премії за усіма видами страхування життя на душу населення складають лише 4 дол. США, що у 1000 разів менше, аніж у середньому в країнах G7 і у 24-25 разів менше, аніж в середньому у країнах Центральної та Східної Європи та країнах-членах ASEAN. У такому ж найнижчому діапазоні серед країн європейського континенту знаходиться тільки Росія (8 дол. США на душу населення).

Незважаючи на мізерні показники, ринок страхування життя останнім часом демонструє зростання. Як видно із складеної нами таблиці 1., з 2003 по 2011 рік кількість компаній, що мають ліцензію на здійснення страхування життя збільшилося у 2,1 рази з 30 до 64 компаній.

Як бачимо з таблиці 1, якщо на компанії зі страхування життя у 2003 році припадало 8,4 % загальної кількості страховиків, то у 2011 році – 14,5%, при цьому лише 26 компаній, або 40,6% від зареєстрованих компаній зі страхування життя здійснювали цей вид страхування та надавали свою звітність для оприлюднення в засобах масової інформації.

Таблиця 1.

Кількість страхових компаній зі страхування життя
та ризикових видів страхування в Україні

Показники	Роки								
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Всього	357	387	398	411	446	458	450	456	442
Страхування життя	30	45	50	55	65	69	72	67	64
Ризикове страхування	327	342	348	356	381	389	378	389	378

Найбільш прийнятною організаційно-правовою формою на ринку страхування життя України є акціонерна (відсутні товариства взаємного страхування, як у США, Великій Британії та ін. країнах). За останні роки з'явилися компанії з додатковою відповідальністю завдяки ліберальному законодавству щодо цієї правової форми, зокрема відсутністю необхідності реєстрації її в Національній комісії, що здійснює державне регулювання ринків фінансових послуг та на фондовому ринку.

За даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання ринків фінансових послуг, валові страхові платежі при страхуванні життя за 2011 рік становили 1 346,4 млн. грн., що на 48,5% більше, ніж за 2010 рік. Більша частка у структурі надходжень валових страхових платежів за 2011 рік, а саме 1 182,8 млн. грн. (або 87,8%) надійшли від фізичних осіб, 163,6 млн. грн. (або 12,2%) надійшло від юридичних осіб. За 2011 рік кількість застрахованих

фізичних осіб становила 1 238 812 осіб і загалом за результатами року досягла 3 414 957 фізичних осіб. Структура платежів за договорами страхування життя виглядала так, як показано на рис. 1.

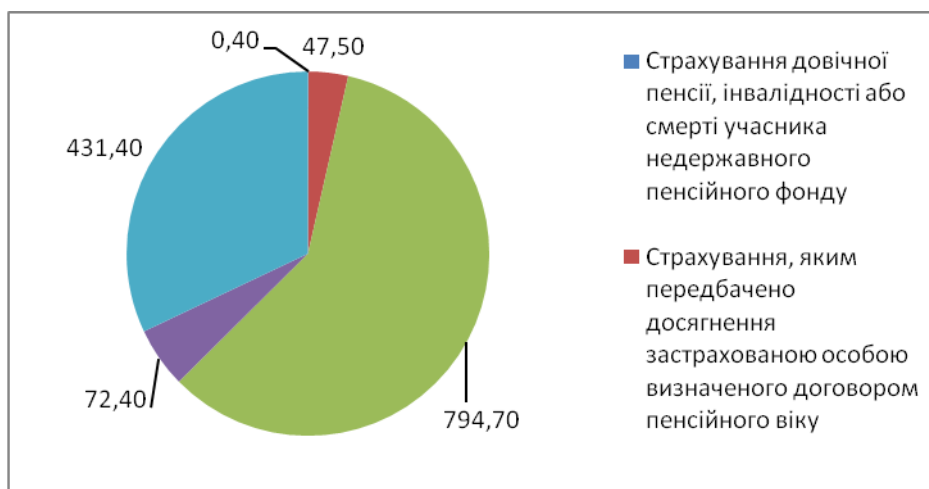


Рис. 1. Структура валових страхових платежів із страхування життя станом на 31.12.2011 (млн. грн.) [1, 34]

Сьогодні фактично на ринку страхування життя України компанії пропонують три види страхування життя:

1. Ризикове страхування життя (term), що здійснюється на випадок смерті, страхування від нещасних випадків, захворювань та настання інвалідності.

2. Змішане страхування життя (endowment) – накопичувальне страхування на випадок смерті з метою нагромадження певного обсягу капіталу до потрібного страховальнику строку (навчання дитини, придбання нерухомості, весілля тощо)

3. Пенсійне страхування (annuities) – накопичувальне страхування для забезпечення додаткового періодичного доходу протягом обумовленого строку або довічно після виходу на пенсію або по досягненню певного віку [3, 181-182].

Як бачимо з рис. 1, найбільша питома вага у структурі платежів зі страхування життя належить накопичувальному страхуванню – 59%, інші договори страхування життя (мова йде про страхування життя позичальників

кредитів, або ризикове страхування) займають 32% всіх платежів, майже однакова невелика частка припадає на страхування життя лише на випадок смерті та страхування, яким передбачено досягнення застрахованою особою визначеного договором пенсійного віку – 5% і 4% відповідно, і тільки 0,03% страхування довічної пенсії, інвалідності або смерті учасника недержавного пенсійного фонду.

Обсяг валових страхових виплат із страхування життя за 2011 рік становив 70,6 млн. грн.¹, що на 34,2% більше в порівнянні з відповідним періодом 2010 року.

Структура виплат за договорами страхування життя виглядала у 2011 році, як показано на рис. 2.

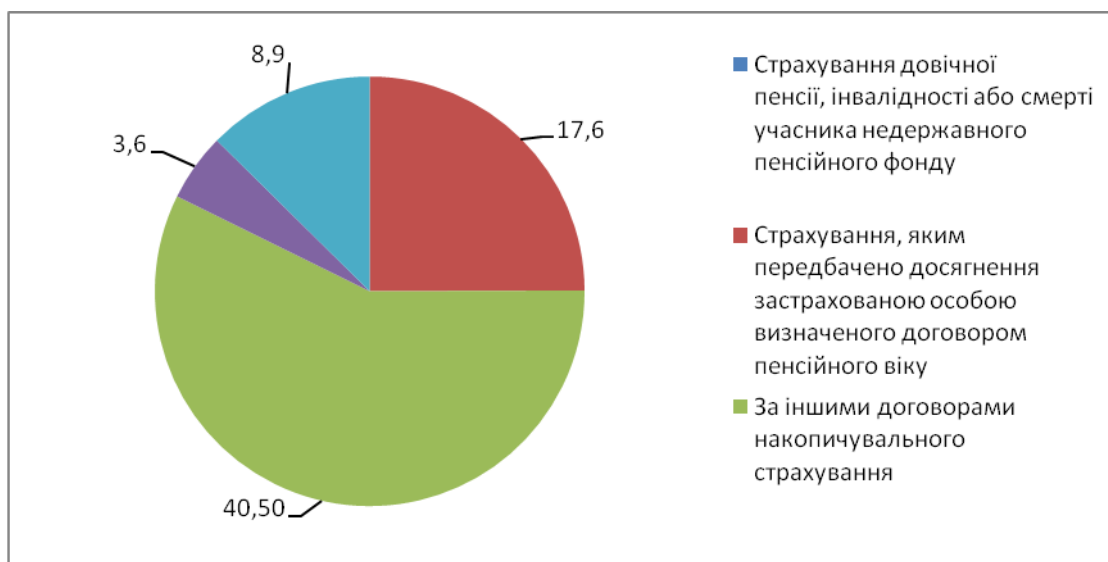


Рис. 2. Структура страхових виплат із страхування життя станом на 31.12.2011 (млн. грн.) [1, 34]

Як свідчить рис. 2 найбільша питома вага у структурі виплат зі страхування життя належить, як і з платежів, накопичувальному страхуванню – 57%, на другому місці за обсягом виплат – страхування, яким передбачено досягнення застрахованою особою визначеного договором пенсійного віку – 25% (хоча у надходженні страхових платежів цей вид займає всього 4%), зі страхування життя позичальників кредитів (інші договори страхування життя)

виплати складають – 8,9%, зі страхування життя лише на випадок смерті – 3,6%. Зі страхування довічної пенсій виплати ще не відбувалися.

Література:

1. Огляд ринків фінансових послуг та підсумки діяльності небанківських фінансових установ за 2011 рік [Електронний ресурс]. Національна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/734.html>

2. Залетов О.М. Убезпечення життя: Монографія. – К.: Міжнародна агенція «БІЗОН», 2006. – 688с.

РОЛЬ БАНКІВ У СИСТЕМІ НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ

ПРУДЬ Павло

*аспірант кафедри управління персоналом та економіки праці,
СДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

Банки є одним із учасників недержавного пенсійного забезпечення в Україні. Вони надають послуги з відкриття пенсійних депозитних рахунків з метою накопичення коштів (шляхом залучення, кредитування та інвестування) для виплати їх власнику при настанні пенсійного віку. Водночас, обсяг пенсійних внесків не може перевищувати, гарантованої Фондом гарантування вкладів фізичних осіб, суми відшкодування пенсійних заощаджень, яка на сьогодні складає 200 тис. грн. [3].

Роль банків у системі недержавного пенсійного забезпечення не обмежується лише шляхом відкриття депозитних пенсійних рахунків. Банки досить тісно співпрацюють із недержавними пенсійними фондами та страховими компаніями, які надають послуги пенсійного страхування, і виконують функції зберігача пенсійних активів, управлінця, брокера, консультанта тощо. У даному аспекті основною вигодою для банків виступає можливість залучення додаткових заощаджень громадян та отримання шляхом їх інвестування додаткових прибутків. Крім того, банки можуть створювати корпоративні пенсійні фонди, об'єднуючи функції засновника, адміністратора й керівника активами.

Одним із чинників низької участі банків у системі недержавного пенсійного забезпечення, зокрема, що стосується відкриття депозитних пенсійних рахунків, є можливість вкладників достроково зняти пенсійні внески. Це знижує мотивацію банків стимулювати розвиток даного виду фінансових послуг. З іншої сторони, банківські депозитні пенсійні рахунки є досить ризикованими, адже як відомо, даний вид послуг розрахований на довгострокову перспективу, натомість особливістю банківської діяльності є перманентний характер кризових явищ.

Іншим чинником незацікавленості банків позиціонувати послуги недержавного пенсійного забезпечення є відсутність податкових пільг у здійсненні такої діяльності на відміну від страхових компаній та недержавних пенсійних фондів. Водночас банки приймають активну участь в управлінні коштами недержавних пенсійних фондів (рис.1).



Рис. 1. Динаміка інвестування активів НПФ у банківські депозити в Україні [2]

Згідно Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення» частка активів недержавних пенсійних фондів, спрямована у банківські депозити, обмежується 40% [1]. Як бачимо з рисунка, інвестування пенсійних активів у банківські депозити є найпривабливішим напрямом вкладання коштів недержавних пенсійних фондів. Такі показники пояснюються намаганням компаній з управління активами недержавних пенсійних фондів мінімізувати

ризиків, які є значно вищими на фондовому ринку. Однак протягом останніх років частка вкладів на банківські рахунки зменшується, що пов'язано із нестабільністю функціонування банківської системи.

У зв'язку з тим, що частина доходу, яка перераховується на банківські пенсійні депозити звільняється від оподаткування відкриття пенсійних рахунків у банках є механізмом уникнення суб'єктами господарювання сплати податків. А тому удосконалення потребує система державного моніторингу за операціями банків, пов'язаних із відкриттям та веденням депозитних пенсійних рахунків.

Таким чином, роль банків у системі недержавного пенсійного забезпечення важко переоцінити. Не зважаючи на те, що послуги із відкриття пенсійних активів є менш затребуваними серед населення порівняно із послугами недержавних пенсійних фондів, необхідно надалі стимулювати дану форму недержавного пенсійного забезпечення. Банки повинні складати здорову конкуренцію діяльності недержавних пенсійних фондів та страхових компаній, як основних учасників пенсійної системи України. Для цього необхідно удосконалити правове поле діяльності банків, закріпивши, у першу чергу, їх відповідальність за збереження пенсійних внесків населення, активів недержавних пенсійних фондів та проведення операцій із фінансовими інструментами, в які інвестуються ці активи; забезпечити макропруденсійний нагляд з метою раннього виявлення високих ризиків діяльності банків задля попередження їх банкрутства. Крім того, через дилерську мережу комерційних банків необхідно надалі позиціонувати послуги недержавних пенсійних фондів, підвищувати довіру населення до третього рівня пенсійної системи. Все це дасть змогу сформувати соціально орієнтовану пенсійну систему в Україні, здатну забезпечити гідний рівень життя пенсіонерів.

Література:

1. Закон України «Про недержавне пенсійне забезпечення» № 1057-IV від 09.07.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://zakon.rada.gov.ua> – Верховна Рада України, 2003

2. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua>

3. Офіційний сайт Фонду гарантування вкладів фізичних осіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fg.org.ua>

РИЗИКИ В БАНКІВСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА МЕТОДИ ЇХ АНАЛІЗУ

РАДЧЕНКО Анна

студентка 5курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

У механізмі функціонування кредитної системи держави особлива роль належить банківським установам, які є багатофункціональними організаціями, що діють у різних сегментах на ринку позичкових капіталів.

Робота комерційного банку дуже різноманітна й охоплює операції зі залучення коштів, емісії та придбання цінних паперів, видачі кредитів, здійснення факторингу, лізингу, забезпечення клієнтів готівкою тощо. Виконання кожної банківської операції пов'язане з ризиками. Основні ризики банківської діяльності можуть негативно впливати на якість активів, обсяги надходжень, адекватність капіталу, чутливість банків до впливу зміни ринкових умов та їх фінансову стійкість.

Питання мінімізації банківських ризиків є досить істотним, а оцінка міри ризиків та сфера управління ними і врахування їх у банківській діяльності є актуальним і потребує більш детального вивчення, зважаючи на зміни, які сталися в фінансовій та банківській сферах внаслідок світової фінансової кризи.

Загальні та спеціальні підходи до оцінки ризиків банків та банківських систем, а також проблеми управління ризиками сучасного комерційного банку розглянуто в працях таких авторів, як: А. Камінський, Д. Гриньков, М. Фрост, А. Лобанов, А. Чугунов, В. Іванов, А. Малихіна, В. Платонов, М. Рогов, О. Пернарівський, О. Заруцька, Л. Примостка та інші українські та зарубіжні економісти. Однак недостатньо висвітленими залишаються питання формування ефективної системи управління ризиками банківських установ з

урахуванням особливостей їх видів, а також стратегічних, тактичних та оперативних завдань функціонування банків на фінансовому ринку.

Під банківським ризиком розуміють загрозу втрати банком частини своїх ресурсів, недоотримання запланованих доходів, а також потенційну можливість отримати додатковий прибуток у разі реалізації певних, прийнятих для банку, фінансових ризиків. Основними причинами виникнення ризиків у банківській діяльності є: невизначеність цілей банку чи їхньої пріоритетності, суперечливість окремих стратегічних завдань; моменти випадковості у діяльності банку або відсутність аналізу закономірностей розвитку явищ; обмеженість у часі для об'єктивної оцінки ситуації, в якій перебуває той чи інший банк; наявність неповної інформації щодо тенденцій розвитку діяльності банку чи можливих змін фінансового стану його клієнтів.

Про необхідність вдосконалення сучасних методів управління банківськими ризиками засвідчують окремі результати діяльності вітчизняних банків за 2008-2011 рр. З 2008 по 2011 роки зменшилась кількість банків-банкрутів до 0, однак зросла кількість банків, що перебувають на стадії ліквідації – до 21. Збитковими були 34 банки у 2010 р. та 31 банків – у 2011 р., що відповідно становило 17,5 % та 15,7 % від їх загальної кількості. Загальна сума збитків банківської системи України становила за 2009 р. – 34,6 млрд. грн., за 2010 р. – 13 млрд. грн., за 2011 р. – 7,7 млрд. грн. Збиток банківського сектора був обумовлений зниженням дохідної бази (на тлі зростання вартості та обсягу залучених ресурсів), погіршенням показників операційної ефективності, а також значними витратами на формування резервів по активних операціях (в т.ч. внаслідок значної частки проблемних активів).

На початок 2012 року в країні функціонувало 176 банків зі 198 зареєстрованих, у тому числі 53 банки з іноземним капіталом (22 % – зі 100 % іноземним капіталом). Згідно з даними НБУ, частка іноземного капіталу в акціонерному капіталі банківської системи за рік несуттєво збільшилася і

становить 41,9 %. При цьому якість ресурсної бази та дохідних активів банківських установ України буде все ще залишатися слабким

Жоден банк не може повністю запобігти негативному впливу чинників ризику, однак має враховувати їх у своїй діяльності та розробляти відповідні заходи для своєчасної адаптації чи нейтралізації їхньої дії. Усі заходи щодо управління ризиками банківської діяльності на фінансовому ринку доцільно систематизувати на дві основні групи: стратегічні; тактичні та оперативні.

Стратегічні заходи мають бути спрямовані на нейтралізацію дії стратегічних чинників ризику, пов'язаних із впровадженням на ринок інноваційних видів банківських продуктів, виходом із вже існуючими послугами на нові ринки, співпрацею із "сумнівними" клієнтами тощо. Такі чинники ризику можна визначити в процесі аналізу можливостей і загроз та сильних і слабких позицій діяльності банку на основі SWOT-аналізу.

До способів тактичного та оперативного управління банківськими ризиками можна віднести: створення банком резервів під "ризикові" види послуг; формування поточних і оперативних фінансових планів і бюджетів; організацію постійного моніторингу, контролю за ефективністю здійснення банківських операцій; створення і систематизацію бази даних щодо фінансово-економічного стану існуючих і потенційних клієнтів; здійснення аналізу дотримання комерційним банком нормативів діяльності, встановлених Національним банком України тощо.

Виокремлення підсистеми стратегічного, тактичного та оперативного управління ризиками дасть змогу спрямувати управлінську діяльність на забезпечення фінансової стійкості банку на поточний період та перспективу, що сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності на ринку.

Література:

1. Бойківська Л. І. Методи оцінок банківських ризиків / Л. І. Бойківська // Актуальні проблеми розвитку регіону. – 2009. – № 5. – С. 164-168.

2. Кондрашихін А. Б. Теорія та практика підприємницького ризику: навч. посібник / А. Б. Кондрашихін, Т.В. Пепа. – К.: «Центр учбової літератури», 2009. – 224 с.

3. Основні показники діяльності банків України на 1 лютого 2012 року // Вісник НБУ. – 2012. – № 2. – С. 39.

СПЕЦИФІКА ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОВЕДЕНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В БАНКУ

РАДЧЕНКО Олег

*аспірант кафедри банківської справи,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Визначення ефективності проведених заходів маркетингових комунікацій в банку є однією з найбільш актуальних проблем, з якою стикаються суб'єкти господарювання в сучасних умовах розвитку ринку фінансових послуг. Функціонування банків в посткризовий період супроводжується браком вільних фінансових ресурсів, що виступає дестимулятором активного витрачання грошових коштів на реалізацію маркетингових проектів. Таким чином, актуальності набуває попередня оцінка ефективності заходів маркетингових комунікацій в банку.

Крім того, необхідно зауважити, що зростання останнім часом вартості комерційних пропозицій (у більшості випадків за рахунок зростання вартості послуг маркетингових агентств, ефірного часу тощо) спонукає менеджмент банку до пошуку найбільш оптимального поєднання (інтеграції) маркетингових комунікацій, які варто використовувати для просування послуг, покращення впізнаваності бренду банку, підвищення іміджу і т.д.

На нашу думку, для вирішення поставленої проблеми, першочергово слід наголосити на тому, що витрати на маркетингові комунікації банку необхідно розглядати як інвестиції, тобто враховувати не лише обсяг витрат в межах поточного планування та формування квартальних та місячних бюджетів, а саме специфічні особливості формування та оцінки ефективності як інвестиційного проекту. Використовуючи інвестиційний підхід до оцінки

розподілу витрат банку на маркетингові комунікації, на нашу думку, можливо досягти вивчення взаємозалежності між бюджетом маркетингових комунікацій та результатами (ефектами) від їх використання, що є пріоритетним завданням діяльності банку.

Визначивши предметну область задачі щодо оцінки ефекту від впливу інструментів маркетингових комунікацій на показники діяльності банку та можливості формування бюджету маркетингових комунікацій банку, важливого значення набуває концептуальна постановка задачі та розробка на її основі послідовності етапів її розв'язання. Виходячи із зазначеного, необхідно здійснити:

- визначення проблеми, яка полягає у неоптимальному розподілі грошових коштів в межах бюджету на маркетингові комунікації та, як наслідок, зниженню ефективності реалізації заходів маркетингових комунікацій, що суттєво впливає на місце банку на ринку банківських послуг;

- ідентифікація мети. Метою побудови моделі є формування підходу, який дозволить менеджерам банку оцінити синергетичний ефект зусиль по рекламі, персональним продажам та Інтернет-маркетингу на продуктивність банку і визначити загальний бюджет і його розподіл між зазначеними інструментами. Одразу варто наголосити, що до уваги беруться банківські послуги, які добре відомі, тобто є конкурентними на вітчизняному ринку;

- деталізація визначеної мети дослідження в розрізі конкретних задач, які потребують вирішення. Зважаючи на особливості дослідження, поставлені задачі виступають основою формування вимог до оптимізації бюджету маркетингових комунікацій та визначення частки банку на ринку внаслідок впливу інструментів маркетингових комунікацій.

Враховуючи вище зазначене, необхідно зазначити наступні специфічні особливості побудови алгоритму здійснення оцінки ефективності проведених заходів маркетингових комунікацій в банку:

1. Ідентифікація інструментів маркетингових комунікацій для побудови моделі та економічне обґрунтування їх вибору.
2. Визначення одиниці аналізу та формалізація їх нормативних значень.
3. Побудова моделі та дослідження її компонентів.
4. Враховуючи отримані значення параметрів та співставлення їх з нормативними, визначення можливостей внесення змін до загального бюджету маркетингових комунікацій та розподілу коштів між заданими інструментами.
5. Аналіз впливу факторів основного ринку на оптимальний розподіл ресурсів банку.
6. Побудова системи рекомендацій щодо досягнення поставлених цілей.

Таким чином, визначивши послідовність реалізації запропонованого підходу до визначення ефективності проведених заходів маркетингових комунікацій в банку, в подальшому, опираючись на формалізованих результатах, побудувати ефективну систему управління маркетинговими комунікаціями щодо вирішення питань забезпечення високої конкурентної позиції банку на ринку та здійснити оптимізацію витратної складової діяльності банку, адже використання банками комплексу маркетингових комунікацій дає можливість здійснювати цілеспрямований вплив на визначені сегменти аудиторії, що дозволяє більш точно виявити специфічні потреби потенційних клієнтів та створити інструментарій для більш ефективного їх задоволення.

ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ СУТІ ТУРИЗМУ ЯК ВАЖЛИВОЇ СФЕРИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

РИПКОВИЧ Марія

*аспірант кафедри банківського
менеджменту та обліку,*

Тернопільський національний економічний університет

Важливим кроком у створенні правових засад туристської діяльності стало прийняття 15 вересня 1995 р. Верховною радою України Закону України «Про туризм». Абзац другий ст. 1 Визначення термінів із змінами, внесеними

до цього Закону від 16.04.2009 р., визначає туризм як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає».

Спробуємо систематизувати погляди на сутність туризму:

1. Серед великого кола науковців, що досліджують сферу туризму, є вчені, які розглядають туризм передусім як форму міграції населення, що характеризуються тимчасовим його переміщенням з одного району, країни до іншого, або з однієї країни до іншої. Звідси їхнє розуміння суті туризму зводиться лише до всіх видів пересування, які не пов'язані зі зміною місця проживання чи роботи.

2. Вчені – правознавці, погоджуючись з такою постановкою питання додають до наведеного трактування туризму ще й правовий аспект, визначаючи туризм, зокрема – міжнародний, як систему подорожей, що здійснюються на підставі міжнародних угод з урахуванням діючих міжнародних звичаїв.

3. Туризм розглядаються і як форма розумового та фізичного виховання, яка реалізується через соціально-гуманітарні функції: виховну – формування почуття колективізму, моральних та естетичних якостей; освітню - закріплення та розширення знань з краєзнавства та країнознавства, природознавства, топографії, історії знайомства з культурою та традиціями країн і народів світу; оздоровчу – дотримання оптимального режиму навантажень, використання сприятливого впливу природних чинників на стан організму, дотримання правил особистості та суспільної гігієни, розвиток адаптаційних можливостей; спортивну – створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка з туристської техніки, досягнення максимальних результатів в туризмі.

4. Під туризмом розуміють популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля. Звідси, дуже часто туризм розглядається як різновид рекреації, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності

поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями розширеного відтворення фізичних сил людини.

5. У більшості визначень знаходить місце соціокультурна функція туризму, а саме: туризм – це система та форма використання вільного часу за допомогою сфери послуг у подорожах, що поєднує відпочинок зі зміцненням здоров'я людини, підвищенням її загальної культури і освіти, справляючи на неї виховний вплив, ефективний засіб пізнання, підвищення культурного рівня особистості.

6. Цікавою є визначення суті туризму Манільською декларацією світового туризму (Філіпіни, 1980р.), де туризм визначається як один з видів відпочинку, що являє собою подорож, яка здійснюється з метою пізнання тих чи інших районів, нових країн і поєднується в ряді країн з елементами спорту. Відтак, туризм розглядається як діяльність, що має важливе значення в життя народів з огляду на безпосередній вплив на соціальну, культурну, освітню та економічну області життя держав та їх міжнародні відносини.

7. Туризм розглядається і як діяльність осіб, які подорожують та перебувають в місцях, що знаходяться поза межами їх звичайного середовища протягом періоду не більше одного повного року, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Туризм, також, визначається як особлива форма пересування людей по маршруту, з метою відвідування конкретних об'єктів або задоволення певного спеціалізованого інтересу.

8. ООН визначає туризм як активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з її пересуванням за межами постійного місця проживання. Туризм висвітлюється і як вид подорожі, що здійснюється для відпочинку, освітніх, ділових, любительських та спеціалізованих цілей.

9. Вчені-економісти розглядають туризм як галузь економіки нематеріальної сфери (індустрія туризму) з обслуговування людей, що знаходяться поза місцем постійного проживання, а також як суспільно-

організовану економічну діяльність, спрямовану на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, що знаходяться за межами постійного місця проживання. До таких визначень належать і ті, що характеризують туризм як «вид споживання», «вид зовнішньої торгівлі», «експорт інформації та вражень». Загалом вони вважають, що туризм, як економічне явище, охоплює попит (турист), пропозицію (туристична індустрія) та туристичний продукт, на який спрямовано інтерес туриста. Зрештою, туризм вони розглядають як сегмент світового ринку, на якому сходяться підприємства традиційних галузей економіки (транспорт, громадське харчування, готельне господарство, культура, торгівля тощо) з метою пропозиції своєї продукції та послуг туроператором – підприємством з формування, просування та реалізації туристичного продукту.

10. Універсальне і найбільш уніфіковане визначення туризму використовується у його статистиці. Відповідно до цього визначення, туризмом вважається діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року підряд з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Це визначення, прийняте Всесвітньою туристичною організацією, використовується в усіх країнах-членах СТО, в тому числі й в Україні.

Література:

1. Сьюзен Бриггс. Маркетинг в туризме. – К.: Знання-Прес, 2005. – 358с.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. – 3-е изд.- Мн.: Новое издание, 2002. – 409с.

ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ОФШОРНИХ БАНКІВ

РІЗНИК Наталія

*к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Луцький національний технічний університет*

КОРЕЦЬКА Наталія

*к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Луцький національний технічний університет*

З метою відмивання грошей суб'єкти господарювання часто використовують офшорні банки. Основною причиною привабливості офшорних центрів є мінімальне офіційне регулювання, практична відсутність податків та контролю за управлінням портфелями цінних паперів. Існують наступні класифікаційні ознаки офшорних банківських центрів (табл. 1).

За способом ведення та складання фінансової звітності вирізняють: офшор (англ. offshore – «поза берегом», «поза межами») – країна чи територія, у якій зареєстрована компанія-нерезидент, яка підлягає оподаткуванню і яка не зобов'язана вести бухгалтерський облік за вимогами країни реєстрації; оншор – країна чи територія, у якій зареєстрована компанія, яка підлягає оподаткуванню та зобов'язана вести бухгалтерський облік в країні реєстрації. Часті випадки, коли при збереженні певних умов суб'єкт господарювання може сплачувати податки у пониженому розмірі. Оншор є протилежністю офшору.

І оншор, і офшор є нерезидентами у відношенні до країни провадження бізнесу і дозволяють вирішувати схожі завдання, але саме суб'єкт господарювання оншорної території зобов'язаний вести фінансову та бухгалтерську звітність. Є держави, де окрім офшорних компаній, існують звичайні оншорні, котрі можуть належати нерезидентам, але за умови ведення господарської діяльності всередині цієї країни вони можуть втратити пільговий податковий статус. Для того, аби довести, що компанія не вела такої діяльності, зазвичай в таких країнах слід щорічно проходити аудит та здавати звіти. Зі сторони урядів таких держав контроль більш жорсткий, ніж в класичних

офшорах, ведеться реєстр директорів та акціонерів. До таких країн належать Кіпр, Ірландія, Гібралтар, Люксембург, Швейцарія, Острів Мен та ін.

Таблиця 1

Критеріальні ознаки офшорних банківських центрів *

Критерій систематизації	Види
1. Ведення та складання фінансової звітності	1. Офшор. 2. Оншор
2. Рівень оподаткування	1. «Податкові гавані». 2. Юрисдикції з «помірним» рівнем оподаткування. 3. «Комбіновані» юрисдикції
3. Отримування вигод і переваг для різних категорій платників податків	1. Відсутність податків. 2. Обкладення податками на прибуток, одержаний у даній країні, але звільнення від податків доходи, які надходять з-за кордону. 3. Прибуток не обкладається податком, зате обкладається прибуток, одержаний з-за кордону. 4. Податкові ставки на прибуток дуже низькі - нижче ніж 1%. 5. Оподатковуються накопичені цінності, а не поточний прибуток. 6. Поєднання різних комбінацій з пільговими податковими правилами
4. Тип ліцензії на здійснення банківської діяльності	1. Повна ліцензія. 2. Обмежена ліцензія. 3. Банки «без персоналу». 4. «Представницькі» банки. 5. Кредитна установа небанківського типу
5. Функціональне призначення	1. «Паперові» центри. 2. «Функціональні» центри
6. Рівень використання міжнародних податкових стандартів	1. Країни, які відповідають міжнародним податковим стандартам. 2. Країни, які взяли на себе зобов'язання щодо відповідності інтернаціональному податковому стандарту, але недостатньо їх виконують. 3. Країни, які не відповідають міжнародним стандартам податкового співробітництва

* розроблено авторами

За рівнем оподаткування офшорні банківські центри зазвичай поділяють на два основних типи [3, 168]: «податкові гавані» – це країни з невеликою кількістю населення і малою земельною площею. До цього типу юрисдикцій відноситься велика кількість офшорних центрів світу, наприклад, острів Мен, Гібралтар, Панама, Багамські Острови, Теркс, Кайкос та ін.; юрисдикції з «помірним» рівнем оподаткування. Такі держави не вважаються типовими офшорними територіями, хоча деякі з них в окремих випадках включені в

«чорні списки» податкових гаваней. Тут найчастіше стягується «помірний» (а часом і досить значний) податок на прибуток. Але, з погляду бажаючих клієнтів мінімізувати свої податкові зобов'язання, цілком компенсується тим, що такі юрисдикції пов'язані численними податковими угодами з іншими державами. Крім того, тут надаються значні пільги для компаній певного виду діяльності, насамперед, холдингових, фінансових, ліцензійних. Такі компанії використовуються як проміжні пункти для міждержавного переказу доходів і капіталів. При цьому як кінцевий пункт такого переведення виступають офшорні компанії, зареєстровані в загальновідомих податкових гаванях. Зонами «помірного» оподаткування зазвичай вважаються держави Західної Європи – Швейцарія, Голландія, Австрія, Ірландія, Бельгія; «комбіновані» юрисдикції, у яких поєднуються ознаки двох згаданих типів. До них відносять такі «оптимальні» юрисдикції як Кіпр та Ірландія. Проте не всім офшорним центрам першого типу заборонено укладати податкові угоди. Деякі з них мають договори про запобігання подвійного оподаткування з окремими країнами (до таких офшорних юрисдикцій відносяться Мадейра, Голландські Антіли, Маврикій, Британські Віргінські острови), що є додатковим способом приховування доходів і капіталу від податків.

Залежно від отримуваних вигод і переваг для різних категорій платників податків офшорні банківські центри поділяються на центри [2]: які не обкладають своїх резидентів ніякими податками (Андорра чи Багамські Острови); які обкладають податками тільки прибуток, одержаний у даній країні, але звільняють від податків доходи, які надходять з-за кордону (Коста-Ріка, Гонконг); у яких одержуваний там прибуток не обкладається податком, зате обкладається прибуток, одержаний з-за кордону (Монако); де обкладається податком прибуток, одержаний за кордоном, однак податкові ставки дуже низькі – нижче ніж 1% (острови Гернсі чи Джерсі Шарк); які оподатковують накопичені багатства (матеріальні цінності), а не поточний прибуток (Уругвай); у яких дозволяється застосовувати різні комбінації з пільгових податкових

правил, які створюють особливо вигідні умови для фізичних осіб. Їх доходи тут цілком звільнені від податків або окремі види доходів користуються податковими привілеями. У Європі такими центрами є Андорра, Ірландія, Монако, Камп'юне де Італія, за межами Європи – Багамські, Бермудські, Кайманові острови, Французька Полінезія чи острови Святого Варфоломія.

За способом організації управління та ліцензування банківської діяльності розрізняють наступні категорії офшорних банків: офшорні банки з повною ліцензією («Необмежені» банки класу «Б») отримують ліцензію від приймаючої країни, що дозволяє їм займатися банківськими і трастовими операціями поза приймаючою країною. Такі банки мають право працювати з клієнтами за межами країни, в якій вони розташовані; офшорні банки з обмеженою ліцензією («Обмежені» банки класу «Б») отримують ліцензію, яка схожа на ліцензію «Необмеженого» банку класу «Б» за винятком того, що такі банки можуть працювати лише з тими іноземними особами або корпораціями, які вказані в їх ліцензії; офшорні керовані банки (банки «без персоналу») функціонують на базі банку з генеральною ліцензією на договірних підставах між ним і власником офшорного банку. Для створення такого банку потрібна відповідна ліцензія. Базовий банк здійснює адміністративні функції по управлінню і забезпеченню роботи патронованого банку; «представницькі» банки – це банки, які організовуються і ліцензуються в одній країні і отримують також ліцензію від другої країни для створення представництва.

Залежно від функціонального призначення виділяють наступні офшорні банківські центри: «паперові» центри (зберігають документацію, а банківські операції проводяться у незначних розмірах або не проводяться зовсім); «функціональні» центри (надання банківських операцій).

За рівнем використання міжнародних податкових стандартів: країни, на території яких суб'єкти господарювання здійснюють діяльність відповідно до міжнародних податкових стандартів; країни, які взяли на себе зобов'язання щодо ведення діяльності усіх суб'єктів господарювання відповідно до

міжнародних податкових стандартів, але недостатньою мірою їх виконують; країни, які не дотримуються міжнародних податкових стандартів.

Наведена класифікація офшорних банків є важливою формування та реалізації управлінських рішень з протидії відмиванню грошей в Україні та світі.

Література:

1. Ініціативи G20 змушують замислитися про зміну юрисдикції // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-inter.net/archives/1641>
2. Міжнародне оподаткування: Навч. посібн. / За ред. Ю. Г. Козака, В. М. Сліпа. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 550 с.
3. Міжнародні фінанси: Навч. посібн. / Під ред. Ю. Г. Козак. – 3-є вид., перероб. і доп. – К.: Центр навч. літ., 2007. – 640 с.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РЯБОКОНЬ Катерина

*студентка 4 курсу спеціальності «менеджмент організацій»
Черкаський національний університет імені Б.Хмельницького*

Специфика деятельности коммерческих банков, непредсказуемость ее результатов выливающаяся в разного рода риски.

Как показывают многочисленные примеры, наиболее значимые виды риска (кредитный, инвестиционный, валютный) могут привести не только к ухудшению финансового состояния кредитной организации, но и в предельном случае – к потере капитала и к банкротству. В недавнем прошлом несостоятельных финансовых учреждений, таких, как Barings bank и Allfirst financial, высветила необходимость улучшения систем по управлению риском. Хотя эти финансовые организации и являлись умудренными игроками с выстроенной финансовой моделью, внутренним и внешним аудитом и прочее, тем не менее, они испытали большие трудности.

Главная задача риск-менеджера состоит в выявлении и предотвращении возможных неблагоприятных событий, нахождении путей минимизации их последствий, создании методологий управления.

Особенно остро проблемы управления рисками проявляются при различных кризисных ситуациях, которым особенно подвержены формирующиеся финансовые системы, например мировой финансовый кризис 2008 года. Степень банковских рисков определяется как экономическими условиями, так и стратегией и уровнем менеджмента банка. Риск-менеджмент требует достаточно сложных процедур и инфраструктуры контроля.

Совершенствование системы управления рисками является одним из ключевых элементов, формирующим имидж любого коммерческого банка как надежного финансового института.

В настоящее время в перечень важнейших элементов современной интегрированной системы управления и контроля рисков включены:

- нормативная база, включающая основные принципы, правила и директивы;
- информационная система, обеспечивающая наблюдение, контроль и информирование о рисках;
- собственная подробная методология систематизации, оценки, измерения рисков;
- внутрибанковская система лимитов и правил, по которой о любом превышении лимитов сообщается топ – менеджеру банка.

Поскольку в управлении рисками участвуют все основные подразделения банка, то основным условием его эффективности является разработка и утверждение таких принципов распределения вышеуказанных функций, которые бы с учетом особенностей организационного построения и деятельности конкретного банка исключали бы дублирование и конфликт интересов и тем самым позволили бы оптимизировать процесс управления рисками.

В целях управления кредитным риском в банке должны быть созданы соответствующие подразделения, включая службу внутреннего аудита (контроля), кредитный комитет, комитет по управлению активами и

обязательствами. Служба внутреннего аудита (контроля) осуществляет контроль над соблюдением внутренних правил и процедур банка, исполнением отчетов внутренних и внешних аудиторов, мер воздействия и иных требований уполномоченного органа. Кредитный комитет устанавливает и утверждает требования по заемным операциям, следит за качеством займов и дает предварительное разрешение на выдачу займов, превышающих пять процентов собственного капитала банка. Комитет по управлению активами и обязательствами устанавливает и утверждает правила и процедуры заимствования, проведения операций по купле/продаже финансовых инструментов, инвестирования и выдачи банковских гарантий, а также определяет ориентиры по диверсификации активов, рентабельности, ликвидности и достаточности капитала. Подразделение управления рисками проводит мониторинг заемных операций в целях выяснения концентрации кредитных рисков банка как на консолидированной основе, так и в разрезе заемщиков, отраслей экономики, стран/регионов.

Кроме того, банк должен разработать и применять политику ранжирования кредитов, которая заключается в распределении по уровням кредитных рисков на основе рейтингов банка и предусматривает периодичность присвоения корпоративных рейтингов на основе количественных и качественных факторов, установление кредитных лимитов и ставок вознаграждения по займам, с учетом рейтингов заемщиков, периодичность мониторинга убытков по рейтингам, а также принятие решений о выдаче займов при соответствии заемщика минимально допустимому уровню рейтинга.

Одним из инструментов выявления рисков операций банков с предприятиями и организациями, является создание систем раскрытия информации о добросовестности исполнения заемщиками обязательств перед банками – кредитных бюро. Они могут быть сформированы как независимые структуры, работающие в интересах кредитных организаций и их клиентов, что очень важно для создания эффективной кредитной системы. В большинстве

стран мира кредиторы на постоянной основе обмениваются информацией о платежеспособности заемщиков через кредитное бюро.

Реестры кредитных историй призваны служить индикативным инструментом на стадии предварительной оценки рисков, когда требуется первичная независимая оценка данных о потенциальном ссудозаемщике. По мере развития деятельности кредитных бюро в деловом сообществе будет формироваться мнение, что заемщик не может рассчитывать на статус первоклассного, если не соглашается передавать сведения о себе в кредитное бюро.

Одна из самых ярких современных тенденций в банковском секторе — переход к электронному способу ведения дел. Развитие новых технологий ведет к кардинальному изменению соотношения между различными видами риска, с которыми и сталкиваются банки. Эта проблема привлекла к себе пристальное внимание международных финансовых организаций, ЦБ развитых стран и крупнейших рейтинговых агентств.

Таким образом, система управления банковскими рисками представляется как многоаспектная структура, затрагивающая практически все факторы деятельности банка, ведь возникновение банковских рисков возможно на всех ее направлениях. Совершенствование же системы управления банковскими рисками, в силу названных причин, должно носить системный характер и осуществляться по всем направлениям деятельности банка одновременно и перманентно.

Литература:

1. Hart. W. Управление рисками в банковской индустрии / W. Hart. // РЦБК. – 2002. - № 9. – С. 51-56
2. Абишев М. Н. О ведущей роли системы управления рисками в деятельности и развитии БВУ / М. Н. Абишев, Н. Д. Абишев // Аль Пари. – 2007. - № 2. – С. 28-30.
3. Курманкулова Р.Ж. Развитие системы внутреннего контроля банковских рисков. / Р.Ж. Курманкулова // Банки Казахстана, 2003. - №11. - с. 37-38
4. Ниязбеков Б. Кредитное бюро-инструмент выявления рисков / Б. Ниязбеков // Банки Казахстана. – 2002. - № 3. – С. 36-39.

5. Севрук В.Т. Банковские риски. Учебник. / В.Т. Севрук – М.: Дело ЛТД, 2004.

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

САС Богдана

*к.е.н., доцент кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

Іноземний капітал відіграє важливу роль у розвитку банківської системи та економіки будь-якої країни. У переважній більшості країн світу іноземні інвестиції є важливим джерелом фінансування економіки. За умов постійних дисбалансів в національній економіці, спричинених переважно відсутністю стабільного фінансування, присутність іноземного капіталу в банківській системі України дає можливість залучати необхідні ресурси на зовнішніх фінансових ринках. Головною передумовою ефективного функціонування іноземного капіталу в банківській системі є сприяння розвитку національних фінансово-кредитних інститутів. А розвиток вітчизняної економіки в процесі фінансової глобалізації неможливий без інтеграції українських фінансово-кредитних структур в світову економіку на умовах що відповідають національним інтересам і особливостям.

Участь іноземного капіталу відіграє важливу роль у розвитку банківської системи та економіки будь-якої країни. Адже в останні роки іноземний капітал у переважній більшості країн світу є важливим джерелом фінансування економіки. За умов нестабільного розвитку економіки України, спричиненого переважно відсутністю стабільних джерел фінансування, присутність іноземного капіталу в банківській системі України дає можливість залучати необхідні ресурси на внутрішні фінансові ринки. Важливу роль у процесах залучення іноземного банківського капіталу відіграють міжнародні фінансові організації: МВФ та Світовий банк. Доповнення та сприяння розвитку національних фінансово-кредитних інститутів є головною передумовою

ефективного функціонування іноземного капіталу в банківській системі [1, 142].

Станом на 1 жовтня 2012 року в Україні діяло 55 банків з іноземним капіталом (рис. 1). У повній власності (100% статутного капіталу) іноземних інвесторів перебувало 13,1% (23 банки) від загальної кількості банків, які мають ліцензію НБУ на здійснення банківських операцій. в цілому протягом 2012 року частка іноземного капіталу зменшилась з 41,9% до 39,3%

Найбільша кількість банків з іноземним капіталом зареєстрована на території Києва та Київської області, також тут представлена найбільша кількість країн - власниць капіталу.

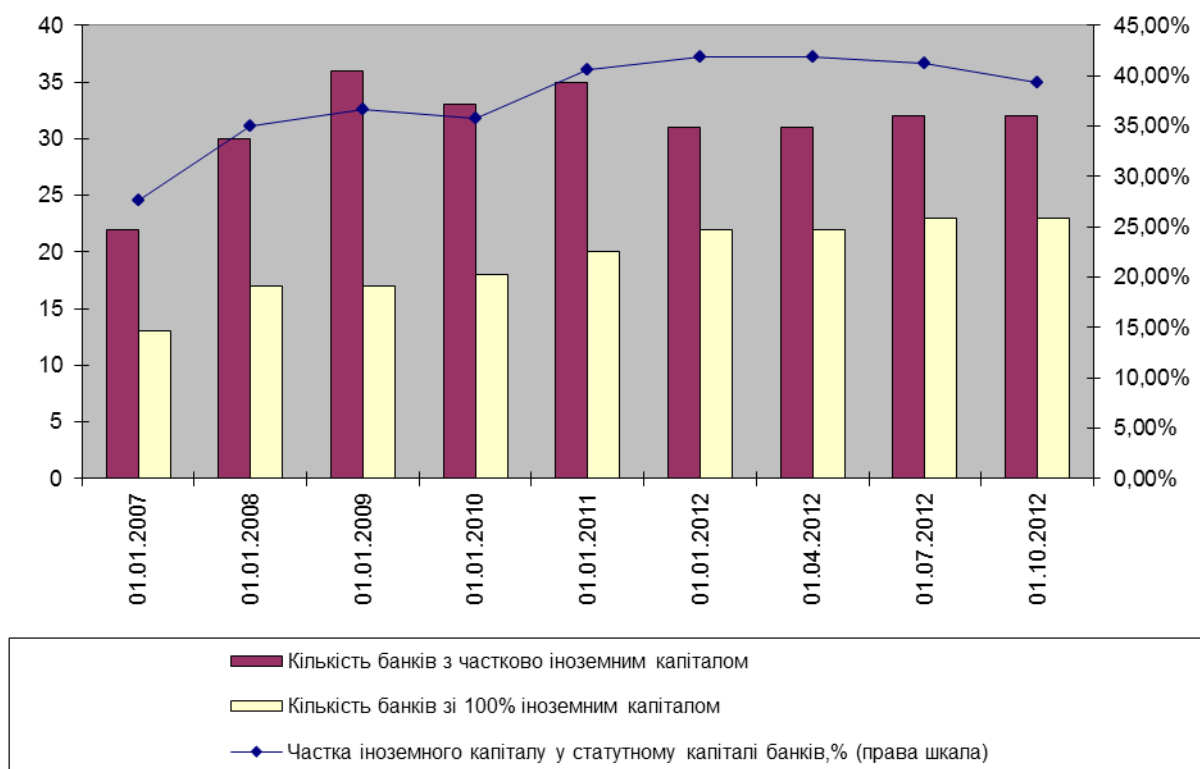


Рис. 1. Динаміка частки іноземного капіталу у банківській системі України [5]

Переваги та недоліки існування іноземного капіталу в банківській системі України висвітлені у роботах багатьох науковців (табл. 1).

Світовий досвід засвідчує, що для дієвого регулювання процесу зростання присутності банків з іноземним капіталом необхідно чітко усвідомлювати

мотиви їх входження у країну, серед яких: прагнення до захоплення нових ринків і отримання високого прибутку; можливість використання потенціалу розвитку ринку роздрібних банківських послуг; використання сприятливішого регуляторного середовища в умовах неповного впровадження міжнародних стандартів банківського регулювання, порівняно слабкого нагляду і ліберального ліцензування; прагнення до розширення бізнесу, яке складно реалізувати в материнській країні через велику конкуренцію та обмеженість вільних ресурсів [5, 54].

Таблиця 1

Позитивні та негативні моменти присутності іноземного банківського капіталу в Україні

Позитивні моменти	Негативні моменти
Створення якісно нового фінансово-економічного середовища	Ускладнення банківського нагляду
Покращення фінансового та організаційного менеджменту банку	Втрата суверенітету в галузі грошово-кредитної політики
Розвиток фондового ринку (за рахунок виходу банків на вітчизняний і зарубіжні фондові ринки)	Чутливість вітчизняних банків до коливань на світових фінансових ринках
Впровадження міжнародного досвіду ведення банківської справи	Можливість захоплення іноземними банками банківського ринку України
Розширення асортименту банківських послуг та підвищення їх якості	Посилення іноземного контролю
Використання новітніх банківських технологій	Посилення нерівноправної конкуренції між національними та іноземними банками
Покращення якості обслуговування клієнтів	Підвищення ролі ймовірності впливу українського капіталу до зарубіжних країн

Інтеграція банківської системи України у світовий фінансовий простір зумовила трансформацію більшості позитивних і негативних явищ зовнішнього світу в українські умови. Слід враховувати також і той фактор, що власники іноземного капіталу, розпоряджаючись ним, передусім керуються власними

інтересами, а не пріоритетами розвитку банківської системи та економіки України.

На сьогодні одним із найважливіших завдань для України є досягнення найбільш раціонального співвідношення між зовнішнім (іноземним) і внутрішнім (вітчизняним) капіталом. Адже від потужності банківської системи значною мірою залежить стабільність економіки перед світовими фінансово-економічними кризами.

Література:

1. Заєць В. Іноземний капітал у банківській системі України // Дзеркало тижня. – 2006. – № 26. – С. 142.
2. Коваленко О.О., Кошевий М.М. Проблеми та перспективи присутності іноземного капіталу в банківській системі України / О.О.Коваленко, М.М.Кошевий. – Режим доступу: <http://economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=595>.
3. Костогриз В.Г., Беззубенко Ю.В. Іноземний капітал в банківській системі України: сучасна проблематика / В.Г.Костогриз, Ю.В.Беззубенко // Фінансовий простір. – 2012. – № 2. – С. 85-92.
4. Осадчий Є.С. Інтернаціоналізація банківської системи України // Є.С.Осадчий, М.І.Диба. - Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2010. – № 1. – С. 35-41.
5. Основні показники діяльності банків [Електронний ресурс] / Національний банк України. - Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
6. Прімерова О.К. Оцінка участі іноземного капіталу у банківській системі України / О.К. Прімерова // Статистика України. – 2008. – № 4. – С. 54-58.
7. Федорова В.А., Михайленко О.Г. Іноземний капітал у банківському секторі України: переваги та загрози / В.А.Федорова, О.Г.Михайленко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Світове господарство і міжнародні економічні відносини". – 2011. – Вип. 3. (10/2). – С. 139-144.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ІНВЕСТИЦІЙ

СЕНІВ Богдан

*к.е.н., доцент кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

Зростаюча конкуренція на сучасному інвестиційному ринку банківських інвестицій диктує об'єктивну необхідність оцінки ефективності їх надання,

оскільки у міру насичення фінансового ринку боротьба переходить з сфери високих технологій і інновацій в сферу сервісу.

Методичні підходи до оцінки ефективності банківських інвестицій зводяться до оцінки ефективності діяльності комерційного банку як соціально значущого фінансово-кредитного інституту, залежного від ступеню задоволення потреб клієнтів, населення, господарюючих суб'єктів. Ефективність досягається в результаті [1]:

- економічної взаємодії фінансово-господарських суб'єктів в ринковому середовищі;
- руху банківського капіталу в специфічних умовах його функціонування;
- впливу внутрішніх чинників розвитку кредитних організацій.

Методика оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів, що сьогодні застосовується, заснована на використанні принципу дисконтування грошових потоків, тобто приведення майбутніх грошових потоків до теперішнього часу. Такі методи широко використовуються в світі для оцінки капітальних вкладень впродовж декількох останніх десятиліть і в Україні є основою офіційних рекомендацій для оцінки ефективності інвестицій. Одним з найширше використовуваних в сучасній економіці є метод чистого приведенного доходу.

В той же час слід зазначити, що, не дивлячись на високий ступінь поширеності методу NPV (чистий приведений дохід), деякі фахівці вже говорять про його неактуальність. Так, професор Т. Коупленд стверджує, що у зв'язку з наявністю ряду недоліків, які виявляються при оцінці інвестиційних проектів, метод чистої приведеної вартості буде повністю витиснений протягом наступних десяти років [4].

Серед таких недоліків слід зазначити першу проблему – адекватного обліку і прогнозування дії чинників зовнішньої середовища. Оцінка очікуваних грошових потоків є серйозною проблемою, оскільки вимагає з великою ступеню точності передбачити зміну цін на продукцію, що випускається, і споживчі ресурси на

декілька років вперед. Разом з тим значні цінові коливання на сировину і готову продукцію характерні не тільки для країн, що розвиваються, зокрема, для України, але і для високорозвинених країн, де вони можуть досягати 25-40% в рік. За таких умов дуже висока вірогідність помилки, що, у свою чергу, може привести до прийняття неоптимальних інвестиційних рішень [1].

На думку ряду учених [2, 3, 4, 5], одним із способів усунення більшості перерахованих недоліків може служити своєрідний синтез дерева рішень і методу чистого приведенного доходу, який по суті є методом реальних опціонів. В даний час серед вчених формується думка про те, що подібний підхід є єдино вірним для прийняття інвестиційних рішень, а метод чистого приведенного доходу є лише окремим випадком в рамках загальної теорії вибору [3].

Концепція реальних опціонів дозволяє кількісно оцінити наявні в проекті можливості і тим самим включити їх в розрахунок вартості інвестиційного проекту. Необхідно відзначити, що при прийнятті інвестиційних рішень кількісна оцінка в переважній більшості випадків відіграє ключову роль, оскільки в рамках інвестиційних розрахунків, як правило, враховуються і оцінюються тільки кількісні дані. Вся не кількісна (якісна) інформація при порівнянні кількісних параметрів проекту переважно відкидається або, в кращому разі, служить додатковим плюсом проекту за інших рівних умов [5].

Концептуально показник розширеної поточної вартості – EPV (Extended Present Value) інвестиційного проекту можна представити як суму показника NPV, розрахованого згідно традиційній методиці і цінності включені в проект управлінських опціонів, що може бути представлене у вигляді наступної формули [5]:

$$EPV = NPV + ROV \quad (1)$$

де, ROV (Real Options Value) - цінність (сукупна премія) реальних опціонів:

$$ROV = \sum_{i=1} c_i + \sum_{j=1} \sum_{m=1} c_{jm} v_{jm} \quad (2)$$

де, c_i – вартість реального опціону, не пов'язаного з іншими опціонами;

c_{jm} – вартість реального опціону з групи взаємозалежних опціонів;

j – номер групи;

m – номер опціону в групі;

V_{jm} – коефіцієнти, що враховують вплив опціонів на вартість інвестиційного проекту тобто коефіцієнти кореляції опціонів між собою.

Необхідно відзначити, що майже кожне інвестиційне рішення містить в собі хоча би один опціон. При цьому цінність такого опціону є значною. Т. Коупленд, Т. Коллер і Дж. Муррін довели, що майбутні можливості, що відкриваються поточними інвестиціями, представляють реальну цінність. Вони розраховали, що близько 56% сукупної вартості компаній в США складають опціони стратегічного зростання, які можуть бути реалізовані протягом найближчих 8 років [5].

Цінність управлінської гнучкості і відповідних опціонів особливо висока в капітало- і наукоємких галузях, які вимагають значних інвестицій, причому отримання позитивного комерційного результату тут пов'язане з великими ризиками. В цілому застосування опційного підходу до оцінки інвестицій доцільно за наявності наступних умов [5]:

- наявність значної невизначеності відносно умов і результатів реалізації проекту в майбутньому;
- велика ймовірність отримання нової інформації, яка може зробити істотний вплив на поточну ситуацію;
- високий ступінь управлінської гнучкості проекту і здатність менеджменту своєчасно і адекватно реагувати на інформацію, що надходить;
- негативне або близьке до нуля значення величини чистої приведеної вартості проекту без врахування опційної складової.

Підсумовуючи вищевикладене, необхідно відмітити наступні особливості методу реальних опціонів, які вигідно відрізняють його від традиційного методу оцінки інвестиційних проектів (NPV) і дозволяють:

- враховувати гнучкість, закладену в інвестиційних проектах в умовах невизначеності;

- визначити оптимальною момент часу для початку реалізації проекту;
- використовувати в розрахунках безризикову процентну ставку замість ставки дисконтування.

Разом з тим необхідно відзначити окремі складності, пов'язаних з практичним застосуванням опційного підходу [5]:

- недолік початкових даних для розрахунку реальних опціонів;
- складнощі, пов'язані з виявленням опціонів і їх правильною ідентифікацією;
- труднощі, які витікають з того, що в реальному житті менеджери, як правило, стикаються не з простим ординарним вибором, подібним до фінансового опціону, а з більш складними взаємозв'язаними опціонами (наприклад, вкладеннями або взаємовиключними), що ускладнює проведення їх аналізу і може вимагати залучення серйозних математичних прийомів.

Не дивлячись на те, що теорія реальних опціонів є відносно новим напрямом в галузі інвестиційного аналізу, в світовій економічній літературі накопичено вже достатньо велика кількість джерел по її теоретичному і практичному застосуванню. У нашій країні дане питання вивчене у меншій мірі, хоча інтерес до вказаної проблеми збільшується з кожним роком.

Література:

1. Боровікова М. Інвестиційна діяльність і капіталізація комерційних банків у період дестабілізації економіки України / М. Боровікова // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2009. – №4. – С.18-23.
2. Брітченко І. Роль комерційних банків у розбудові фондового ринку України / І. Брітченко, Р. Перепелиця // Вісник Національного банку України. – 2005. – №4. – С.23-27.
3. Гришина С. А. Опционный подход к оценке эффективности инвестиционных проектов / С. А. Гришина // Банковские услуги. – 2011. – №10 – с.6-14.
4. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление. / Т. Коупленд, Е. Колер, Дж. Мурин /пер. с англ. – М.: Олимп Бизнес, 2005.
5. Лимитовский М. А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках. – М.: Дело, 2004.

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

СЕРГІЙЧУК Наталія

студентка,

Луцький національний технічний університет

Сучасний ринок банківських послуг характеризується втратою довіри клієнтів. В умовах економічної кризи спостерігається жорстка конкуренція між банками та хронічна нестача грошових ресурсів як у самих банків, так і у користувачів їх послуг. Аналітики банківського ринку констатують динамічне зростання неплатежів та кількості боргів, які неможливо отримати. В силу цих обставин можна стверджувати, що функціонування банківського бізнесу є дуже ризиковим.

На даному, кризовому, етапі розвитку економіки завданнями банків є:

- підвищення іміджу банку в очах наявних і потенційних клієнтів;
- збереження своєї ринкової частки (не втратити тих клієнтів, з якими працюють);
- підвищення питомої ваги постійних клієнтів і поліпшення структури обслуговуваних клієнтських груп;
- розширення асортименту послуг (збільшити перелік операцій).

Відтік вкладів із банків внаслідок розвитку ринку цінних паперів призвели до необхідності використання банками маркетингового інструментарію. Актуальність маркетингу в банківському секторі має виняткове значення в період економічної кризи, оскільки посилилась конкуренція між банківськими установами, а також з'явилися конкуренти в особі небанківських установ (пенсійні фонди, страхові і трастові компанії).

В умовах посилення конкуренції на ринку банківських послуг необхідно застосовувати інноваційні фінансові інструменти з метою забезпечення стійкості становища та гнучкого реагування на мінливість ринку.

Європейські фахівці та експерти вказують на необхідність підвищення стратегічної ролі маркетингу у сфері банківництва, що базується на

ефективному використанні нових інформаційних технологій. Стратегічною основою банківського маркетингу є максимальне задоволення потреб клієнтів, що стає базою підвищення рівня рентабельності банківської діяльності.

Українські економісти О. Кириченко, І. Гіленко, А. Ятченко визначають банківський маркетинг як основну інформаційну підсистему сучасного банківського менеджменту.

Банківський маркетинг реалізується через здійснення конкретних видів діяльності, спрямованих на розширення банківських операцій і послуг. До них відноситься:

- проведення маркетингових досліджень;
- розробка банківського продукту;
- визначення та встановлення цін на послуги та операції;
- організація поширення банківського продукту.

У сучасних умовах розвитку інформаційних технологій і прогресивних методів аналізу досить просто зібрати і проаналізувати дані щодо кон'юнктури ринку банківських продуктів і послуг. Проте ефективність використання результатів такої діяльності залежить від того, яку роль відіграють дослідження в повсякденній діяльності банку. Маркетингові дослідження в банківській сфері є видом технології, спрямованої на розробку ефективних засобів впливу на банківський ринок на основі об'єктивного аналізу ринкової ситуації. "Виробництво - продаж - купівля - споживання" банківських продуктів і послуг повинні розглядатися інтегровано. Ринок банківських продуктів і послуг як сфера товарно-грошового обміну, що відображає економічні відносини між банком і клієнтом, є основним об'єктом маркетингових досліджень банку.

При проведенні маркетингових досліджень у банківській сфері необхідно використовувати такі аналітичні дані: статистику державних установ, внутрішніх банківських матеріалів, дані галузевих журналів та брошур тощо.

Щодо розробки банківського продукту, то необхідно придумати щось нове, що зацікавить потенційних клієнтів та підтримає рівень довіри наявних. Такими новими банківськими продуктами можуть бути:

- 1) здача в оренду сейфів з цілодобовим доступом;
- 2) надання можливості резервування валюти для обміну;
- 3) пропонування нових депозитних пропозицій;
- 4) встановлення банкоматів на території великих компаній;
- 5) надання нових послуг (страхування) тощо.

Встановлюючи тарифи на свої послуги, банки повинні орієнтуватися переважно на тарифну політику конкурентів і намагатися дещо знизити тарифні ставки.

Банківський маркетинг передбачає просування банківських продуктів на ринок, тобто застосування PR-технологій, реклами та стимулювання збуту. PR-технології передбачають підвищення іміджу банку в очах громадськості через забезпечення його присутності на конференціях, форумах та семінарах. Реклама є платною формою представлення банку і його продуктів, але тим не менше вона дієва. Кошти, витрачені на рекламну діяльність, зазвичай приносять в перспективі прибутки. Що стосується стимулювання збуту на ринку банківських послуг, то передбачається періодичне застосування знижок по кредитах, бонусів по депозитах та зниження комісійних відсотків.

Таким чином, в умовах світової економічної кризи банківське управління неможливе без активного розвитку та застосування маркетингу, адже без нього неможливо досягти оптимального співвідношення між прибутком, ризиком і ліквідністю як умовою стабільності банку.

Література:

1. Ніконова С. Розробка стратегії банку: місія і бачення / С. Ніконова // Банківська справа. - 2008. – № 6.
2. Кашин А.І. Світова фінансова криза: причини і наслідки / А. І. Кашин // Фінанси. – 2008. – № 8.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

СІВЧУК Ірина

*асистент кафедри фінансів, обліку і контролю,
Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя*

Ефективне функціонування економіки потребує стабільного розвитку банківської системи, тобто функціонування суб'єктів господарської діяльності та державного бюджету. Лише через досконалу банківську систему можна здійснити реструктуризацію економіки в цілому. У сучасних ринкових умовах банки – це фінансові установи, що зберігають, надають, розподіляють, обмінюють, контролюють і здійснюють обіг грошових коштів та цінних паперів. Крім того, надійний і розвинений банківський сектор відіграє надзвичайно важливу роль у стабілізації економіки країни. Без залучення коштів населення у банківський сектор неможлива фінансова санація підприємств.

Дослідження сучасного стану та перспектив розвитку банківської системи України потребує виділення найважливіших проблем, що мають бути вирішені в ході реформування національної фінансово-економічної системи:

- невідповідність між формами власності та рівнями ефективності діяльності в банківській та фінансово-господарській сферах;
- висока концентрація банків, що створює відчутну конкуренцію у великих торговельно-промислових центрах та практично веде до повного монополізму двох-трьох банків у менш розвинених регіонах;
- недосконала правова база в області фінансової діяльності в цілому (захист інтересів клієнтів, механізм банкрутства, злиття банківського та промислового капіталу, трастові операції, венчурний бізнес, небанківські фінансово-кредитні інститути);
- відсутність податкових та інших регулюючих важелів в плані стимулювання інвестиційної діяльності;

- незначна участь іноземного капіталу, іноземних банків та їх філіалів, що істотно обмежує притік іноземних інвестицій;

- брак досвіду банківського персоналу;

- тенденції до зменшення клієнтів внаслідок спаду виробництва;

- недосконала конкуренція в банківській справі.

Основними показниками діяльності банків України станом на 1 лютого 2012 року, за даними Національного банку України, є (див. табл.1).

Таблиця 1

Показники діяльності банків України

№	Назва показника	01.01. 2007	01.01. 2008	01.01. 2009	01.01. 2010	01.01. 2011	01.01. 2012	01.09. 2012
1.	Кількість зареєстрованих банків	193	198	198	197	194	198	197
2.	Вилучено з державного реєстру банків (з початку року)	6	1	7	6	6	0	1
3.	Кількість банків, що перебувають на стадії ліквідації	19	19	13	14	18	21	22
4.	Кількість діючих банків	170	175	184	182	176	176	175
5.	Із них: з іноземним капіталом	35	47	53	51	55	53	53
6.	У тому числі зі 100% іноземним капіталом	13	17	17	18	20	22	22
7.	Частка іноземного капіталу в статутному капіталі банків, %	27.6	35.0	36.7	38.8	40.6	41.9	41.8

Національний банк України є центральним банком, який проводить єдину державну грошово-кредитну політику з метою забезпечення стабільності національної грошової одиниці.

Комерційні банки створюються юридичними і фізичними особами. Свої функції комерційні банки здійснюють через такі операції, як залучення коштів підприємств, установ, організацій, населення на депозитні, вкладні рахунки та не депозитні залучення коштів, кредитування суб'єктів господарської діяльності та громадян, вкладання у цінні папери, формування касових залишків та

резервів, формування інших активів: касове та розрахункове обслуговування народного господарства, виконання валютних та інших банківських операцій.

Банки у своїй діяльності керуються Конституцією України, законами України «Про Національний банк України», «Про банки і банківську діяльність» законодавством України про акціонерні товариства та інші види господарських товариств, іншими законодавчими актами України, нормативними актами Національного банку України і своїми статутами.

В законі України «Про банки і банківську діяльність» сказано, що банківська система України складається з Національного банку України та інших банків, а також філій іноземних банків, що створені і діють на території України відповідно до положень цього Закону та інших законів України. Банк самостійно визначає напрями своєї діяльності і спеціалізацію за видами послуг. Національний банк України визначає види спеціалізованих банків та порядок набуття банком статусу спеціалізованого. Національний банк України здійснює регулювання діяльності спеціалізованих банків через економічні нормативи та нормативно-правове забезпечення здійснюваних цими банками операцій.

Розрізняють такі типи банківської системи:

- 1) розподільна централізована банківська система;
- 2) ринкова банківська система;
- 3) банківська система перехідного періоду.

Розподільна централізована система – це така система, коли в країні існує по суті єдиний державний монобанк, що має розгалужену мережу філій по всій країні. Така система була характерна для колишніх соціалістичних країн, де існувала виняткова монополія держави на банківську діяльність.

Ринковий тип банківської системи характеризується відсутністю монополії держави на банки. Кожен суб'єкт господарської діяльності (не тільки державної) може створити банк. В ринковому господарстві функціонує безліч банків децентралізованого типу управління. Банки не відповідають по

зобов'язанням держави, так само як держава не відповідає по зобов'язанням банків.

В Україні банківська система на даний час поки що недостатньо розвинута. Формування такої системи залишається актуальною задачею на перспективу. Сучасна банківська система України являє собою систему перехідного періоду. Така система виступає як ринкова модель, розділена на два рівні: перший рівень охоплює центральний банк, задачею якого є розробка основних задач грошово-кредитної політики і контроль за її проведенням. Другий рівень складається з різних комерційних банків, завдання яких – обслуговування юридичних і фізичних осіб, надання їм різноманітних банківських послуг.

Література:

1. Закон України "Про банки і банківську діяльність" від 7 грудня 2000 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>
2. Основні засади грошово-кредитної політики на 2001 рік. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua>
3. Основы банковского дела [Текст] / Под ред. Мороза А.Н.. – К., 1994.
4. Основні тенденції розвитку банківської системи України у січні-серпні 1997 року [Текст]// Вісник НБУ. – №10. – 1997. – С.20.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

СПЯК Галина

*к. е. н., доцент кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

Кінцевим результатом діяльності банку, як і будь-якого іншого суб'єкта ринку, є отримання прибутку. Аналіз прибутковості дає змогу встановити причини змін фінансового стану банку та виявити резерви поліпшення результатів його діяльності. Інформаційною базою такого аналізу є звіт про фінансовий стан та єдиний звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід банку.

Звіт про прибутки і збитки та інший сукупний дохід містить ряд узагальнюючих показників, які є складовими фінансового результату діяльності банківської установи. До них, зокрема, належать чистий процентний дохід (чи

чисті процентні витрати); комісійні доходи; комісійні витрати; результат від операцій з цінними паперами в торговому портфелі банку; результат від операцій з хеджування справедливої вартості; результат від переоцінки інших фінансових інструментів, що обліковуються за справедливою вартістю з визнанням результату переоцінки через прибутки або збитки; результат від продажу цінних паперів у портфелі банку на продаж; результат від операцій з іноземною валютою; результат від переоцінки іноземної валюти; результат від переоцінки об'єктів інвестиційної нерухомості; доходи (чи витрати), які виникають під час первісного визнання фінансових активів за процентною ставкою, вищою або нижчою, ніж ринкова; витрати (чи доходи), які виникають під час первісного визнання фінансових зобов'язань за процентною ставкою, вищою або нижчою, ніж ринкова тощо [2].

При аналізі прибутковості значну увагу приділяють збалансованості процентних доходів та витрат банку. Процентні доходи традиційно мають найбільшу питому вагу в структурі банківських доходів. Процентні витрати, відповідно, є однією із найвагоміших статей витрат у банківському бізнесі.

Базовим показником оцінки результативності діяльності банку є чистий процентний дохід (ЧПД), який розраховується як різниця процентних доходів і процентних витрат установи за відповідний період:

$$\text{ЧПД} = \text{ПД} - \text{ПВ},$$

де, ПД – процентні доходи;

ПВ – процентні витрати.

Загальна сума чистого процентного доходу може бути значною, але абсолютне значення цього показника не дає змоги співвіднести отриманий результат із масштабами діяльності банку. З цією метою використовується показник чистої процентної маржі (ЧПМ), який є процентним вираженням відношення чистого процентного доходу до активів банку:

$$\text{ЧПМ} = \text{ЧПД} / \text{А} \cdot 100\%,$$

де, ЧПД - чистий процентний дохід;

А – обсяги активів банку.

На чисту процентну маржу банку впливає ряд факторів. Зокрема, даний показник можна оптимізувати шляхом:

- підвищення чистої процентної маржі за окремими статтями активів і зобов'язань установи, що співвідносяться між собою за термінами, обсягами тощо (очевидно, що даний напрямок має об'єктивно зумовлені межі з огляду на величину середньоринкових ставок за активами та зобов'язаннями банківських установ);

- здешевлення ресурсної бази банку за рахунок зміни її структури (зменшення питомої ваги “дорогих” ресурсів);

- придбання високодохідних активів (зокрема, цінних паперів);

- зменшення питомої ваги недоходних активів (основних засобів, нематеріальних активів, інших необоротних активів).

Традиційний підхід в банківському менеджменті, згідно з яким весь дохід банку генерують активи – кредити та інвестиції, на сьогоднішній день змінився ідеєю одночасного інтегрованого управління активами і пасивами з метою підвищення рівня доходності установи. Зміст такого підходу полягає у розумінні того, що доходи та витрати відносяться до обох сторін банківського балансу, отже, зниження витрат банку завдяки управлінню пасивами допомагає досягти цільового рівня прибутковості в тій же мірі, що і завдяки надходженням від активних операцій [3, 298]. Перевагами інтегрованого управління активами і пасивами є максимізація прибутку за умови прийнятної рівня ризику, а також можливість більш зваженого підходу до управління ліквідністю завдяки обґрунтованому визначенню потреби банку у ліквідних коштах.

Інтегрований підхід дає змогу вирішити проблему оптимізації співвідношення між прибутковістю і ризиком, яка в сучасній банківській практиці є наріжним каменем усього процесу управління банком. Відомо, що між даними категоріями існує пряма залежність, тому пошук оптимального їх

співвідношення в сучасних умовах розглядається як найважливіше завдання банківського менеджменту. Проблему оптимізації доходу, а отже, і прибутку банку, слід вирішувати інтегровано по відношенню до усіх складових структури доходів і витрат установи.

Література:

1. Бушуєва І. Основні шляхи забезпечення прибутковості комерційного банку // Банківська справа. – 2002. - № 6. – С.30-39.
2. Інструкція про порядок складання та оприлюднення фінансової звітності банків України, затверджена постановою Правління НБУ від 24.10.2011 р. № 373.
3. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент у банку: Підручник. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2004. – 468с.

АНАЛІЗ І ОЦІНКА УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМ РИЗИКОМ

СРІБНА Вікторія

*студентка 4 курсу групи «Менеджмент організацій»,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

Валютний ризик — це ризик потенційних збитків від зміни валютних курсів. Головним в аналізі валютного ризику є рух грошових коштів (а саме чітке розмежування їх надходження і відплив) через кореспондентські рахунки «ностро» та «лоро» банку. Аналіз сальдо цих рахунків є джерелом інформації про валютний ризик.

До методів усунення валютного ризику відносять фінансові операції, які дають змогу або уникнути ризику, спричиненого зміною валютного курсу, або отримати спекулятивний прибуток від курсових коливань. Процес зменшення ризику можливих втрат називається хеджуванням.

Сутність форвардних, опціонних та ф'ючерсних угод як методів хеджування валютних ризиків полягає у тому, що усі ці угоди передбачають укладання угоди з наперед установленим курсом. Відмінності цих угод полягають лише у механізмі та місці їх здійснення [3, 115].

Форвардний валютний контракт — це обов'язковий до виконання контракт між банком і його клієнтом на купівлю чи продаж певної кількості вказаної

іноземної валюти за курсом обміну, зафіксованим під час укладення контракту для виконання у майбутньому періоді, вказаному у контракті. Особливістю форвардних угод є те, що вони укладаються поза біржею, і не існує їх стандартизації.

Форвардний валютний контракт забезпечує покриття валютних ризиків на період між датами укладання і виконання контракту. Форвардне покриття, як правило, використовується на строк 1, 2, 3, 6 та 12 місяців.

Ф'ючерсний валютний контракт — це контракт на купівлю чи продаж певної кількості валюти на будь-яку дату у майбутньому. У цьому він схожий на форвард, але на відміну від останнього: просто анулюється; укладається на фіксовану суму — «лоти»; продається на офіційних біржах; передбачає, що торговці ф'ючерсами повинні виплатити «грошову маржу» дилерам біржі, щоб гарантувати виконання контракту.

Опціонний валютний контракт являє собою контракт, відповідно до якого банк, купуючи опціон, купує право на купівлю чи продаж валюти за встановленим курсом на деякий момент у майбутньому. У банку немає зобов'язання виконувати опціони, і він може ухилитися від угоди, просто відмовившись від опціону.

Валютний своп — це операція, яка поєднує купівлю або продаж валюти на умовах «спот» з одночасним продажем чи придбанням на умовах «форвард». Тобто здійснюється комбінація двох протилежних конверсійних угод на однакові суми, але різними датами валютування.

Валютні свопи залежно від послідовності виконання операцій «спот» і «форвард» поділяють на репорт і депорт. Репорт — це операція, яка передбачає продаж валюти на умовах «спот» і купівлю на умовах «форвард». Депорт — купівля валюти на умовах «спот» і продаж на умовах «форвард».

Реструктуризацію заборгованості доцільно проводити у випадку наявності заборгованості в іноземній валюті, курс якої має тенденцію до зростання, а її погашення передбачалося здійснити за рахунок надходжень валюти, курс якої

має тенденцію до зниження. У такому випадку доцільно взяти кредит у «падаючій» валюті і конвертувати суму кредиту у «зростаючу» валюту.

Паралельні позики являють собою взаємне кредитування банками, які містяться у різних країнах, один одного у національній валюті на однакові строки.

Метод самострахування передбачає віднесення до ціни банківського продукту величину можливого збитку від зміни валютного курсу і використовується для формування страхового фонду.

Існує ще один метод, який можна використовувати і в короткостроковому й у довгостроковому періоді, — це структурне балансування. Його сутність полягає у підтриманні певної структури активів та пасивів, яка дасть змогу покрити збитки, отримані у зв'язку з несприятливими змінами валютного курсу, прибутками, отриманими від цієї ж зміни курсу за іншими позиціями балансу. В основному структурне балансування зводиться до управління грошовими потоками в іноземній валюті.

Підсумовуючи викладене вище, можна визначити особливості розрахунку валютного ризику:

1. Валютний ризик не існує для операцій, які проводяться в національній валюті.
2. Рівень валютного ризику розраховується лише для строкових операцій.
3. Рівень валютного ризику розраховується як для активів, так і для зобов'язань банку. Для активів валютний ризик коригується на кредитний, а для зобов'язань — на ризик ліквідності.

Література:

1. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навч. посібник / О. І. Береславська, О. М. Наконечний, М. Г. Пясецька та ін.; За заг. ред. М. І. Савлука. — К.: КНЕУ, 2002. — 392 с.
2. Шарова Т. Управление валютными рисками. — К., 1994.
3. Шора О. Є. Методики оцінки валютних ризиків і встановлення та контролю лімітів відкритої валютної позиції в практичній діяльності комерційних банків України / О. Є. Шора // Наукові доповіді НАУ. — 2006 — 2(3)

4. Ющенко В. А., Міщенко В. І. Управління валютними ризиками.: Навчальний посібник. – К.: Товариство «Знання», КОО, 1998.– 444 с.

МІСЦЕ ТА РОЛЬ ПЛАНУВАННЯ РИЗИКУ В СИСТЕМІ БАНКІВСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

ТИМКІВ Андрій

*к. е. н., викладач кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

У широкому розумінні, планування являє собою базову підсистему раціоналізації прийняття управлінських рішень, що пов'язані із майбутніми подіями. А у вузькому розумінні – це систематична підготовка рішень, що пов'язані із майбутньою діяльністю банку. Відтак, не зачіпається процес прийняття управлінських рішень.

З позиції банківського ризик-менеджменту, планування ризиків вирішує такі завдання як [2, 225]:

- визначення критеріїв у площині “дохід-ризик”;
- встановлення планових показників ризиків на основі яких будуть створені внутрішньобанківські нормативи та розширення можливостей менеджменту у застосуванні лімітування;
- створення передумов ефективного моніторингу.

Виходячи із сутності і структури процесу планування у банку необхідно виділити стратегічне, тактичне та оперативне планування ризиків. У контексті проблеми зауважимо, що “планування” слід чітко відокремлювати від поняття “прогнозування”, оскільки по формі вони являють собою один і той ж процес, однак щодо змісту, то тут є суттєва різниця. Так, прогнозування – це процес передбачення, що побудований на імовірнісному, науково обґрунтованому судженні про перспективи розвитку. Прогнозування дозволяє виявити альтернативні варіанти розвитку запланованого та є невід’ємним елементом перспективного планування і, водночас, однією із найважливіших функцій у механізмі ефективного планування банківських ризиків.

Стратегічне планування, як правило, орієнтовано на довгострокову перспективу і визначає напрями в управлінському процесі. Головною метою стратегічного планування є формування потенціалу системи менеджменту банку в умовах постійної невизначеності. У свою чергу, тактичне планування слід розглядати як процес, що створює передумови для реалізації альтернативних напрямів намічених у стратегічному плані банку. Результатом тактичного планування може стати план управління ризиками інвестиційного кредитування та план фінансових інвестицій банку.

Оперативне планування передбачає конкретизацію тактичних планів управління ризиками, а саме:

- визначає час виконання окремих управлінських кроків шляхом встановлення співвідношень терміну виконання банківських операцій та ідентифікації специфічних ризиків щодо даних операцій;
- визначає напрями оперативної підготовки окремих структурних підрозділів банку, що задіяні у певних напрямках діяльності банку;
- передбачає ведення систематичного комплексного обліку, контролю, аналізу і регулювання процесу управління ризиками банку.

Під механізмом планування науковці розуміють сукупність засобів і методів з допомогою яких приймаються планові рішення і забезпечується їх реалізація [1, 23]. Відтак, механізм планування включає в себе:

1. Апарат вироблення цілей і завдань функціонування системи ризик-менеджменту банку;
2. Функції планування;
3. Методи планування.

Дані складові механізму планування взаємообумовлені як елементи однієї системи. Логіка такого зв'язку полягає у тому, що закономірності управлінського циклу породжують цілі і завдання, а вони, у свою чергу, обумовлюють методи планування ризиків у банку. Так, система цілей управління банківськими ризиками повинна відповідати наступним критеріям:

- функціональність (щоб керівники різних рівнів могли досить легко трансформувати цілі ризик-менеджменту, що формуються на більш високому рівні, у завдання для нижчих рівнів менеджменту);
- постійний зв'язок між довгостроковими та короткостроковими цілями;
- періодичність перегляду цілей з метою гармонізації внутрішніх можливостей із зовнішніми умовами в яких працює банк;
- забезпеченість необхідною концентрацією ресурсів та зусиль;
- системність (необхідно завжди формувати систему цілей, а не одну ціль);
- цілі повинні охоплювати усі сфери управління ризиками.

Успіх реалізації цілей визначатиметься раціоналізацією підцілей і завдань, що будуть виокремлені у подальшому процесі планування.

Таким чином, планування діяльності банку пов'язане з визначенням цілей і напрямків його діяльності та оптимальної структури; пошуком ефективних методів і засобів, необхідних для досягнення цих цілей; формулюванням системи показників, які визначають послідовність дій щодо досягнення поставлених цілей. В свою чергу, планування ризику – це невід'ємна складова як планування банківської діяльності загалом, так і процесу управління банківськими ризиками зокрема.

Література:

1. Ильин А. И. Планирование на предприятии / А. И. Ильин – [4-ое издание.] – Минск: “Новое знание”, 2003. – 239 с.
2. Тимків А. О. Функції ризик-менеджменту банку / А. О. Тимків // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 11. – С. 224–233.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В БАНКАХ

ТИМОШЕНКО Альона

студентка,

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

В сучасних умовах розвитку інноваційної банківської діяльності базовим завданням є пошук реальних шляхів мінімізації ризиків та отримання достатніх прибутків.

Це потребує чіткості відпрацювання формального визначення найважливіших заходів, що пов'язані з організацією та управлінням інноваційною діяльністю. На нашу думку, ефективне вирішення даної проблеми потребує використання науково-методичних підходів щодо розробки нових методів управлінської діяльності в банку.

На сьогодні існує безліч підходів щодо управління інноваційною діяльністю у фінансово-кредитних установах. На нашу думку, основними є наступні підходи:

- Системний.
- Процесний.
- Ситуаційний.

Під системним підходом розуміють те, що інноваційна діяльність розглядається як системне бачення основних напрямів і етапів роботи, що повинні бути здійсненні банком для досягнення поставленої мети. До основних компонентів системного підходу інноваційного розвитку банків слід віднести наступні підсистеми, що забезпечують їй ефективне функціонування, а саме:

- підсистема цілей управління інноваційним розвитком;
- керуюча підсистема управління інноваційним розвитком;
- підсистема об'єктів управління інноваційним розвитком;
- інформаційно-комунікаційна підсистема управління інноваційним розвитком.

Процесний підхід дозволяє оптимізувати систему інноваційного розвитку, зробити її прозорою для керівництва і такою, що здатна швидко

реагувати на зміни зовнішнього середовища. При впровадженні процесного підходу регламентуються:

- порядок планування цілей ті діяльності;
- взаємодія між процесами та підрозділами;
- відповідальність та повноваження власників процесів та інших посадових осіб;
- порядок дії співробітників в нештатних ситуаціях;
- порядок та форми звітності перед вищим керівництвом;
- система показників, що характеризують результативність та ефективність діяльності організації в цілому та її окремих процесів.

- порядок розгляду результатів діяльності та прийняття управлінських рішень по усуненню відхилень ті досягненню планових показників.

При застосуванні процесного підходу, слід приділити певну увагу процесам організації, планування та контролю, виконання яких забезпечує ефективне функціонування банківської установи через, розробку та реалізацію стратегії розвитку. Тому, під процесним підходом, слід розуміти стійку цілеспрямовану сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, які при застосуванні певних технологій перетворюють ресурси у результат, що мають цінність для клієнтів і забезпечують банку ефективне функціонування.

Але на сьогодні в умовах мінливості середовища інноваційна діяльність банку повинна розглядатись з певної ситуації. З точки зору організації інноваційної діяльності банку, звернення до ситуаційного підходу є найбільш суттєвим в науково-методичному плані, оскільки він вміщує конкретні рекомендації, що стосуються застосування наукового положення до практики управління залежно від складності ситуації та умов зовнішнього і внутрішнього середовища фінансово-кредитної установи. Використовуючи ситуаційний підхід в банку, менеджери зможуть зрозуміти, які методи і засоби найкращим чином будуть сприяти досягненню цілей в конкретній ситуації.

Отже, ситуаційний підхід обумовлений можливістю розробити процедуру відбору надійної інформації, стосовно важливих змін в економічному просторі, простежити інноваційну діяльність конкурентів, внутрішню ситуацію в банку і надати характеристику управлінському персоналу.

Таким чином, варто зазначити, що виділені підходи не дублюють, а взаємодоповнюють один одного. Тому інноваційне управління банківською діяльністю слід розглядати як інтеграцію даних підходів, що забезпечують формування та утримання конкурентного статусу банку на ринку банківських послуг.

Література:

1. Енциклопедія банківської справи України / під ред. М. М. Ілляш; НБУ. – К., 2001. – 433 с.
2. Збірник науково-технічних праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.5 – 308 с.
3. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підручник [Текст] / І. О. Лютий, О. О. Солодка. К.: Центр учбової літератури, 2010.
4. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку : підручник [Текст] / Л. О. Примостка. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с.

УРОКИ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ У СВІТЛІ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ МАРКЕТИНГУ

ТКАЧУК Василь

*кандидат економічних наук, доцент кафедри банківського менеджменту
і обліку, декан факультету банківського бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет*

Економічні кризи, у тому числі у фінансовому секторі, є невід’ємним атрибутом ринкової економіки. Загальні закономірності їх зародження та перебігу обумовлені циклічним характером розвитку економіки. Тому, базуючись на тезі про об’єктивну неминучість економічних (фінансових) криз, можна стверджувати, що розробка рецепту запобігання кризи є практично неможливим завданням.

На нашу думку, дослідження сучасних кризових явищ повинно ґрунтуватися на наступних вихідних положеннях:

➤ обґрунтування чіткого механізму діагностики і раннього попередження майбутніх кризових явищ на основі системи економічних індикаторів кризи;

➤ врахування тези про наявність особливостей кожної кризи і високу ймовірність низької ефективності використання вже апробованих інструментів мінімізації негативних наслідків впливу кризи на економіку і суспільство; тобто успішне проведення заходів по виходу з попередньої кризи аж ніяк не гарантує імунітет від наступної кризи;

➤ необхідність створення резервних запасів ресурсів у всіх сферах економіки (товарній, бюджетній, банківській тощо);

➤ розробка заходів щодо мінімізації наслідків кризи як у нормативно-правовій сфері, так і у сфері інформаційно-психологічній.

Специфіка останньої фінансової кризи, яка знайшла свій найбільший прояв у сфері банківської діяльності, обумовлена наступними чинниками:

➤ значне переважання темпів росту обсягів фінансових ринків над товарними ринками;

➤ прагнення суб'єктів фінансового ринку досягти вищих темпів розвитку і конкурентних переваг будь-якою ціною, насамперед нарощуванням у портфелі активів надто ризикованих їх видів;

➤ невідповідність між рівнем глобалізації ринків, який постійно зростає, та національними механізмами їх регулювання, які не в змозі оперативно і ефективно впливати на загрозові тенденції;

➤ багатократне нарощування обсягів похідних фінансових інструментів, які орієнтовані на спекулятивний характер отримання прибутку, містить ознаки фінансової піраміди і в силу цього є вкрай нестійким при виникненні кризових явищ.

Досвід подолання глобальних фінансових криз свідчить про необхідність комплексного підходу до розробки механізму подолання негативних наслідків кризових явищ. Враховуючи особливості останньої фінансової кризи, такий

комплексний підхід поряд із системою вже неодноразово апробованих інструментів, повинен враховувати наступні моменти:

- необхідність здійснення ефективних кроків до розробки та реалізації єдиної концепції і єдиного механізму регулювання фінансового ринку, у тому числі на інституційному рівні. Мова йде про створення єдиного органу регулювання фінансового ринку в цілому;
- посилення відповідальності власників і топ-менеджерів банків за результати комерційної діяльності банків. Практично в усіх країнах світу (крім Ісландії) за проведення занадто ризикованої політики банків розплачується суспільство загалом;
- розробка і реалізація заходів інформаційно-психологічного впливу на всіх учасників ринку банківських послуг, в основу яких повинні бути покладені інструменти підвищення фінансової грамотності наявних і потенційних клієнтів банків, а також утвердження на практиці основних принципів сучасної парадигми банківського маркетингу.

Як відомо, у процесі еволюції банківського маркетингу виділяють окремі етапи, кожному з яких відповідає особливий тип парадигми маркетингу. Так, зокрема, першою парадигмою вважають парадигму продукту, при якій ринкова влада належить продавцям банківських послуг. Основним об'єктом маркетингових зусиль був банківський продукт і його характеристики.

Наступною парадигмою банківського маркетингу стала парадигма інтенсифікації комерційних зусиль, при якій банки почали враховувати особливості запитів найбільш вигідних сегментів ринку та концентрувати свої маркетингові зусилля на досягненні конкурентних переваг шляхом активної комунікаційної політики, покращення сервісу і якості обслуговування. В основі маркетингової стратегії і тактики продовжували залишатися принципи екстенсивного розширення ринкової долі за рахунок нарощування клієнтської бази, а в окремих випадках і шляхом розширення філіальної мережі.

Однак вичерпання можливостей екстенсивного розширення ринку з одного боку, та відношення банків до клієнтів як до абстрактного ринкового сегменту з іншого боку, обумовили необхідність поступового переходу до сучасної парадигми банківського маркетингу, яку визначають як клієнто-орієнтований маркетинг. Можливість формування нової парадигми банківського маркетингу базується на інтенсивній глобалізації фінансових ринків та революційних змінах у сфері інформаційних технологій. Практичними проявами сучасної парадигми маркетингу у банківській сфері стали перенесення акцентів на утримання клієнтів і розширення продаж послуг наявним клієнтам, формування партнерських відносин з клієнтами на основі високого рівня довіри та лояльності і забезпечення інтерактивного спілкування з наявними і потенційними клієнтами. Основу конкурентних переваг банку на ринку формують його бренд, надійність, солідність та ділова репутація. Основним інструментом сучасної парадигми банківського маркетингу сьогодні вважається використання банками технології управління взаємовідносин з клієнтами на основі маркетингу у реальному масштабі часу та вхідного маркетингу.

Остання фінансова криза і пошук шляхів виходу з неї чітко зафіксували закономірність, що ті банки, які у своїй діяльності основною ціллю мали тільки стрімке розширення долі ринку та орієнтувалися виключно на масового клієнта, мали значні труднощі у підтримці життєздатності банку. З іншого боку, банки, що у докризовий період почали сповідувати філософію, стратегію і тактику нової парадигми маркетингу без значних втрат ресурсів, мережі і персоналу перейшли весь період кризових загострень. Це дає нам можливість сформулювати висновок, що стабільний і поступальний розвиток окремого банку і банківської системи загалом, а головне - суттєве пом'якшення наслідків кризи, забезпечать не високі темпи збільшення активів і пасивів банку, не нарощування кількості клієнтів і долі ринку, а утримання надійних і лояльних клієнтів на основі стабільних, гармонійних та взаємовигідних відносин

СУТНІСТЬ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВАХ

ФАРІОН Тетяна

*викладач кафедри банківського менеджменту та обліку,
Тернопільський національний економічний університет*

На сучасному етапі в умовах посилення кризових явищ, нестабільної економіки, недосконалості вітчизняного законодавства та жорсткої конкуренції на фінансовому ринку кожна банківська установа стикається з різними ризиками, що впливають на результати її роботи.

Основні ризики банківської діяльності можуть негативно впливати на якість активів, обсяги надходжень, адекватність капіталу, чутливість банків до впливу зміни ринкових умов, а також на їх фінансову стійкість.

Необхідною передумовою стабільної роботи комерційних банків є ефективна системи внутрішнього банківського контролю, яка суттєво послаблює ризик їх діяльності, виявляє негативні тенденції розвитку, зловживання, порушення чинного законодавства.

Вдосконала система внутрішнього контролю є важливою складовою управліннялюбим комерційним банком, яка здатна забезпечити безперебійне його функціонування.

Чинне українське законодавство, зокрема Положення про організацію бухгалтерського обліку та звітності в банках України, затверджене постановою Правління НБУ № 566 від 30.12.1998 р. (зі змінами та доповненнями), визначає внутрішній банківський контроль як «сукупність процедур, які забезпечують дотримання положень внутрішніх і зовнішніх нормативних актів при здійсненні операцій банку та достовірність і повноту інформації» [1].

В іншому нормативному акті, а саме в Положенні про організацію внутрішнього аудиту в комерційних банках України, затверджене постановою Правління НБУ № 114 від 20.03.1998 р. (зі змінами та доповненнями), внутрішній контроль у банку визначається як «сукупність процедур, які забезпечують достовірність і повноту інформації, що передається

керівництву банку, дотримання внутрішніх і зовнішніх нормативних актів при здійсненні операцій банку, збереження активів банку і його клієнтів, оптимальне використання ресурсів банку, управління ризиками, забезпечення чіткого виконання розпоряджень органів управління банку в досягненні мети, яка поставлена у стратегічних та інших планах банку» [2].

Методичні рекомендації щодо вдосконалення корпоративного управління в банках України, схвалені постановою Правління НБУ № 98 від 28.03.2007 р., визначають внутрішній контроль як «процес, що відбувається на всіх рівнях управління. Він розробляється банком для гарантування досягнення поставлених цілей з питань ефективності та результативності операцій, здійснених банком; достовірності фінансової звітності; дотримання законодавства та внутрішніх процедур банку» [3].

Беручи до уваги безсумнівні твердження, що: бухгалтерський контроль – це сукупність процедур, які дають змогу забезпечити збереження активів банку та достовірність звітності, складеної службою бухгалтерського обліку на основі даних, отриманих від операційних підрозділів, а адміністративний (внутрішній) контроль – це сукупність процедур, згідно з якими керівництво банку делегує свої повноваження (зокрема такі: збереження цінностей та активів; безпека працівників банку (ефективність, продуктивність та безпека процедур оброблення інформації), ми з впевненістю вправі заключити – внутрішньобанківський контроль виступає поєднанням бухгалтерського й адміністративного контролю.

Банк організовує систему внутрішнього контролю, яка в обов'язковому порядку має охоплювати усі етапи його діяльності, застосовуючи:

а) попередній контроль, який проводиться до фактичного здійснення операцій банку та забезпечується:

– в частині підбору персоналу – ретельним аналізом ділових і професійних навичок кандидатів на вакантні посади, підвищенням професійного рівня і кваліфікації працівників;

– в частині залучення і розміщення грошових коштів – попереднім аналізом ризикованості та ефективності операцій банку, визначенням оптимальних засобів і методів для їх виконання з метою уникнення або мінімізації можливих втрат та ризиків;

– в частині матеріальних ресурсів – забезпеченням банку необхідними технічними засобами, обладнанням, системами автоматизації банківської діяльності з використанням сучасних інформаційних технологій, що відповідають обсягу та складності здійснюваних ним операцій.

б) поточний контроль, який проводиться при здійсненні операцій банку і включає контроль за дотриманням внутрішніх документів банку щодо здійснення цих операцій, порядку прийняття рішень про їх здійснення, контроль за своєчасним і достовірним відображенням операцій в бухгалтерському обліку та звітності, контроль за збереженням майна банку;

в) подальший (послідуючий) контроль, який проводиться після здійснення операцій банку та полягає в перевірці обґрунтованості і правильності здійснення операцій, відповідності документів встановленим формам і вимогам щодо їх оформлення, відповідності виконуваних працівниками обов'язків їх посадовим інструкціям, виявленні причин порушень і недоліків та визначенні заходів щодо їх усунення, коригуванні планових і прогнозних показників, перевірці повноти і достовірності даних статистичної звітності, що сформована банком.

Підсумовуючи результати проведеного дослідження, слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку банківської системи України завдання створення системи внутрішнього контролю банку, яка б охоплювала політику та процедури кожної банківської установи, сприяючи її успішній діяльності, є невідкладним.

Література:

1. Положення про організацію бухгалтерського обліку та звітності в банках України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http // www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
2. Положення про організацію внутрішнього аудиту в комерційних банках

України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http // www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).

3. Методичні рекомендації щодо вдосконалення корпоративного управління в банках України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http // www. rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ДИНАМІКИ КРЕДИТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

ФЕДОРЕНКО Руслан

*студент 4 курсу групи «Менеджмент організацій»,
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*

Кредитування виробництва та товарообігу є найбільш важливою і відмінною рисою діяльності банків порівняно з іншими фінансовими та не фінансовими організаціями. Тому перед українськими комерційними банками при збільшенні конкурентної боротьби за потенційних позичальників виникла необхідність планування своєї кредитної діяльності. Банки повинні навчитися управлінню кредитними операціями таким чином, щоб вони приносили максимально можливу прибутковість, але водночас банки повинні прагнути знизити кредитні ризики, які безпосередньо пов'язані з проведенням кредитних операцій.

У механізмі функціонування кредитної системи держави велика роль належить комерційним банкам. Вони є багатофункціональними організаціями, що діють в різних секторах ринку позичкового капіталу. Підвищення економічної ролі комерційних банків нині виявляється і в розширенні сфери їх діяльності й розвитку нових видів фінансових послуг. Сьогодні комерційні банки окремих країн здатні надавати клієнтам до 300 послуг. Банківська діяльність піддається численним ризикам і саме тому в більшості країн ця діяльність є найбільш регульованим видом підприємництва. Ефективність банківської діяльності істотно впливає на розвиток економіки країни [3, 127].

Кредитна діяльність банку є одним із основоположних критеріїв, який відрізняє його від небанківських установ. У світовій практиці саме з кредитуванням пов'язана значна частина прибутку банку. Одночасно

неповернення кредитів, особливо великих, може привести банк до банкрутства, з огляду на його положення в економіці, до цілої низки банкрутств, пов'язаних з ним підприємств, банків і приватних осіб. Тому управління кредитними операціями є необхідною частиною стратегії і тактики виживання й розвитку будь-якого комерційного банку [4, 96].

Портфель банківських позик схильний до всіх основних видів ризику, які супроводжують фінансову діяльність: ризику ліквідності, ризику процентних ставок, кредитному ризику. Якість кредитного портфеля банку і розумність його кредитної політики є тими аспектами діяльності банку, на які особливу увагу звертають контролери при перевірці банку.

Для характеристики кредитних відносин статистика використовує показники розміру, складу, динаміки кредитних вкладень, вивчає взаємозв'язок кредитних вкладень з показниками обсягу виробництва, капітальних вкладень, розміру товарно-матеріальних цінностей. Для аналізу інтенсивності динаміки можна використовувати ланцюгові і базисні, середньорічні темпи зростання і приросту, коефіцієнти прискорення (уповільнення), випередження та еластичності (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка кредитів, наданих банками України

Роки	Кредити, млн. грн.	Абсолютний приріст, млн. грн.		Темп зростання, %		Темп приросту, %	
		ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний
2007	426867	-	-	-	100	-	-
2008	734022	307155	307155	172,0	172,0	72,0	72,0
2009	723295	-10727	296428	98,5	169,4	-1,5	69,4
2010	732823	9528	305956	101,3	171,7	1,3	71,7
2011	801809	68986	374942	109,4	187,8	9,4	87,8

Джерело: Бюлетень Національного банку України. – 2012. – № 2.

Отже, обсяг кредитів, наданих банками України за 2008 рік зріс на 307155 млн. грн. або на 72% і навпаки знизився за 2009 рік на 10727 млн. грн. або на

1,5%, спостерігаємо зростання кредитів за 2010 рік на 9528 млн. грн. або на 1,3% та за 2011 рік – на 68986 млн. грн. або на 9,4% [6].

Порівняння ланцюгових темпів зростання дає коефіцієнт прискорення (уповільнення) відносної швидкості розвитку: $K_t = \frac{T_{зр.i}}{T_{зр.i-1}}$

$$1) K_t = \frac{98,5}{172,0} = 0,57 - \text{уповільнення}; \quad 2) K_t = \frac{101,3}{98,5} = 1,03 - \text{прискорення};$$

$$3) K_t = \frac{109,4}{101,3} = 1,08 - \text{прискорення}.$$

Обчислені коефіцієнти свідчать про уповільнення процесу кредитування банками в період фінансової кризи та відновлення (прискорення) в посткризовий період [5, с 132].

А тепер розглянемо структурні зрушення споживчих кредитів за видами валют (табл. 2).

Отже, в посткризовий період, тобто на кінець 2010 року, частка споживчих кредитів в доларах США зменшилась на 6,6 процентних пунктів порівняно з початковим періодом фінансово-економічної кризи в Україні 2008 року. Основну масу кредитів (53%) було видано банками в доларах США завдяки привабливості відсоткових ставок для населення та стабільності національної валюти. Отже, продуктова кредитна політика комерційних банків була направлена на її «доларизацію».

Таблиця 2

Динаміка споживчих кредитів за видами валют

Споживчі кредити	2008		2010		Структурні зрушення, +,-
	Обсяг	Структура, %	Обсяг	Структура, %	
у доларах США	113773	61,1	67033	54,5	-6,6
в євро	3708	2,0	1873	1,5	-0,5
у гривнях	66693	35,8	52478	42,7	6,9
в інших валютах	1915	1,1	1557	1,3	0,2
Разом	186088	100	122942	100	0

млн. грн.

Джерело: Бюлетень Національного банку України. – 2011. – № 12.

Політика «споживчого кредитування» та «доларизації» банківського сектора прямо або опосередковано впливає на зростання кредитного ризику, що підриває довіру населення до національної грошової одиниці [5, 143].

Таким чином, для вирішення зазначених проблем та поліпшення стану фінансового ринку України доцільним було б вжити рішучих заходів щодо зниження рівня доларизації вітчизняної економіки, адже підриг довіри до національної грошової одиниці, а, отже, і до банківської системи, зумовлений передусім виконанням грошових функцій на території нашої країни іноземною валютою. Іншими напрямками оптимізації кредитної політики банків можна також запропонувати стабілізацію банківської системи загалом, а також контроль за цільовим використанням кредитів рефінансування.

Література:

1. Бюлетень Національного банку України. - 2012. - № 2.
2. Бюлетень Національного банку України. - 2011. - № 12.
3. Розвиток банківської системи України: Монографія / За ред. д-ра екон. наук, О. І. Барановського. – К. : Ін.-т екон. та прогнозув., 2008. - 584 с.
4. Ревенчук С. К. Гроші та кредит : Підручник / С. К. Ревенчук [та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. С. К. Ревенчука. - К. : Знання. 2011. – 382 с.
5. Барановський О. І. Фінансові кризи: передумови, наслідки і шляхи запобігання: Монографія / О. І. Барановський. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 754 с.
6. Офіційний сайт Національного банку України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http // www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).

СТРУКТУРА ВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

НА ПРИКЛАДІ ВАТ «РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ»

ФІЛІН Ольга

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

ВАТ «Райффайзен Банк Аваль» при наданні послуг корпоративним клієнтам виконує наступні валютні операції:

1. Купівля—продаж валюти

Райффайзен Банк Аваль згідно з заявками клієнтів здійснює купівлю-продаж іноземної валюти на Українському міжбанківському валютному ринку (УМВР). При цьому банк проводить постійну роботу пошуку на ринку індивідуального оптимального курсу для кожного клієнта.

2. Депозити

Райффайзен Банк Аваль пропонує корпоративним клієнтам ефективне використання тимчасово вільних коштів — розміщення на депозитних рахунках з різним терміном дії. Депозитні рахунки можуть бути відкриті у доларах США чи євро. Мінімальна сума депозиту складає 10 тис. доларів США чи 10 тис. євро.

3. Документарні операції

Райффайзен Банк Аваль з 1995 року проводить операції з надання банківських гарантій, поручительств, акредитивів та інкасо. Особливість роботи банку полягає в індивідуальному підході до кожного клієнта у вирішенні можливих питань і проблем при проведенні як внутрішніх, так і зовнішньоекономічних операцій.

а) Банківські гарантії

Гарантія (порука) надається всім юридичним і фізичним особам, що здійснюють підприємницьку діяльність, зареєстровані як приватні підприємці і мають реальну можливість виконання зобов'язань за договором гарантії.

Відповідно до діючих тарифів Райффайзен Банку Аваль комісійна винагорода за надання гарантій (поруки) складає 2—3% від суми гарантії на квартал, але не менше 400 грн. Сплата комісійної винагороди банку здійснюється 1 раз на квартал за квартал уперед. Якщо термін користування гарантією менший за 90 днів, комісійна винагорода виплачується з розрахунку фактичної кількості днів користування гарантією.

б) Документарне інкасо

Документарное інкасо — це зобов'язання банку передати документи згідно з інкасовими інструкціями покупцю.

в) Документарні акредитиви

Документарний акредитив — це зобов'язання банку, що відкрив акредитив за розпорядженням покупця (апліканта, імпортера), виплатити на користь продавця (бенефіціара, експортера) визначену суму в обговореній валюті після надання продавцем у зазначений термін документів, передбачених в акредитиві, і таких, що підтверджують відвантаження товару (надання послуг).

Райффайзен Банк Аваль є провідним банком України, що пропонує приватним клієнтам широкий перелік банківських послуг, зокрема — розміщення коштів на поточних і депозитних рахунках, грошові перекази в національній та іноземній валюті з відкриттям і без відкриття рахунку, платіжні картки міжнародних систем MasterCard International і Visa International, споживче креди-тування та багато інших.

Райффайзен Банк Аваль є одним з найбільших агентів компанії Western Union в Україні. У відділеннях банку та його банків-партнерів можна відправляти та одержувати гроші з/до будь-якої країни світу.

г) Купівля-продаж валюти

Райффайзен Банк Аваль пропонує фізичним особам послуги з придбання та продажу готівкових валют. Валютообмінні операції можна здійснити в будь-якому відділенні Райффайзен Банку Аваль. Курси купівлі-продажу кожне регіональне відділення встановлює самостійно на дату здійснення операції, виходячи з ситуації на ринку відповідного регіону.

Комісія за здійснення конверсійної операції складає 2 проц. від суми валюти, що надається та може бути сплачена за бажанням клієнта як в іноземній, так і в національній валюті за курсом НБУ на день здійснення конверсії.

д) Випуск платіжних валютних карток та продаж дорожніх чеків

ВАТ «Райффайзен Банк Аваль» для забезпечення командировок, подорожей та навчання за кордоном фізичних осіб випускає в обіг валютні платіжні картки

міжнародних систем та дорожні чеки, які можуть бути використані для отримання готівки за кордоном чи сплати послуг.

Банк активно працює на ринку цінних паперів.

Станом на 1 січня 2012 року портфель цінних паперів без врахування резервів під цінні папери склав 8 642 931 тис. грн., в тому числі:

- цінні папери в торговому портфелі – 309 580 тис. грн.
- цінні папери в портфелі банку на продаж 6 029 990 тис. грн.
- цінні папери в портфелі банку до погашення – 2 303 361 тис. грн.

Під вище перелічені цінні папери (крім цінних паперів в торговому портфелі) сформовано резерви в сумі 10 809 тис. грн.

Загальна сума кредитного портфелю, включаючи нараховані доходи та без врахування резервів під кредити та проценти на кінець звітного періоду склала 42 725 359 тис. грн., що на 1 128 383 тис. грн. менше ніж на початок минулого року, з них кредити, надані фізичним особам та особам-підприємцям, склали 19 762 147 тис. грн.

Загальний обсяг доходів, отриманих банком за банківськими та іншими операціями, складає 8 411 403 тис. грн., загальний обсяг витрат 8 380 749 тис. грн. Основною статтею доходів банку є процентні доходи в сумі 6 783 215 тис. грн. та які складають 81 % від загального обсягу доходів, отриманих банком за 2011 рік.

Процентні витрати банку за звітний рік складають 2 242 105 тис. грн. або 27% від загального обсягу витрат.

Другою по значності статтею доходів банку є комісійні доходи в сумі 1 447 464 тис. грн., які складають 17% від загального обсягу доходів. Найбільшу питому вагу в структурі комісійних доходів займають надходження за розрахунково-касове обслуговування клієнтів в сумі 1 246 514 тис. грн., або 86% загальної суми комісійних доходів.

Комісійні витрати за рік склали 153 212 тис. грн.

Збиток від операцій з цінними паперами в торговому портфелі визначився в сумі 2051 тис. грн.

Позитивний результат від торгівлі іноземною валютою складає 160 744 тис. грн., негативний результат від переоцінки іноземної валюти складає – 58 073 тис. грн.

Витрати банку на формування резервів складають:

- резерви під заборгованість інших банків 3 967 тис. грн.,
- резерв під заборгованість за кредитами, наданими клієнтам 2 534 734 тис. грн.,
- резерв під знецінення цінних паперів 370 тис. грн.,
- резерви за зобов'язаннями 23 363 тис. грн.,
- резерви під інші активи 99 839 тис. грн.

Основними статтями витрат, після процентних, у звітному році були адміністративні та інші операційні витрати Банку, інформація про які розкривається у Примітці 31 Звіту про фінансові результати.

Основним джерелом формування ресурсної бази Банку є залучені від банків, клієнтів та фінансових установ кошти, які склали 41 380 647 тис. грн., в тому числі:

- кошти, отримані від інших банків у вигляді коштів на вимогу, депозитів та кредитів на суму 13 664 851 тис. грн.;
- кошти клієнтів – 27 635 314 тис. грн.;
- кошти, що отримані від міжнародних та інших фінансових організацій - 80 482 тис. грн.

УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКИМИ ІННОВАЦІЯМИ

ХОДАРЕВА Юлія

студентка,

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Для ефективного розвитку банківського сектору, не від'ємною частиною є банківські інновації. За допомогою інноваційної діяльності, банки утримують конкуренцію порівняно з іншими банками, залучають нових клієнтів. Інноваційна діяльність передбачає цілий комплекс заходів, серед яких: науково – технічні, комунікаційні, фінансові та ін.

Банківські інновації – результат діяльності банку, направлений на отримання додаткових доходів у процесі створення сприятливих умов формування і розміщення ресурсного потенціалу за допомогою нововведень.

На розвиток інноваційної діяльності банку впливають різні зовнішні фактори. До них відносять:

- світові тенденції науково-технічного розвитку;
- проблеми розвитку науково-інноваційної сфери;
- організаційна політика в фінансово-кредитній сфері.

Інноваційну діяльність в банку можна розглядати з позиції системного підходу, до якого належать наступні підсистеми: планування, організації, комунікації, мотивації та контролю.

Підсистема планування включає в себе план розробки та реалізації нового продукту (інновації). Щодо підсистеми організації, то вона займається виконанням процесів і дій, спрямованих на виконання необхідних функцій в інноваційній діяльності, забезпечення внутрішньої впорядкованості загальної системи у відповідності до взаємозв'язків між елементами системи. Комунікаційна підсистема виступає способом надання інформації, повідомлення, звіту и т.д. Мотиваційна підсистема реалізується через: створення сприятливих умов для роботи персоналу; формування робочих груп; розробку і реалізацію інноваційних проектів; розробку заходів заохочення

персоналу. Щодо контролюючої підсистеми, то вона займається безпосереднім контролем за плануванням, розробкою та реалізацією банківських інновацій.

В банківському секторі економіки існують фактори, які активують або дезактивують процеси управління інноваційним розвитком. На основі цих факторів можна побудувати певну модель, яка матиме на вході та на виході певні результати.

Вхід	Забезпечувальна підсистема	Підсистема пріоритетів розвитку	Вихід
	Нормативно - правові ресурси	SWOT - аналіз	
	Кадрові ресурси	Цільові орієнтири та пріоритети	
	Наукові ресурси	Сценарні інноваційного розвитку варіанти	
	Фінансові ресурси		
	Інформаційно-аналітичні ресурси		

Рис. 1. Модель впливу факторів на управління інноваційною діяльністю

На початку (на вході), зосереджені наступні фактори, які варіюють забезпеченням інноваційного розвитку:

- нормативно-правові ресурси;
- кадрові ресурси;
- наукові ресурси;
- фінансові ресурси;
- інформаційно-аналітичні ресурси.

На виході, будемо мати прогнозу оцінку розвитку інноваційних процесів:

- SWOT – аналіз факторів активаторів і дезактиваторів інноваційного розвитку;
- цільові орієнтири та пріоритети інноваційного розвитку;
- сценарні варіанти інноваційного розвитку.

Якщо скласти в єдине ціле фактори на початку і на виході, отримуємо характеристику інноваційного розвитку інноваційної діяльності в банківському секторі. По суті об'єднанні цих блоків, підсистем виступають основою для оцінки інноваційного потенціалу банку, під якими, слід розуміти, сукупність можливостей, які забезпечують реалізацію інноваційної діяльності. Але для управління інноваціями в банку важливі проміжні результати інноваційної діяльності. Слід враховувати проблемний характер ситуацій, конкуренцію і ризикове середовище інновацій. Прийняття рішень в управлінні інноваціями повинно привести до досягнення таких результатів, які, як мінімум, забезпечили б зворотність інвестицій та отримання прибутку.

Отже, складність і різноманітність проблем, що виникають в процесі створення нового продукту, зумовлюють особливості управління інноваційною діяльністю. Забезпечення умов для ефективного розвитку банку – досягнення конкурентних переваг у мінливому зовнішньому середовищі, що зосереджує увагу на необхідності переоцінки поглядів на зміст, роль і значення управління інноваціями.

Література:

1. Луців Б. Л. Інвестиційний потенціал банківської системи України [Текст] / Б. Л. Луців, Т. Б. Стечишин // Фінанси України. – 2009. – № 9. – С. 67–77.
2. Єгоричева, С. Б. Теоретичні аспекти банківських інновацій [Текст] / С. Б. Єгоричева // Фінанси України. – 2010. – № 8. – С. 86–96.

СУЧАСНИЙ СТАН КАПІТАЛІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

ЦЕЛІКОВСЬКА Катерина

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Внаслідок недостатнього обсягу власного капіталу та обмеженості ресурсної бази банків, її невідповідності потребам економічного зростання особливої актуальності набувають питання управління процесами капіталізації банківської системи України. Проблема полягає у недостатньому рівні капіталізації банківської системи, що негативно впливає на її надійність та стійкість, гальмує динамічний розвиток фінансово-кредитного та виробничого секторів. Бажаним є достатній рівень капіталізації банків, що є інструментом забезпечення конкурентоспроможності їхньої діяльності на міжнародному ринку капіталів, фактором економічної безпеки національної банківської системи та стійкого економічного розвитку країни [2].

Дієве функціонування банківської системи є обов'язковим чинником економічно розвинутої та стабільно-зростаючої держави. Динамічний розвиток банківських заощаджень вказує на рівень добробуту в країні, що відображає певний рівень заможності громадян. Сьогоденна політика державного регулятора грошово-кредитної сфери направлена на збільшення капіталізації комерційних банків, хоча частка капіталу комерційних банків в пасивах ледве досягає 15% (за статистичними даними станом на 01.10.2012 року вона склала 14,7%, відповідно станом на 01.01.2011 – 14,6%, станом на 01.01.2012 – 14,7%). Отже, грошові кошти фізичних осіб є визначальним фактором для функціонування сучасної банківської системи України взагалі і кожного окремо визначеного банку, де остаточний вибір конкретної банківської установи залежить від рівня довіри населення до неї.

Аналіз процесів капіталізації банківської системи України показав, що у деякі періоди, зокрема упродовж 2002-2007 рр., спостерігалось відставання темпів зростання капіталу від темпів зростання активів. Проте з початку 2008 року ситуація кардинально змінилася, що пояснюється різким скороченням

активних операцій банків внаслідок впливу ресурсів з банківської системи. Темпи зростання регулятивного та статутного капіталу є нерівномірним. Так, станом на початок 2010 року частка статутного капіталу у формуванні балансового капіталу зросла до 90,79%, що пояснюється змінами у структурі власного капіталу банків України.

Власний капітал банківської системи України з початку року зріс на 8,9 млрд. грн. і за станом на 01.10.2012 року становив 164,4 млрд. грн. Слід зазначити, що збільшення обсягу статутного капіталу банків з початку року склало 1,4 млрд. грн. (0,81%) [1].

Нарощення статутного капіталу порівняно з регулятивним у структурі власного капіталу банків України зумовлено не тільки необхідністю подолання кризових явищ та відновлення довіри до банківської системи, але й приходом іноземних банків на фінансово-кредитний ринок країни через придбання часток статутного капіталу вітчизняних банків. Важливим показником капіталізації банків є економічні нормативи капіталу. Зростання нормативу адекватності регулятивного капіталу банків з 2009 року є наслідком зменшення активних ризикових операцій банків України та зростання обсягів регулятивного капіталу. Отже, рівень капіталізації – один із визначальних факторів, що впливає на фінансовий стан комерційних банків та перспективи їхнього розвитку, визначає надійність і конкурентоспроможність фінансових установ, захищеність вкладів населення, підприємств і держави. Сьогодні процеси капіталізації відбуваються повільніше ніж того потребують тенденції руху капіталу в глобальному масштабі. Серед причин такої ситуації – відсутність послідовної державної політики регулювання капіталу, низький рівень корпоративного управління в банківській сфері, ігнорування ризиків корпоративного управління у системах ризик-менеджменту, низька якість структури капіталу банків через урахування його фіктивної вартості [2].

Тому лише виважена взаємоузгоджена політика органів державної влади у комплексі з відповідними діями керівництва комерційних банків спроможні

підвищити рівень капіталізації банківської системи. Зокрема необхідно: на державному рівні впровадити контрциклічний нагляд за діяльністю банків, моніторити якісні показники рівня капіталізації, контролювати дотримання вимог до нормативів адекватності капіталу банків здійснюваним операціям та застосовувати санкції до порушників. На рівні комерційних банків необхідно забезпечити підвищення якості капіталу, капіталізацію прибутків, активне впровадження ризик-менеджменту, котирування акцій банків на відкритому фінансовому ринку. Реалізація комплексу запропонованих заходів дасть змогу вирішити проблему недостатньої капіталізації комерційного сектору банківської системи України [3].

Література:

1. Асоціація українських банків. Підсумки діяльності комерційних банків України за дев'ять місяців 2012 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://aub.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=7512&menu=119&Itemid=113
2. Банах Ю.В. Підвищення рівня капіталізації банків України на основі корпоративного управління / Ю. В. Банах, Л. Я. Слобода // Університет банківської справи Національного банку України. – 2010. – С. 133-139.
3. Башнянин Г. І. Докапіталізація комерційного сектору банківської системи як чинник економічного зростання / Г. І. Башнянин, В. А. Сидоренко, М. Б. Люлик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.9. – С. 147-153.

БАНКІВСЬКІ ОПЕРАЦІЇ ТА ВІДДІЛИ, ЯКІ ЗАЙМАЮТЬСЯ ОПЕРАЦІЯМИ

ЦІКАЛО Олександр
студент 4-го курсу,

Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького

Банківська операція – це технологічно проста транзакція, яка є складовою банківського продукту.

Згідно з ч.1 ст. 47 Закону України «Про банки та банківську діяльність» на підставі банківської ліцензії банки мають право здійснювати такі банківські операції:

- приймання вкладів (депозитів) від юридичних і фізичних осіб;

- відкриття та ведення поточних рахунків клієнтів і
- банків-кореспондентів, у тому числі переказ грошових коштів з цих рахунків за допомогою платіжних інструментів та зарахування коштів на них;
- розміщення залучених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик.

1. Приймання вкладів (депозитів) від юридичних і фізичних осіб.

Відповідно п.11 ч.1 ст. 2 Закону України «Про банки та банківську діяльність»:

- вклад (депозит) — це кошти в готівковій або у безготівковій формі, у валюті України або в іноземній валюті, які розміщені клієнтами на їх іменних рахунках у банку на договірних засадах на визначений строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору;

Зміст операції: Банк у процесі своєї діяльності створює кредитний ресурс. За для цього він залучає гроші у національній та іноземній валюті у формі вкладів та депозитів в обмін на зобов'язання повернути кошти на умовах визначених договором.

2. Відкриття та ведення поточних рахунків клієнтів.

Відповідно до п.9 ч.1 ст. 2 Закону України «Про банки та банківську діяльність»:

- банківські рахунки — рахунки, на яких обліковуються власні кошти, вимоги, зобов'язання банку стосовно його клієнтів і контрагентів та які дають можливість здійснювати переказ коштів за допомогою банківських платіжних інструментів;

Відповідно п.8 ч.1 ст. 2 Закону України «Про банки та банківську діяльність»:

- банківський платіжний інструмент — засіб, що містить реквізити, які ідентифікують його емітента, платіжну систему, в якій він використовується, та, як правило, держателя цього банківського платіжного інструмента. За

допомогою банківських платіжних інструментів формуються відповідні документи за операціями, що здійснені з використанням банківських платіжних інструментів, на підставі яких проводиться переказ грошей або надаються інші послуги держателям банківських платіжних інструментів;

Зміст операції: Створюючи кредитний ресурс банк веде власний бухгалтерський облік коштів, вимог та зобов'язань відносно клієнтів. Банк має право за дорученням клієнта здійснювати переказ грошей на інші рахунки. Зміст операції фіксується первинними касовими документами.

3. Розміщення залучених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик.

Відповідно ч.1 ст. 49 Закону України «Про банки та банківську діяльність» ця операція визначена як кредитна.

Відповідно п.24 ч.1 ст. 2 Закону України «Про банки та банківську діяльність»:

- кошти — гроші у національній або іноземній валюті чи їх еквівалент;

Зміст операції: Банк у процесі своєї діяльності створює кредитний ресурс. Кредитний ресурс складається з коштів які були залучені у вклади, депозити, депозитні сертифікати, тощо. Відповідно цієї операції, банк за для збереження ліквідності, розміщує кредитний ресурс у депозитах іншого банку, або у депозитах Національного банку України.

Функціональними підрозділами, що безпосередньо здійснюють банківські операції та обслуговують клієнтів, є управління, департаменти та відповідні служби банку.

Зазвичай, в універсальному банку створюють такі управління:

1. Управління прогнозування діяльності реалізує і функцію щодо забезпечення основних принципів його діяльності: ліквідності, рентабельності та надійності.

2. Управління маркетингу і зв'язків з клієнтурою в умовах ринкової економіки займає важливе місце. Воно відповідає за залучення нової клієнттури

до банку, розробляє і сприяє впровадженню нових операцій та банківських послуг, вивчає кон'юнктуру ринку, надає організаційну та консультаційну допомогу клієнтам.

3. Кредитне управління є найважливішим і найбільшим підрозділом банку, оскільки основною функцією і основним джерелом його прибутку є надання різного роду позик.

4. Валютне управління здійснює організацію і проведення валютних операцій, які дозволені ліцензією НБУ (ведення валютних рахунків клієнтів, неторговельні операції з іноземною валютою, операції зі залученням і розміщенням валютних вкладів). Валютне управління називають банком усередині банку, тому до його складу можуть входити такі відділи: аналітичний, ведення валютних рахунків, неторговельних операцій, строкових угод.

5. Управління депозитних операцій займається розробкою заходів щодо залучення коштів у банк, здійснює облік та аналіз залучених коштів і власного капіталу банку.

6. Управління розрахунково-касового обслуговування веде переговори та укладає угоди про відкриття і ведення різних рахунків клієнтів банку, проводить розрахункові, інкасові операції, а також операції з готівкою.

7. Управління посередницькими операціями здійснює і координує всю роботу щодо надання різноманітних послуг клієнтам.

8. Управління філіями банку створюють у комерційних банках, які мають філії у різних районах країни. Головна мета — координація діяльності філій. Це управління здійснює контроль за правильністю проведення депозитної та кредитної політики, банківських операцій, допомагає впровадженню нових форм і методів роботи в філіях банку.

9. Управління аналізу і статистики нагромаджує та аналізує статистичну інформацію про діяльність банку, надає інформаційно-довідкові послуги клієнтам, проводить дослідження.

10. Тарифний комітет розробляє політику банку в галузі вартості послуг, здійснює аналіз та оцінку собівартості послуг і ринкової конкурентоспроможності чинних тарифів.

11. Комітет з питань управління активами і пасивами здійснює оцінку витратності пасивів та прибутковості активів, приймає рішення щодо політики процентної маржі; здійснює аналіз та оцінку собівартості послуг та ринкової конкурентоспроможності чинних тарифів.

Література:

1. Закон України «Про банки та банківську діяльність»[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
2. Кредит і банківська справа - Вовчак О.Д. »[Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// pidruchniki. ws/ 14350120 /bankivska_sprava/ kredit_i_bankivska_sprava_-_vovchak_od](http://pidruchniki.ws/14350120/bankivska_sprava/kredit_i_bankivska_sprava_-_vovchak_od)

НАПРЯМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ В БАНКУ

ЧАБАНІЮК Одарка

*доцент кафедри бухгалтерського обліку
Львівська комерційна академія*

Банківська система України є вагомим джерелом наповнення бюджету держави. Мобілізація фінансових ресурсів у державі забезпечує виконання органам державної виконавчої влади фінансування соціальних заходів, здійснювати реалізацію внутрішньої та зовнішньої політики, регулювання і стимулювання економіки. Обсяг податків, які сплачує банк, формується у системі податкового обліку, тому вивчення напрямів його розвитку є актуальним.

Проблемам дослідження організації податкового обліку присвятили праці науковці: Бобрівець С. В. [4], Д'яконова І. І. [5], Євченко Н. Г. [5], Ковальчук Є. К. [4], Медвідь Л. Г. [1], Панасюк В. М. [4], Сало. І. В. [5], Сп'як Г. І. [7], Фаріон Т. І. [7]. Разом з тим, зміни чинних нормативних документів потребують додаткових досліджень означених питань.

Відповідно до Податкового кодексу, податковий облік – це система обов'язкових форм і методів відображення платниками податків результатів

господарської діяльності та інших об'єктів, пов'язаних із визначенням податкового зобов'язання з відповідних податків.

Комерційні банки повинні організувати належним чином податковий облік з метою формування повної, об'єктивної, достовірної інформації про фінансово-господарську діяльність, що була здійснена протягом звітного періоду з метою оподаткування, а також забезпечення інформацією менеджменту різного рівня та зовнішніх користувачів для контролю за правильністю нарахування, повнотою та своєчасністю перерахування податків до відповідних бюджетів.

Для забезпечення виконання означеної мети, мають скеровуватись напрями організації обліку, основою для здійснення якого є первинні документи. На їх основі будуються зведені реєстри обліку та формується податкова звітність за відповідними податками. Тому слід звертати увагу на відповідне забезпечення облікових процедур за кожною ланкою визначення обсягів сплати податків. Напрями організацій податкового обліку є у компетенції комерційного банку та визначаються у внутрішніх положеннях установи.

Податковий облік взаємопов'язаний з іншими видами обліку. Відмінності, що виникають у системі фінансового бухгалтерського і податкового обліку обґрунтовуються різними підходами щодо визначення доходів і витрати та системою оподаткування за податковим законодавством і бухгалтерськими стандартами. Різним є призначення бухгалтерської фінансової та податкової звітності.

На основі вивчення підходів щодо організації податкового обліку, серед їх напрямів системи податкового обліку слід визначити наступні. Відкриття реєстрів податкового обліку за тими видами операцій, методика обліку за якими відрізняється у системі фінансового бухгалтерського і податкового аспектів. Податковий облік може здійснюватись на балансових рахунках, на позабалансових рахунках або позасистемно.

При веденні обліку на балансових рахунках доцільно передбачити перелік аналітичних рахунків для обліку доходів і витрат згідно Податкового кодексу (з розподілом оподатковуваних і неоподатковуваних операцій), за потребою – виокремлення рахунків, які не включаються у фінансові звіти банку, розробка системи рахунків для податкового обліку на рахунках 8 класу Плану рахунків бухгалтерського обліку банків «Управлінський облік».

При веденні обліку на позабалансових рахунках на рахунках 9 класу Плану рахунків бухгалтерського обліку банків «Позабалансові рахунки» відкриваються рахунки для обліку доходів і витрат відповідно до податкових вимог.

У кожному із викладених напрямів доцільно систематизувати рахунки для обліку доходів і витрат належно до назв податкової декларації з податку на прибуток комерційних банків. За необхідності – до назв інших податкових декларацій, звітів та розрахунків. Така систематизація посилюватиме контроль за порядком визначення обсягів податків.

При організації податкового обліку позасистемно передбачається цілком його окреме ведення. При цьому кожна господарська операція, що здійснюється у банку підлягає одночасному відображенню як на рахунках бухгалтерського фінансового обліку, так і у системі податкового обліку, якщо вона має вплив на податки, які сплачуватиме банківська установа.

Обираючи порядок організації податкового обліку, слід наголосити, що він повинен забезпечити своєчасне і об'єктивне визначення податків, які підлягають сплаті, дотримання чинного законодавства щодо складання податкової звітності за відповідними формами, правилами і термінами подання, що визначаються Державною податковою адміністрацією. Дотримання викладених аспектів важливе із точки зору виконання напрямів реформування податкової системи, яка запроваджена з прийняттям Податкового кодексу.

Література:

1. Медвідь Л. Г. Облік у банках: [навчальний посібник] / Л. Г. Медвідь. – Львів : Магнолія 2006, 2010. – 425 с.
2. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7.12.00 р., № 2121-III. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : № 2755-17 від 02.12.2010 р. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi.
4. Панасюк, В. М. Податковий облік [Текст] : навчальний посібник / В. М. Панасюк, Є. К. Ковальчук, С. В. Бобрівець. – Тернопіль : Карт-бланш, 2005. – 260 с.
5. Сало. І. В. Оподаткування банків [Текст] : навчальний посібник / І. В. Сало, І. І. Д'яконова, Н. Г. Євченко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 208 с. – ISBN 978-966-680-485-6
6. Сп'як Г. І. Облік і аудит у банках: [навчальний посібник] / Г. І. Сп'як, Т. І. Фаріон. – К.: Атіка, 2004. – 328 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В УКРАЇНІ

ЧАЙКОВСЬКА Анна

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Глобалізація фінансів і фінансового ринку сприяла структурним змінам, що виникли в національних і міжнародних фінансових системах протягом останніх двох десятиріч. Як наслідок, фінансовий ринок став мінливішим і більш непередбачуваним (постійні коливання курсів валют, котирувань цінних паперів і процентних ставок за кредитами), що дало поштовх до розвитку складних фінансових інструментів, зокрема фінансових деривативів.

Похідні фінансові інструменти дають змогу перерозподіляти та обмежувати наявні ризики, переносити їх на інших учасників ринку і в такий спосіб виконувати функцію страхування.

Стан фондового ринку в Україні не сприяє розвитку сектора похідних фінансових інструментів. З іншого боку, високий ступінь ризиків обумовлює потребу в якомого швидшому розвитку саме цього сектора з метою забезпечення можливості хеджування.

Таким чином, за своїм призначенням похідні інструменти спрямовані на створення механізмів захисту виробників і споживачів від ризиків з погляду умов придбання та реалізації товарів і фінансових інструментів, дозволяючи уникати цінових ризиків тим суб'єктам господарювання, які не бажають ризикувати.

Виходячи з того, що на сьогоднішній день на фінансовому ринку України практично не використовуються поширені у світі похідні фінансові інструменти, існує цілком об'єктивна необхідність дослідження проблем і перспектив використання цих інструментів в країні.

В Україні для розвитку ринку похідних фінансових інструментів необхідно на законодавчому рівні, спираючись на міжнародні стандарти та нормативні акти, чітко визначити місце похідних фінансових інструментів на фінансовому ринку, їх економічне значення, інфраструктуру ринку, систему обліку й оподаткування операцій з деривативами.

Підвищення ефективності функціонування ринку похідних інструментів неможливе без чіткого визначення основних напрямів його вдосконалення та подальшого розвитку.

Для цього необхідно запровадити такі форми та методи його регулювання, які б значно підвищили рівень захисту прав інвесторів, забезпечили збереження інтересів суспільства та держави.

Використання в Україні світового досвіду похідних фінансових інструментів є ключовою передумовою ефективної реалізації процесу інтеграції валютно-фінансового ринку України у світову економіку і міжнародні валютно-фінансові відносини.

Крім цього, для України нагальною потребою виступає вдосконалення кредитно-фінансового і валютно-грошового ринку та сегменту деривативів зокрема, що сприятиме стабілізації національної економіки при її входженні у світове господарство.

В Україні головною проблемою є пошук шляхів для подолання

економічного занепаду. У цьому контексті міжнародний ринок капіталів виступає об'єктом особливої зацікавленості вітчизняних вчених-економістів, як можливе джерело ресурсів для фінансування економічного зростання.

Таким чином, приймаючи до уваги наявний економічний потенціал Україна має багатосторонні перспективи стати сприятливим місцем для прямих іноземних інвестицій. Оскільки дефіцит капіталу, наявний зараз, швидше за все буде ліквідовуватися за рахунок зовнішніх коштів, необхідним бачиться створення цивілізованого фондового ринку, з пріоритетним розвитком похідних фінансових інструментів для можливостей хеджування.

Інтеграція України до світового фінансового простору неминуче буде супроводжуватися зростанням обсягу контрактів з похідними фінансовими інструментами, і в першу чергу, з опціонами, оскільки вони є найбільш гнучким інструментом стимулювання інвестиційного процесу.

На сьогодні відсутній повний спектр фінансових інструментів, притаманний розвинутим країнам:

- незавершено формування повноцінної нормативно-правової бази для випуску та обігу похідних (деривативів) та деяких видів цінних паперів (наприклад, депозитарних розписок);

- цінні папери, що перебувають в обігу на фондовому ринку, не підкріплені належними механізмами хеджування ризиків інвесторів, що застосовуються у світовій практиці;

- передбачені законодавством види цінних паперів не доведені до рівня деталізації їх характеристик, передбачених міжнародними стандартами класифікації фінансових інструментів тощо.

Ці та інші недоліки у розвитку фінансових інструментів в Україні звужують можливості ефективного їх використання на ринках капіталу, як з боку емітентів та інвесторів, так і з боку професійних учасників.

На нашу думку, основними напрямками вдосконалення розвитку ринку деривативів є:

- запровадження політики державного регулювання операцій з деривативами;

- удосконалення нормативної бази, яка б відповідала загальноприйнятим стандартам діяльності строкового валютного ринку;

- удосконалення системи оподаткування операцій з деривативами;

- подальший розвиток бірж та інших інфраструктурних установ

- (клірингових установ, рейтингових агентств тощо), які необхідні для

- здійснення операцій з валютними деривативами;

- підвищення рівня кваліфікації персоналу банків щодо використання деривативів.

Вважаємо, що для подальшого розвитку та ефективного використання похідних фінансових інструментів в Україні потрібно:

1) створити в Україні повноцінну систему цінних паперів та фінансових інструментів, що відповідає міжнародним стандартам класифікації (кодифікації) їх випусків (*CFI code*) та положенням Директив ЄС з питань ринків фінансових інструментів;

2) збільшити пропозицію на фондовому ринку України фінансових інструментів з високими інвестиційними характеристиками та вбудованими механізмами зниження інвестиційних ризиків власників цінних паперів українських емітентів;

3) забезпечити потреби накопичувальної пенсійної системи у надійних об'єктах інвестування та залучити через фінансовий ринок України протягом найближчих п'яти років не менш як 70 млрд грн. фінансових інвестицій, з них: у корпоративний сектор економіки – понад 40 млрд грн.; у банківську систему – до 15 млрд грн.; у розвиток місцевого господарства – до 5 млрд грн.; до державного бюджету – близько 10 млрд грн.;

4) започаткувати діяльність спеціалізованих ринків фінансових інструментів (деривативів, товарно-розпорядчих цінних паперів тощо), які забезпечуватимуть хеджування ризиків портфельних інвесторів в цінні папери та розширять доступ

емітентів до довгострокових фінансових інвестицій, кредитних, сировинних, енергетичних та інших ресурсів, права на які оформлено цінними паперами та деривативами;

5)підвищити загальну капіталізацію фондового ринку України та довести її до 70–80% відносно ВВП (до 2014 року), збільшити завдяки цьому податкові та дивідендні надходження до бюджету внаслідок зростання обсягів операцій з фінансовими інструментами, підвищення прозорості діяльності емітентів цінних паперів та детінізації економіки.

Отже, широке запровадження похідних фінансових інструментів в Україні стане можливим у середньостроковій перспективі після вирішення всіх проблем та при забезпеченні відповідних умов розвитку валютного, фондового ринків та економіки України в цілому.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІЗИНГУ

ЧАЛА Єлизавета

студентка 5-го курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Проблема фінансового забезпечення розширеного відтворення основних засобів вітчизняних підприємств набуває особливої актуальності в умовах дефіциту фінансових ресурсів, поширення світової фінансової кризи та прискорення розвитку нових технологій.

Одним із продуктивних шляхів залучення капіталу для підприємств, як свідчить зарубіжний досвід, є лізинг. Лізинг – це доволі складне і багатогранне економічне явище, яке поєднує в собі операції купівлі-продажу, оренди, кредитування та інвестування фінансової та підприємницької діяльності.

Україна стала на шлях глибоких соціально-економічних перетворень, неодмінною умовою успішного здійснення яких є розвиток виробничої сфери.

Необхідно використовувати альтернативні методи фінансування витрат на оновлення матеріальної бази і реструктуризацію виробництва. Однією з таких

альтернатив може стати лізинг — ефективний інструмент оновлення основних фондів без значних одноразових витрат капіталу.

Проте, незважаючи на досить великий потенційний попит на даний вид послуг в Україні, він поки що розвинений досить слабо і не дає повною мірою використати всі свої переваги.

Лізинг у різних своїх формах (фінансовий, оперативний тощо) міг би стати непоганою альтернативою кредитуванню. Він дозволяє суттєво зменшити стартові капіталовкладення, а отже, відкриває широкі можливості для розвитку малого та середнього бізнесу. Про це свідчить досвід багатьох країн світу: у формі лізингових операцій здійснюється близько 46% усіх інвестицій в Ірландії, 35% — в Англії, 30% — в США, 26% — в Швеції, 20% — в Австрії, 17% — у Франції.

Український лізинговий ринок розвивався досить успішно, особливо в I половині 2008 р. Покращенню його конкурентоздатності посприяв вихід нових гравців на ринок, а також підвищення обізнаності про лізинг як метод фінансування для українських компаній, що прагнуть залучити довготермінові інвестиції. Проте, у II половині 2008 р. почався спад лізингового ринку, породжений, головним чином, кредитною кризою.

Брак і висока вартість кредитних коштів – не єдина проблема вітчизняного ринку лізингу. Існують ще й такі: наслідки світової економічної кризи; недостатньо дієва та малоефективна система державного регулювання та розбіжності між вітчизняним законодавством і нормами міжнародного лізингового права; відсутність податкових пільг та ефективного механізму прискореної амортизації обладнання, отриманого в лізинг; нерозвинена інфраструктура ринку лізингу, яка повинна включати широку інформаційну систему, мережу страхових і консалтингових компаній, банківські та інші фінансові установи, маркетингові агентства, рекламу тощо; нетривалі терміни лізингових угод через спроби мінімізації лізингових ризиків.

Для розвитку в Україні ринку лізингових послуг необхідно суттєво вдосконалити організаційно-економічне забезпечення лізингових операцій щодо визначених вище проблем на якісно новому рівні, прискорити державне регулювання законодавства для максимальної реалізації потенційних можливостей до оновлення основних засобів та впровадження новітніх технологій.

Таким чином, ринок лізингових послуг в Україні має позитивну тенденцію зростання обсягів діяльності й стрімко розвивається. Незважаючи на економічно-фінансову кризу, позитивним фактором є те, що після різкого спаду у 2009 р. спостерігається поступове зростання обсягів лізингових операцій, кількості угод, вартості активів, наданих у лізинг, та пожвавлення на ринку лізингу в цілому. Враховуючи проведений аналіз та виявлені тенденції, за умови стабілізації економічної ситуації у 2011 р. подальший розвиток ринку лізингових послуг в Україні цілком можливий.

З метою активізації розвитку лізингу в Україні доцільно провести комплекс заходів, який передбачатиме: створення сприятливої законодавчої бази для суб'єктів лізингової діяльності, розвиток механізму сублізингу, удосконалення системи оподаткування, кредитування, амортизації; розширення структур лізингу, урізноманітнення джерел фінансування лізингу (приватний капітал); зниження вартості кредитних ресурсів до рівня, який би не перевищував 20% річних, для забезпечення ефективності лізингових операцій; розвиток системи гарантій, щоб уникнути будь-якої застави при лізингу; зниження вартості нотаріальних послуг з оформлення договорів лізингу з метою послаблення фінансового навантаження на учасників лізингової угоди; надання податкових пільг щодо операцій з міжнародного лізингу для ввезення на територію України високотехнологічного устаткування; створення лізингових центрів, які б спеціалізувалися на обслуговуванні малих підприємств; організацію при обласних лізингових центрах відділів з формування бази даних про попит та пропозицію на обладнання й

устаткування; розроблення державної програми підтримки лізингу, яка б передбачала залучення банківського сектору до розвитку лізингових послуг та ін.

Література:

1. Лісовська Н. Розвиток ринку лізингових послуг в Україні / Н. Лісовська // Товари і ринки. – 2010. – №1. – С.29-36.
2. Кущик А.П. Сучасний стан та проблеми розвитку лізингу в Україні / А. П. Кущик // Вісник запорізького національного університету – 2010. – № 5. – С.153-158.
3. Череп А.В. Методичний підхід до відбору ефективних лізингових проектів / А. В. Череп // Економічний простір – 2011. – №45. – С.184-192.

ДІЯЛЬНІСТЬ ГЛОБАЛЬНИХ КАСТОДІАЛЬНИХ БАНКІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

ЧЕРКЕЗЮК Діана

*аспірант кафедри міжнародних фінансів,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет»*

Фінансова криза 2007—2008 років, що зародилася в США та згодом набула глобальних масштабів, суттєво позначилася на діяльності усіх суб'єктів економіки, зокрема учасників інфраструктурної складової світового ринку цінних паперів, а саме глобальних кастодіальних банків, вимагаючи від них внесення відповідних коректив у власні принципи функціонування.

Історія формування та становлення глобальної кастодіальної діяльності почалася не так давно, у 1980-х роках. Першочергово керівництво та акціонери комерційних банків зацікавилися кастодіальною діяльністю через можливість отримувати потоки доходів на регулярній основі завдяки запровадженню ануїтетних тарифів, коли інвестори сплачували за зберігання та обслуговування своїх активів, а не лише від чистої відсоткової маржі на кредитуванні, що є традиційною моделлю комерційного банку. Також приваблював низький рівень зношуваності основного капіталу (оскільки активи належать інвесторам, вони не вносяться до балансу).

Посередницька кастодіальна діяльність стала стратегічним засобом розвитку певних фінансових установ на світовому рівні. Під управлінням

глобального кастодіального банку перебувають цінні папери, що емітовані відповідно до законодавств різних країн. Поява даного виду діяльності стала наслідком глобалізації інвестиційних процесів та масової присутності ангlosаксонських інвесторів на території континентальної Європи, які бажали диверсифікувати власні портфелі та збільшити кількість транскордонних операцій.

Кастодіани повністю перейняли комерційний підхід щодо стосунків з інвесторами. Вони стали провайдерами послуг, в функції яких увійшли не лише адміністративні чи технічні завдання. Серед таких послуг варто виокремити:

- надання інформації про портфелі (оцінка, звітування);
- надання технічних даних по ринках;
- процедури оподаткування;
- управління кредитами/позиками під заставу цінних паперів;
- управління депозитними рахунками на вимогу, забезпеченими рахунками в цінних паперах;
- аналіз ризиків;
- голосування за довіреністю.

На світовому рівні, ринок глобальної кастодіальної діяльності високо консолідований і очолюється американськими банками, які першими виокремили кастодіальну діяльність в окрему галузь.

На початку діяльності глобального кастоді, тарифи за зберігання стрімко знижувались. Це було досягнуто частково завдяки конкуренції між глобальними кастодіанами, незважаючи на значну консолідованість галузі. Крім того, останнім часом провайдери в погонях за економією масштабів консолідувалися до такого рівня, коли лише чотири банки обслуговують три чверті вартості усіх активів глобального кастоді.

Частково падіння тарифів було пов'язане з підвищенням продуктивності галузі завдяки розвитку ринкової інфраструктури із запровадженням

центральної депозитаріїв та переведенням цінних паперів в бездокументарну форму.

Пізніше, незважаючи на витрати на технологічне оновлення та аутсорсинг процесингових завдань до малозатратних юрисдикцій, наприклад Індії, складність інтегрування клієнтів, персоналу та систем безперервної серії поглинань підірвала ефективність. Протягом останніх десяти років лише традиційна банківська практика кастодіанів дозволяла утримувати тарифи на низькому рівні, водночас з року в рік нарощуючи прибутковість, а саме надання у кредит клієнтських активів третім сторонам, та отримання доходів від клієнтів в разі їх залучення в транзакції. Починаючи з 1990-х років, глобальні кастодіани розробили таку модель бізнесу, яка закріпила використання ключових послуг зі зберігання та обслуговування активів для залучення активів, які можна використовувати на ринку для отримання винагороди під час кредитування під заставу цінних паперів та спредів на готівковому ринку та ринку обміну валют.

Зважаючи на таку структуру кастодіальної діяльності стає очевидним, що значні доходи глобальних кастодіанів в період фінансового буму до початку кризи 2007-го року залежали від послаблених монетарних умов, позитивних відсоткових ставок та зростаючих ринків акцій, торгівлі цінними паперами та інвестицій, левериджу, коротких продажів, міжвалютної транзакційної діяльності, яку вони стимулювали.

Криза багато в чому змінила ставлення інституційних клієнтів до глобальних кастодіанів. Певні епізоди кризи, наприклад крах Lehman Brothers, навчили їх, що захищеність активів не можна приймати як належне, навіть при співпраці з провідними глобальними кастодіанами. Тепер більш обачні інституційні інвестори розуміють, що відносини з глобальними кастодіанами піддають їх активи ряду ризиків, які не покриваються кастодіанами. В таких умовах в інвесторів виникає об'єктивне бажання перенести певні ризики на

кастодіанів, особливо в період глобальної фінансової нестабільності і невизначеності.

Водночас регулятори чинять певний тиск на глобальних кастодіанів, змушуючи їх брати на себе додаткові ризики та накладаючи вищі вимоги щодо достатності основного капіталу.

Таким чином, в умовах інституціональних змін та необхідності докорінної реструктуризації світової фінансової архітектури глобальні кастодіани постали перед потребою адаптуватися до нових реалій, зважаючи на запити існуючих та потенційних клієнтів, а також враховуючи нові вимоги з боку регуляторів.

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ БАНКІВ З ІНОЗЕМНИМ КАПІТАЛОМ В УКРАЇНІ

ЧУСЬ Юлія

*студентка кафедри банківської справи,
Чернігівський державний інститут економіки і управління*

Сучасний стан банківської системи в Україні характеризується поступовим зростанням кількості фінансово-кредитних установ на ринку, входженням представників великого іноземного капіталу у вітчизняний банківський сектор, що в результаті спричиняє поглиблення конкурентної боротьби, зниження норми рентабельності банківської діяльності та погіршення ринкового становища.

У багатьох країнах Центральної та Східної Європи важливим джерелом зростання капіталізації комерційних банків став приплив іноземного капіталу. Аргументи проти зростання частки іноземного капіталу пов'язані тут, як правило, із загрозою потенційної втрати контролю над банками та економікою країни у цілому. Однак саме іноземний капітал сприяв стрімкому розвитку банківського сектору цих країн. Банки з іноземним капіталом сприяли посиленню конкуренції на ринку банківських послуг та розширенню їх асортименту [3]. Вихід на ринок України іноземні банки здійснювали здебільшого шляхом отримання контролю над вже діючими банками.

Узагальнюючи провідні теорії із зарубіжного інвестування, І.Е. Гольченко робить висновок, що основним мотивом іноземного інвестування виступає максимізація прибутку шляхом інвестування у більш прибуткові проекти за прийняттого рівня ризику. Крім цього, при зарубіжному інвестуванні враховуються численні чинники, які впливають на прибутковість та ризикованість інвестицій, наприклад, рівень реальних відсоткових ставок, норма прибутку, динаміка валютних курсів, темпи інфляції та економічного зростання, державне регулювання та податки тощо [3].

Потрібно зауважити, що серед визначальних факторів, які сприяють активізації впровадження банківського маркетингу, одним із основних, на який потрібно звернути особливу увагу, з точки зору автора, є активний розвиток вітчизняного роздрібного банківського бізнесу в останні роки. У банківських установ виникає закономірна потреба у впровадженні маркетингових підходів до побудови ефективних відносин з клієнтами – фізичними особами [2].

Серед основних загальних тенденцій розвитку банківського маркетингу (в контексті зростання конкуренції) на сучасному етапі розвитку української фінансової системи фахівці виокремлюють наступні: універсалізація банківської діяльності; лібералізація регулювання банківської діяльності; розширення регіональної та національної діяльності фінансових інститутів; вихід на ринок банківських послуг небанківських установ; посилення ролі нецінових методів конкуренції; глобалізація та інтернаціоналізація ринків фінансових послуг [3].

До інших найбільш поширених маркетингових інноваційних змін, у вітчизняних банках можна віднести:

- 1) зміна структури та вигляду банківської установи: багатоканальна діяльність з поєднанням нових та традиційних технологій та інструментів; самообслуговування; дистанційне обслуговування; телефонні центри;

2) віртуальні банківські та фінансові технології: управління банківськими рахунками, готівкові розрахунки, електронний підпис, укладання контрактів;

3) комплексне використання нових інформаційних та комунікаційних технологій для електронного та змішаного (традиційного та нового) маркетингу;

4) нові можливості внутрішнього контролю та аудиту (що також позитивно впливає на якість банківських послуг);

5) зміни в кваліфікації робітників: продукт-менеджер, консультант, спеціаліст з трансакцій та консультацій.

Сучасні тенденції на світовому ринку банківських послуг свідчать, що головна увага провідних західних банків сфокусована, в першу чергу, на зміні структури та іміджу банку. Так з'являються нові організаційні структури, змінюється методологія взаємовідношень з клієнтами та принципи управління офісами, менеджерам відділень надаються окремі додаткові повноваження та права.

Найбільш масовим маркетинговим заходом серед вітчизняних банків останніми роками став ребрендинг, першими користувачами якого стали банки, придбані іноземними власниками. Його використовують як великі банки (ПАТ «Райфайзен банк Аваль», ПАТ «УкрСиббанк», ПАТ «Надра»), так і середні банки (ПАТ «Альфа-банк», ВАТ «ВіЕйБі Банк», ВАТ «СЕБ Банк», ВАТ «Кредобанк», ЗАТ «Агробанк»). Ребрендинг – це не лише зміна зовнішнього вигляду банку, але і зміна його корпоративної культури, форми зовнішніх комунікацій та бізнес-стратегії компанії. Одним з найбільш показових прикладів післяпродажних перетворень став ребрендинг ПАТ «ОТР банк», активи (у 2011 році) якого в результаті зазначеної кампанії збільшилися на 60%, вклади населення зросли на 65%, сукупний приріст на внутрішньому ринку склав 38% [1].

У розвинених країнах світу кількість банків скорочується, банки йдуть на злиття та поглинання, що підвищує концентрацію ринку. У переважній більшості країн на банківському ринку домінує олігополія. Так, наприклад, в Європі ринкова частка п'яти найбільших банків, як правило, досягає 50%. У майбутньому банківські олігополії будуть тільки зміцнюватися. У державах з перехідною економікою особлива роль належить експансії з боку транснаціональних банків. У найближчому майбутньому головним чинником посилення конкуренції у банківському секторі стане перехід на принципи нової Базельської угоди про достовірність капіталу (Базель II). Відмова від традиційного регулювання за допомогою нормативів, розрахованих на основі банківського балансу, на користь підходу, зорієнтованого на врахування ризиків, безумовно, вплине на кількість банків. Базель II визначає новий метод розрахунку обсягу капіталу, що змусить банки збільшувати обсяги капіталу шляхом злиття та поглинання.

З огляду на відкритість національної економіки банківська система України переживає прискорення інтеграції у зв'язку з розширенням присутності у ній іноземного капіталу. В подальшому зі збереженням урядом України попередньої політики присутність іноземного капіталу у вітчизняній банківській системі зростатиме. Прихід іноземного капіталу з належною репутацією є важливим чинником розвитку банківського сектору.

Іноземний капітал приносить в Україну сучасні банківські технології, нові фінансові продукти, культуру банківського корпоративного управління, що сприятиме підвищенню рівня конкуренції [3].

Отже, банківські установи зацікавлені у подальшій розробці та впровадженні нових продуктів та сервісних рішень, а також модернізації інструментарію ринкового позиціонування з метою мінімізації операційних витрат та приведення цін на продукти до такого рівня, який відповідає ефективній конкурентній позиції. Впровадження маркетингових інновацій являє собою механізм оновлення стратегії банківської діяльності.

Література:

1. Кривич Я.М. Управління інноваційним потенціалом банку : дис. канд. економ. наук : спец. 08. 00. 08 – Гроші, фінанси і кредит : захист 17.12.2011 / Я.М. Кривич. – 2011. – 290 с.
2. Федірко В.В. Управління клієнтською базою в системі маркетингу відносин банку : дис. канд. економ. наук : спец. 08. 00. 08 – Гроші, фінанси і кредит : захист 04.12.2009 / В.В. Федірко, 2009. – 248 с.
3. Уманців Ю. Конкурентна політика на ринку банківських послуг у контексті глобалізації / Ю. Уманців // Банківська справа. – 2009. – № 5. – С. 55-72.

СУЧАСНИЙ СТАН ФАКТОРИНГОВИХ ПОСЛУГ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

ШКАРІВСЬКА Валерія

студентка 5 курсу,

Дніпропетровська державна фінансова академія

Факторинг отримав розвиток в Україні нещодавно і ще не є достатньо підкріпленим законодавчо-нормативними документами. Через швидкий розвиток таких відносин гостро виникла необхідність дослідження факторингу. Крім того, середній бізнес в Україні, розвиток якого забезпечується надаванням додаткових оборотних коштів через проведення факторингу, не має належної підтримки через недостатній розвиток даного виду банківської послуги.

Метою даної роботи є дослідження стану і особливостей сучасного розвитку факторингових послуг комерційних банків України.

Згідно Закону України «Про банки і банківську діяльність» факторинг визначається як набуття права вимоги щодо виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги з узяттям на себе виконання таких вимог і приймання платежів.

В Україні динамічний розвиток факторингових послуг почався з 2001 року. В даний час на українському ринку близько 80 компаній надають факторингові послуги, більше 40 з яких банки. Але фактично основний оборот факторингових операцій припадає на 5-7 великих банків які конкурують між собою.

Економічна ефективність факторингових операцій виявляється в тому, що факторинг дозволяє істотно підвищити ліквідність активів, рентабельність компаній та їхню платоспроможність, а це, як наслідок, сприяє економічному зростанню. В Україні факторинговими послугами користуються здебільшого середні та малі підприємства. Факторинг для них – зручний спосіб мінімізації витрат на утримання спеціальних фінансових контор за допомогою перенесення їх обов'язків спеціалізованим компаніям-експертам. Разом з тим банк, який надає факторингові послуги, здійснює кредитування оборотного капіталу замовника та бере на себе його кредитний і валютний ризики, а також дозволяє клієнту-постачальнику отримувати основну частину грошової виручки.

На сьогодні стан ринку факторингу в Україні є досить неоптимістичним, адже світова криза вплинула і на роботу банків в першу чергу, у якій сьогодні спостерігається дефіцит створеного фонду для проведення таких операцій. Через обслуговування нинішньої заборгованості немає змоги для нарощування портфелів під факторингові операції. Велика частина проектів з міжнародного факторингу була призупинена

Серед проблем розвитку факторингових послуг в Україні можна виділити ключові:

- використання банком при оцінюванні потенційного клієнта факторингу схеми, ідентичної при кредитуванні, неврахування того, що факторинг не є аналогом кредиту й спрямований на зростання продажів та рентабельності;
- здійснення банками як факторингу лише фінансування без додаткових послуг, що суперечить світовій практиці та сутності факторингу;
- якість послуг факторингу в Україні не контролюється, у законодавстві не закріплено вимоги щодо стандартів якості факторингових послуг фінансових установ;
- відсотки, які застосовують вітчизняні банки у тарифах за обслуговування факторингових послуг, є надзвичайно високими.

Ще однією причиною, яка стримує розвиток факторингу в нашій країні, є високі витрати. Факторингова операція трудомістка і головне, дорога з точки зору собівартості. На відміну від комерційного банківського бізнесу (наприклад, кредитування), основні витрати на факторинг – не операційні, тобто пов'язані з вартістю грошових ресурсів. Це витрати на техніку, персонал і оренду. Окупитися вони можуть тільки за умов дуже великого обороту.

Одна з основних проблем, з якою стикаються банки в Україні – нестача професіоналів, адже з точки зору реалізації факторинг – це процедура складна. Щоб надавати такі послуги, потрібні кваліфіковані спеціалісти і юристи, які б знали тонкощі різних видів виробництва. В іншому випадку факторинговий бізнес може виявитися збитковим.

Основним чинником, який стримує розвиток факторингу в Україні, залишається відсутність відповідного законодавчого забезпечення. Прийняття необхідних нормативних документів створило б умови для ефективного функціонування ринку факторингових послуг як одного з перспективних джерел фінансування діяльності суб'єктів господарювання, тому що це не просто фінансування певних витрат, а саме сукупність рівноцінних для підприємства фінансово-посередницьких послуг.

Отже, факторинг – це ефективний та надійний інструмент фінансової підтримки бізнесу суб'єктів господарювання, особливо під час кризових явищ. Грамотне використання цього інструменту розкриває можливості для подальшого розвитку компанії, гарантує отримання великих прибутків і зміцнення ринкових позицій підприємств. Усунення існуючих проблем у сфері надання факторингових послуг є надзвичайно важливим для інтеграції України у світову економічну систему.

Література:

1. Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 07.12.2000 рр. № 2121-III.

2. Прохорова Ю.В. Дослідження стану ринку факторингу в Україні / Ю. В. Прохорова // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2010. - №30. - С. 53-56.

3. Гриценко М. П. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку факторингових послуг в Україні / М. П. Гриценко // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». - 2010. - №2. - С. 15-23.

СЬОГОДЕННЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ: ПЕРЕБУДОВА ТА ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ

ШУЛЬГА Юлія

*викладач кафедри банківської справи, аспірант,
Чернігівський державний інститут економіки та управління*

В умовах інтенсивного розвитку процесів глобалізації та інтернаціоналізації банки стали основними фінансовими посередниками, що забезпечують фінансовими ресурсами учасників міжнародних відносин. З метою максимального охоплення ринку, вітчизняні банківські установи пропонують поряд зі звичними послугами і нетрадиційні для банків види послуг: лізинг, факторинг, страхування, інформаційне забезпечення, інжиніринг та ін. Динамічний інтеграційний процес повною мірою базується на інтернаціоналізації банківської діяльності, яка бере свій початок і активно розвивається з другої половини ХХ століття.

У кризові післявоєнні роки діяльність банківських систем більшості країн була направлена на подолання внутрішніх проблем національних економік. З другої половини 60-х років активізація інтеграційних процесів в Західній Європі сприяла „взаємопроникненню” банківських систем. Із середини 70-х років екстенсивний шлях освоєння зарубіжних ринків банками провідних економічних центрів змінився на інтенсивний, сам характер діяльності полягав у зосередженні на процесах концентрації і централізації для створення широкої зарубіжної мережі.

Причинам інтернаціоналізації приділяє увагу у своїх працях П.Калліер, він виділяє п'ять основних факторів: вихід банків на зарубіжні ринки за новими

клієнтами; значна конкуренція на вітчизняних ринках; діяльність на міжнародних ринках дала можливість банкам використовувати власні продукти за нижчою вартістю; потреба країни у розширенні світових економічних зв'язків; залучення дешевих ресурсів для своєї діяльності [1].

Штойбер зазначає, що інтернаціоналізація світових банківських систем стала поштовхом до двох важливих моментів інтеграції банків: зміна організаційної структури – спеціалізовані банківські системи поступово трансформувались в універсальні; розширення закордонних зв'язків – активний розвиток кореспондентських відносин із закордонними партнерами [1].

Європейські інтеграційні процеси створили якісно нові умови для банківської діяльності. Економічна інтеграція підсилила централізацію і концентрацію банківського капіталу всередині окремих європейських країн, а також на міжнародному рівні. Проте сьогодні, поглиблення фінансової інтеграції з Європейським Союзом (ЄС) на тлі загострення фінансово-економічної кризи в країнах Єврозони викликає певні труднощі для національних банківських систем.

У цьому контексті перед Україною постало складне завдання – підтримати макроекономічну стабільність, зміцнити банківську систему, і в той же час впроваджувати євроінтеграційну стратегію, виконуючи зобов'язання Угоди про зону вільної торгівлі.

Відповідно до Програми інтеграції України до Європейського Союзу, схваленої Указом Президента України № 1072/2000 від 14.09.2000 р., основною метою співробітництва України з ЄС є набуття нею членства Європейського Союзу. Це передбачає здійснення процесів євроінтеграції в усіх секторах економіки України, в тому числі у фінансовій та банківській системі [3].

Відповідно до визначеної мети основними напрямками євроінтеграційної політики національної банківської системи є:

- 1) збереження економічного суверенітету в умовах інтеграційного процесу з ЄС;

2) уникнення протиріч інтересів України та її банківського сектору з інтересами країн ЄС;

3) контроль надходження та впливу іноземного капіталу на вітчизняну банківську систему та економіку;

4) безперервність процесів євроінтеграції;

5) стимулювати вплив банківської системи на темпи і масштаби вітчизняного товаровиробництва.

Для адаптації вітчизняної банківської системи до європейських стандартів потрібен певний перехідний період. Проте, принципові зміни у нормативно-правовій базі мають бути запроваджені до початку функціонування розширеної та поглибленої ЗВТ. Тому виникає важливе питання пріоритетності та послідовності змін у банківське регулювання.

Дане питання передбачає аналіз наслідків запровадження в Україні норм і правил відповідних банківській діяльності у ЄС. У її основу покладено правила Базельського комітету з питань банківського нагляду. Наразі, це Треті правила Комітету (Базель-III), які з'явилися як відповідь на світову фінансово-економічну кризу.

Суть правил Базель-III полягає в акцентуванні уваги на трьох аспектах банківської діяльності. А саме:

1) Посиленні вимог до якості капіталу. Формування «антициклічного буферу» капіталу.

2) Запровадженні коефіцієнту левериджу (відношення обсягу позичкових коштів до власних) на рівні 3 % та нових коефіцієнтів ліквідності: коефіцієнту ліквідного покриття та коефіцієнту чистого стабільного фінансування.

3) Реформуванні механізмів гарантування вкладів населення. Рекомендований мінімум для банків країн ЄС встановлено на рівні 100 тисяч євро (в Україні – 150 тис. грн) [2].

Таким чином, процес адаптації вітчизняної законодавчої бази у сфері банківського регулювання до норм ЄС має цілу низку ключових напрямів розвитку фінансової і банківської системи на найближчі роки.

Результати інтеграції банківської системи повинні відповідати стратегічному пріоритету фінансової політики України – забезпечення стабільності банківської системи. Антикризова і антициклічна спрямованість нововведень Базель-III дає підстави стверджувати, що завдяки введенню цих правил вдасться досягти:

- покращення інвестиційного клімату України, активізації руху інвестиційного капіталу через кордони держави, забезпечити належний захист інвесторів;
- стабільності та надійності вітчизняної банківської системи;
- вдосконалення нормативно-правової бази для здійснення нагляду та регулювання банківської діяльності в Україні;
- покращення якості систем ризик менеджменту та внутрішнього контролю у банках, підвищення рівня корпоративного управління;
- забезпечення цілісності фінансової системи, що є умовою ефективної співпраці її суб'єктів.

Разом з тим, зважаючи на цілі економічної політики, перебудова банківської системи має відповідати їх головному завданню - забезпечення збалансованого економічного розвитку України. Оскільки національна банківська система, що включає банки з іноземним капіталом, є складовою економіки України, механізми регулювання банківського сектору мають діяти із врахуванням необхідності забезпечення стабільності банківської системи, захисту інтересів клієнтів банків та активної участі банків в реалізації основних завдань економічного розвитку країни.

Враховуючи ризики та проблеми, що нині існують у європейській банківській системі, недоліки системи банківського регулювання, які виявила

фінансово-економічна криза, до процесу євроінтеграції слід підходити вкрай виважено і обережно.

Література:

1. Савелко С. О. Досвід та особливості функціонування банківських систем європейських країн / С. О.Савелко // Ефективна економіка. – 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=645>

2. Клименко І. Щодо інтеграції банківської системи України до банківської системи Європейського Союзу. Аналітична записка / І. Клименко, Я. Белінська // Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України. – 2012. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/777/>

3. Указ Президента України «Про Програму інтеграції України до Європейського Союзу» № 1072/2000 від 14.09.2000 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1072/2000>.

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМНОГО РИЗИКУ В БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ

ШУЛЬЖЕНКО Галина

*аспірант кафедри банківської справи,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»*

Світова фінансова криза, що охопила банківський сектор більшості країн світу у 2008 році, виявила принципові недоліки в організації системи управління ризиками банківської діяльності як на макро-, так і на мікрорівні. Банківський сектор України зазнав суттєвих негативних фінансових наслідків, що виявилися в істотному зменшенні банківського капіталу, збитковості банківської діяльності, зниженні ліквідності та фінансової стійкості банківських установ. Таким чином, розвиток банківського менеджменту у посткризовий період повинен спрямовуватись на подолання принципових недоліків в організації системи управління ризиками банківської діяльності, які були виявлені в умовах загострення світової фінансової кризи. Недостатня ефективність системи ризик-менджменту у банках України спричинила виникнення цілого ряду негативних наслідків як для фінансового сектора держави, так і для добробуту громадян. Отже, проблема розвитку науково-

методичних підходів до управління ризиками банківської діяльності в посткризових умовах розвитку економічних відносин є актуальною та має практичне значення.

Світова фінансова криза проілюструвала, наскільки взаємозалежним наразі є фінансовий ринок світу. Кризові явища та шоки в одній країні або банківській системі можуть спричинити відчутний негативний вплив на суб'єкти господарювання або ринки інших країн світу. На сьогоднішній день у переважній більшості банківських систем та економік провідних держав досягнута стабілізація та поступово розвиваються напрямки відновлення зростання. Це також пов'язано із реалізацією синхронізованих регуляторних заходів як на національному рівні, так і на наднаціональному.

Проте, незважаючи на помітні позитивні тенденції, системний ризик в банківському секторі досі не усунуто. Це пов'язано також із тим, що застосовані антикризові заходи потребували великих фінансових витрат та мали ряд негативних побічних ефектів. Крім того, дослідження кризових подій свідчить про неспроможність діючої системи банківського регулювання та нагляду управляти системним ризиком. Таким чином, з огляду на безперечну актуальність проблема розробки концепції ефективного управління системними банківськими ризиками потребує негайного вирішення.

Так, системний ризик в банківництві визначається Національним банком України як «ризик порушення діяльності всієї фінансової системи з потенційними серйозними негативними наслідками для внутрішнього ринку та реального сектору економіки» [1]. системні ризики пов'язані із середовищем функціонування банківської системи країни, а, отже, їх умовно можна поділити на дві групи:

- 1) системні ризики, пов'язані із державою як керівною економічною підсистемою та учасником фінансового ринку;
- 2) системні ризики, пов'язані із фінансовим ринком.

Високий рівень системного ризику в банківській системі України спричинюється рядом факторів, серед яких можна відзначити наступні:

- зростання обсягу іноземного капіталу у вітчизняній банківській системі, що, з одного боку, суттєво розширив можливості банків видавати іпотечні, споживчі та інші види кредитів, проте, з іншого боку, зменшив вимоги до адекватного вимірювання величини ризиків. Саме це стало однією з причин посилення системного ризику;

- змовна поведінка банківського менеджменту, приховані гарантії з боку державних органів, що унеможлиблює ефективне управління системними ризиками;

- інформаційна неефективність ринку банківських послуг (асиметрія інформації);

- відсутність дієвої системи управління ризиками на державному рівні, а також нерозвиненість нормативно-правової бази у цій сфері;

- диспропорції у розвитку інтернаціоналізації банківської системи України;

- взаємопов'язаність банківських установ між собою шляхом участі у кредитних консорціумах, реалізації сумісної кредитної або депозитної політики, коли ризик одного банку безупинно поширюється і на інші установи;

- низький рівень професійної кваліфікації відповідальних осіб.

Реалізація системного ризику під час світової фінансово-економічної кризи окреслила проблему існування системно значимих фінансових установ, діяльність яких, точніше припинення діяльності яких, здійснює суттєвий вплив на функціонування фінансового сектору та фінансову стабільність в країні. Це, у свою чергу, потребує відповідної фінансової підтримки з боку держави та порушує проблему морального ризику, який пов'язаний з реалізацією системно значимих фінансових установ агресивних ризик-стратегій (відповідно високоприбуткових) з надією отримання державної підтримки в майбутньому.

У світовому фінансовому співтоваристві на позначення терміну системно значимих фінансових установ вживається словосполучення «too big to fail», що означає «занадто великий, щоб збанкрутіти», та вперше було застосовано Конгресом США у 1984 р. з приводу випадку втручання Федеральної корпорації зі страхування вкладів в діяльність трастового національного банку Контінентал Іл'іноїс (Continental Illinois National Bank and Trust Company) з метою підтримання його стійкості. Подальшого поширення термін набув під час світової фінансово-економічної кризи, яка бере свій початок з іпотечної кризи США 2007 р., та відмові в державній підтримці урядом США восени 2008 р. одному зі світових лідерів інвестиційного банківського бізнесу – «Лерман Бразерс» (Lehman Brothers Holdings), та подальшого його банкрутства.

Література:

1. Глосарій банківської термінології [Електронний ресурс] / Національний банк України. – Режим доступу: http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123653&cat_id=123321

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ФІНАНСОВОГО РИНКУ

ЮХИМЕНКО Вікторія

*студентка 4 курсу спеціальності «Менеджмент організації»,
Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького*

Одним з найважливіших напрямів досліджень у фінансовій сфері є банківський менеджмент, що визначає ефективність діяльності банку загалом. Банківський менеджмент – це управління банком в умовах ринку, що означає:

–орієнтацію банку на попит і потреби ринку, на запити клієнтів та створення таких банківських продуктів і послуг, які користуються попитом і можуть дати банкові запланований прибуток;

–постійне прагнення до підвищення ефективності банківської діяльності з метою зменшення витрат і одержання оптимальних результатів;

–коригування цілей, завдань і програм банку залежно від кон'юнктури ринку;

–необхідність використання сучасної інформаційної бази (комп'ютерних мереж та зв'язків з валютною і фондовою біржами, іншими кредитно-фінансовими інститутами) з метою здійснення багатоваріантних розрахунків для прийняття обґрунтованих і оптимальних рішень;

–раціональний добір персоналу та його ефективне використання [1, 60].

Банківська діяльність представляє собою специфічну сферу бізнесу, яка визначає особливості мислення і поведінки зайнятих в ній працівників, що в будь-якому випадку відображається на змісті банківського менеджменту.

Під банківською діяльністю у визначенні банківського менеджменту розуміється діяльність банку з метою одержання прибутку. Змістом банківської діяльності є забезпечення банківського процесу всіма необхідними ресурсами й організація технологічного циклу в цілому (наприклад: розробка і вдосконалення банківських технологій, забезпечення необхідного рівня банківських продуктів і послуг, виконання всіх видів банківських операцій, матеріально-технічне оснащення для здійснення банківської діяльності, забезпечення персоналом, підтримання ліквідності та прибутковості банку) [1, 61].

Визначення цілей діяльності банку на найближчу і подальшу перспективи – це основне у менеджменті (management by objectives). Управління шляхом постановки цілей здійснюється з урахуванням оцінки потенційних можливостей банку і забезпечення їх відповідними ресурсами.

Банківський менеджмент має свою специфіку, що визначається такими рисами:

1) особливість цілей;

2) деякі кількісні показники (клієнтура, обсяг депозитів, кредитних вкладень, інвестицій, обсяг операцій і послуг тощо);

3) набір якісних чинників (показники доходів і витрат, швидкість обороту коштів, трудомісткість операцій, ступінь задоволення запитів клієнтів з обсягу,

структури, якості послуг, що надаються, можливості банку із забезпечення конфіденційності переговорів, інформаційна безпека тощо);

4) соціальні характеристики персоналу (у тому числі професійна підготовка, ставлення до праці, вирішення соціальних проблем);

5) регулювання діяльності з боку держави; так, Національний банк встановлює для комерційних банків економічні нормативи капіталу, ліквідності та ризиків;

6) різноманітні сфери управління, до яких належать грошовий обіг і кредитні відносини на макро- і мікро- рівнях, наявність істотних ризиків під час здійснення банківських операцій [2, 68-69].

Провідна роль у системі менеджменту належить менеджерам – керівникам нової формації, які мають всебічні знання у галузях економіки, психології, соціології, інноватики, володіють сучасними інформаційними технологіями, технікою ділового спілкування, завдяки чому вміють чітко визначити стратегічні цілі організації і консолідувати дії персоналу для їх досягнення.

Зміст банківського менеджменту складає:

- планування – дозволяє заглянути в майбутнє банку, передбачити цілі, сферу, масштаби і результати його діяльності в порівнянні з джерелом і затратами. Результатом планування являється розробка бізнес-плану (звідний план розвитку банку), а також оперативних планів по окремих напрямках (кредитна, інвестиційна, депозитна, процентна, кадрова та ін. політика);

- аналіз – направлений на оцінку діяльності банку в цілому і по окремих напрямках на основі порівняння фактично досягнутих результатів з прогнозованими і з результатами найкращих банків.

Головними напрямками аналізу являються: оцінка динаміки об'ємних показників діяльності банку: активів, депозитів, власного капіталу, кредитів, прибутків;

- регулювання – в системі банківського менеджменту має визначені особливості, обумовлені наявністю державного контролю за діяльністю комерційних банків;

- контроль – в банківській діяльності поділяється на зовнішній та внутрішній. Зовнішній контроль здійснює Національний банк і зовнішні аудитори. Внутрішній контроль організовується самим банком [3, 5-9].

Сфера банківського менеджменту поділяється на два блоки: фінансовий менеджмент; управління персоналом. Фінансовий менеджмент охоплює управління рухом грошового продукту, його формування і розміщення, у відповідності з цілями і задачами конкретного банку. Основними напрямками фінансового менеджменту за Лаврушиним О.І. являються: розробка банківської політики з конкретизацією по окремим сферам діяльності банку (депозити, кредити, інвестиції, послуги і т. д.); банківський маркетинг; управління активами і пасивами банку; управління ліквідністю; управління прибутками; управління власним капіталом; управління кредитним портфелем; управління банківськими ризиками.

Другою сферою банківського менеджменту являється управління персоналом, яке направлене на раціональне використання знань банківських працівників, як необхідна умова ефективності фінансового менеджменту. Він включає: мотивацію праці; організацію праці працівників банку; розміщення кадрів; систему підготовки і перепідготовки банківських кадрів; механізм оплати праці, стимулювання; організацію контролю; систему кар'єрного росту; принципи поведінки в колективі [3, 10].

Отже, менеджмент – це самостійний вид професійно здійснюваної діяльності, спрямованої на досягнення в ході будь-якої господарської діяльності комерційного підприємства, що діє в ринкових умовах, певних намічених цілей шляхом раціонального використання матеріальних і трудових ресурсів із застосуванням принципів, функцій та методів економічного механізму менеджменту. Інакше кажучи, менеджмент – це управління в умовах

ринкової економіки. Банківський менеджмент – це управління банком в умовах ринку. Використання механізму банківського менеджменту спрямоване на вирішення конкретних проблем взаємодії в реалізації соціально-економічних, технологічних, соціально-психологічних завдань, що виникають у процесі банківської діяльності. Механізм менеджменту об'єктивно зумовлений здійсненням банківської діяльності в ринкових умовах, коли результати управлінської і господарської діяльності одержують оцінку на ринку в процесі обміну.

Кінцева мета банківського менеджменту – забезпечення прибутковості в діяльності банку шляхом раціональної організації виробничого процесу, включаючи управління банком і розвиток техніко-технологічної бази, а також ефективне використання кадрового потенціалу з одночасним підвищенням кваліфікації, творчої активності та лояльності кожного працівника.

Література:

1. Банківський менеджмент: Підручник / За ред. О. А. Кириченка, В. І. Міщенко. – К.: Знання, 2005. – 831 с. – (Вища освіта XXI століття).
2. Васюренко О. В. Банківський менеджмент: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 320 с. – (Альма-матер).
3. Основы банковского менеджмента: Учебное пособие / Под общ. ред. О. И. Лаврушина. – М.: ИНФРА-М, 1995. – 144 с.

СУТНІСТЬ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

ЯРОВА Марина
студентка,

Черкаський національний університет ім. Богдана Хмельницького

Останнім часом, коли змінилася економічна ситуація в Україні в банківській сфері розпочався процес принципових змін. Посилилась конкуренція комерційним банкам зі сторони небанківських фінансових структур, у зв'язку із зниженням рівня довіри до комерційних банків, почався відплив вкладів з банків. В Україні у банківську сферу активно проникають страхові, брокерські, ощадні, трастові та інші компанії, пенсійні фонди,

торговельно-промислові та фінансові корпорації. Щоб вижити на ринку, банкам необхідно освоювати нові види послуг, нові форми бізнесу, висувати на перше місце інтереси клієнтів. Саме тому стають актуальними питання впровадження маркетингу в банківську сферу. Банківський маркетинг, у даній ситуації, виступає, як поєднання конкретних технічних прийомів праці з новими підходами банківських службовців до клієнтів.

Сучасні банки безупинно змінюються і модернізуються. Ті банківські реалії, які вважаються повсякденністю зараз, ще років п'ять тому були незвичні, а ті, що здаються нам неможливими сьогодні, можуть завтра стати беззаперечними. У сучасному світі стояти на місці означає безнадійно відставати, тому необхідно чітко уявляти собі тенденції розвитку, щоб слідувати їм в просуванні банку на фінансовому ринку. Якщо ми хочемо вийти на один рівень з країнами з розвиненою банківською системою, нам необхідно аналізувати їх досвід та, використовуючи його, якнайшвидше намагатись досягти високого рівня розвитку.

Інтенсивне застосування елементів маркетингу на науковій основі було започатковане американськими банками у середині 50-х років XX сторіччя. Приблизно через 5 – 10 років ці процеси почалися в банківських установах Західної Європи і Японії. Ступені застосування елементів маркетингу в діяльності американських та європейських банків на початку 1970-х років урівноважилися і з цього часу йдуть паралельно. В історичному процесі розвитку банківського маркетингу можуть бути виділені окремі фази розвитку. Тобто закордоном банківський маркетинг розвивався поступово, а нам треба досягти високого рівня за короткий період [1, 53].

Принциповою відмінністю процесів еволюції банківського маркетингу можна вважати те, що в індустріально розвинених державах інтенсивне використання інструментів маркетингу почалося із сфери матеріального виробництва та торгівлі, і вже пізніше їх почали активно освоювати суб'єкти фінансового ринку. В Україні мав місце зворотний процес, оскільки у першій

половині 1990-х років спостерігалось різке падіння обсягів матеріального виробництва, як результат – дефіцит товарної маси і майже повна відсутність конкуренції на товарних ринках не спонукали їхніх суб'єктів до запровадження маркетингових інструментів. Водночас активно формувалась інфраструктура фінансового ринку, яка і започаткувала запровадження маркетингових інструментів в економіку України.

Банківський маркетинг пов'язаний з поняттями продукт і послуга. Банківський продукт – це стандартизовані процедури, що забезпечують виконання банками операцій, згрупованих за відповідними типами та ознаками. Банківську послугу, з однієї сторони, можна охарактеризувати як форму задоволення потреб клієнта, а з погляду організації банківської діяльності як певний порядок взаємопов'язаних організаційних, інформаційних, фінансових та юридичних заходів, прив'язаних до місця та часу виконання і об'єднаних в єдину технологію.

Реклама банківських продуктів націлена на формування і стимулювання попиту на них. У свою чергу, престижна або корпоративна, фірмова реклама – це комерційна пропаганда позитивного образу банку. Престижна реклама звернена до громадськості в широкому значенні, в той час як реклама продуктів має характерну адресну спрямованість і орієнтована на цільову аудиторію.

Реклама банківської установи в сучасному маркетинговому полі будується, перш за все, на стійкості і надійності, як символі довіри клієнтів. Така реклама спрямована, у першу чергу, на закріплення образу банку та підтримання певного іміджу.

Позиціонування банків як надійних установ є обов'язковим та невід'ємним, проте використання тільки цього підходу не завжди є достатнім для окремого банку. Тому необхідно знайти та показати ті індивідуальні аспекти, які відрізняють конкретний банк від інших.

Споживачі все частіше хочуть розмовляти з банком на рівних, деякою мірою визначаючи його поведінку відносно себе. Уже зараз іміджева реклама

банківської установи відходить від масовості, направляючи свої акценти на окремого користувача. Донести свій імідж та унікальність допомагають методи реклами. Раніше реклама банківських установ зводилася до оголошення розмірів кредитних ставок і депозитних відсотків, сьогодні це вже є недостатнім, і клієнт все більше прагне вирвати собі свободи у виборі банку, банківських послуг і продуктів. При цьому позиціонування банківської установи має розпочинатись з постановки конкретного маркетингового завдання, вирішенням якого і повинна стати реклама [2, 15].

Корпоративна реклама, яка покликана зміцнювати репутацію, повинна включати такі характеристики банківської установи:

- рівень відповідальності відносно споживачів і місцевої громадськості;
- фінансова стабільність;
- активна інноваційна діяльність;
- висока якість послуг і банківських продуктів;
- ефективність кредитування і рентабельність інвестицій;
- турбота про службовців банку, високий професійний рівень і компетентність керівників.

Просування банківських послуг відбувається традиційними методами звичайної реклами, забуваючи про те, що не споживачеві потрібний банк, а банку потрібний споживач. Просування продуктів банку часто зводиться до згадки про них на рекламних банерах, без додаткового пояснення і роз'яснення, тому треба зробити рекламу максимально доступною.

Розповсюдженням методом є телевізійна реклама, яка володіє певними можливостями і високою ефективністю. Вона здатна не тільки доповнити вплив інших рекламних засобів, але і нерідко з успіхом замінити їх. Однак лише великі банки можуть використати телебачення як основний засіб реклами. Це пояснюється високою вартістю, стислістю телереклами і швидким старінням рекламної програм.

Для реклами у банківській сфері, як і в будь-якій іншій, креатив відіграє не останню роль, проте це лише обгортка рекламного повідомлення. А саме повідомлення повинне доносити орієнтацію банку, конкретні відмінності або інформацію про окремі продукти чи послуги.

При дослідженні особливостей маркетингової діяльності в банках важливим аспектом є вивчення особливостей зовнішнього і внутрішнього середовища. Так, сучасний стан ринку банківських послуг України характеризується постійним збільшенням кількості банків. При цьому значно зростає кількість банків з іноземним капіталом, які створюють значну конкуренцію для вітчизняних суб'єктів ринку банківських послуг.

Подібні тенденції в розвитку банківської системи України свідчать про зростання ролі банків в економіці країни, а також про значну інтегрованість у систему господарських відносин в Україні. У боротьбі з конкурентами банки постійно збільшують асортимент послуг та продуктів, що пропонуються, удосконалюють рівень обслуговування клієнтів. Ситуація ускладнюється також за рахунок активізації розвитку та проникненню небанківських фінансових інститутів на фінансовий ринок. Так, протягом наступних кількох років прогнозується значне збільшення кількості страхових, трастових, ощадних компаній, недержавних пенсійних фондів, фінансових корпорацій, а також розширення спектра їх послуг [3, 187].

Відповідно, з метою залучення нових та утримання існуючих споживачів банківських послуг, вітчизняні комерційні банки змушені підвищувати свою конкурентоспроможність. У цьому контексті надзвичайно важливого значення набуває банківський маркетинг як комплекс прийомів і заходів укріплення власних позицій на ринку та забезпечення фінансового зростання.

Банківська діяльність виходить за рамки традиційних операцій, посилюється конкуренція з іноземними банками. Тому для виживання в жорсткій конкурентній боротьбі банківським установам потрібно освоювати новий вид послуг, нові форми ведення бізнесу, при чому на перше місце

повинні виходити інтереси не лише банку і його акціонерів, але і клієнтів. Загалом можна зробити висновок, що банківські установи наближаються до етапу всебічного вивчення і втілення в практику принципів та інструментів маркетингу, без чого вони не ввійдуть в інтеграційні процеси, які відбуваються в міжнародній банківській системі, і не зможуть бути конкурентоспроможними на ринку банківських послуг.

Література:

1. Данилюк Є. Ю. Необхідність маркетингу в банківській діяльності [Текст] / Є. Ю. Данилюк // Вісник КЕФ КНЕУ імені В. Гетьмана. – 2011. – № 2. – С.52-62.
2. Дмитриковська Н. О. Використання реклами як інструменту банківського маркетингу [Текст] / Н. О. Дмитриковська // Управління розвитком. – 2011. – № 15. – С.14-16.
3. Радченко О. В. Особливості маркетингу в банках України [Текст] / О. В. Радченко // Вісник університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 3. – С. 186-188.