

УДК 336.71

Пантєлєєва Н. М.

Університет банківської справи Національного банку України

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ОСНОВІ ПОШИРЕННЯ ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ

Розкрито сутність інтегрованого підходу формування конкурентних переваг, який дозволяє виявити передумови підвищення конкурентоспроможності банку, якісно та кількісно оцінити найбільш значущі фактори для прийняття рішень стосовно інноваційної стратегії, подальшої ефективної реалізації можливостей і блокування загроз розвитку банківського бізнесу.

Ключові слова: інновації, фінансові інновації, дифузія фінансових інновацій, інноваційна діяльність, інноваційна стратегія, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Фінансові інновації здатні забезпечити домінуючу конкурентну позицію на ринку банківських послуг за умови формування ефективної стратегії розвитку бізнесу, яка ґрунтується на адекватній оцінці ринкової ситуації, конкурентних позицій основних учасників ринку та власних можливостей для підвищення конкурентоспроможності. Саме фінансові інновації є рушійною силою розширення спектру продуктів і послуг, клієнтської бази, підвищення дохідності та ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади управління конкурентними перевагами розкрито в багатьох наукових працях відомих зарубіжних і вітчизняних учених: І. Ансоффа, О. М. Азаряна, П. Ю. Беленького, І. А. Бланка, А. М. Бранденбурга, А. Е. Воронкової, В. І. Герасимчука, А. П. Градова, В. Н. Гавва, П. Друкера, Г. І. Жиц, Ф. Котлера, Н. С. Краснокутської, М. Портера, І. Л. Решетнікової, А. А. Томпсона, А. Чандлера, А. Ю. Юданова, Ю. Ф. Ярошенко та ін. Безпосередньо питанню банківської конкуренції, вдосконаленню методики оцінки конкурентоспроможності банків приділяли увагу в своїх роботах В. Адамик, Г. Азаренкова, І. Балабанов, О. Васюренко, Г. Вербицька, О. Вовчак [1], Є. Глинський [2], О. Дубовик, С. Єгоричева, Ю. Заруба [3], В. Зражевський, С. Козьменко [4], Л. Ключко [5], Ю. Коробов, С. Коваленко, О. Криклій, А. Кузнецова [6], О. Лаврушин, В. Міщенко, І. Сало, Г. Самойлов, А. Тавасієв, Л. Федулова [7] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Високо цінуючи вагомий внесок означених вище фахівців, слід відмітити, що залишається необхідність поглиблення наукового пошуку та створення більш ефективних підходів щодо формування та реалізації стратегії розвитку банківського бізнесу, виявлення впливу фінансових інновацій на конкурентоспроможність банків. Банківський бізнес має ряд особливих властивостей, що обумовлюють необхідність специфічного підходу до розробки стратегії його розвитку, в рамках якого постає завдання розробки методичного інструментарію, який дозволяє враховувати вплив різноманітних факторів для наукового обґрунтування її формування та практичної реалізації.

Метою статті є розробка методичного інструментарію для обґрунтованого визначення напрямів розвитку банківського бізнесу через впровадження інтегрованого підходу формування конкурентних переваг на основі фінансових інновацій.

Виклад основного матеріалу. Розуміння та визначення головних напрямів розвитку банківського бізнесу неможливо без ґрунтового комплексного аналізу всіх факторів, що впливають

на діяльність банку, та оцінки конкурентного середовища. Так, проведення внутрішнього аналізу передбачає спостереження, систематизацію та обробку факторів внутрішнього середовища, які визначають потенціал і можливості банку. Типовими для банків є ринкова позиція, продукти, фінанси, маркетинг, інформаційне забезпечення, організація управління, корпоративна культура, персонал. Зовнішній аналіз є складною багатомірною аналітичною задачею, вирішення якої передбачає значного обсягу інформації за багатьма чинниками в динаміці, зокрема макроекономічні (політика, право, економіка, соціальна сфера, технології) та чинники ринкового середовища (ринки, споживачі, постачальники, конкуренти, поява нових конкурентів, ринок праці). Для проведення стратегічного аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища використовуються інструменти, зокрема:

- матриця BCG (Boston Consulting Group) відрізняє оцінку частки конкретного продукту на ринку цього продукту і оцінку зміни темпів росту ринку відповідного продукту;

- матриця Томпсона та Стрікленда, яка дозволяє врахувати динаміку зростання банківської галузі та конкурентної позиції банку;

- модель GE / McKinsey для порівняльного аналізу бізнес-одиниць або продуктових лінійок, що оцінює майбутній прибуток від капіталовкладень і вплив додаткових інвестицій на прибутковість;

- модель ADL-LC (Life Cycle, матриця Артура Д. Літла) для вибору стратегічних рекомендацій при ухваленні рішень щодо стратегій окремих бізнес-напрямів;

- матриця Ансоффа (матриця зростання товару-ринку) дозволяє визначити поточне положення в галузі, вибрати напрям зростання, що забезпечував би в майбутньому найбільш конкурентоздатну позицію;

- PEST-аналіз для виявлення політичних, соціальних, економічних, технологічних факторів зовнішнього середовища, які мають вплив на функціонування та перспективу розвитку;

- SWOT-аналіз для встановлення цілей і завдань розвитку з урахуванням оцінки власного потенціалу та ринкової ситуації.

На сьогодні в банківській практиці найчастіше застосовуються такі методики як PEST-аналіз, SWOT-аналіз, модель п'яти сил М. Портера. Проте для надання процесу поширення фінансових інновацій системного та комплексного характеру, орієнтованого на досягнення максимального ефекту підвищення конкурентоспроможності банківської установи, доцільно застосовувати інтегрований підхід як поєднання означених методик. Так, PEST-аналіз дозволяє враховувати результати

моніторингу зміни макросередовища за основними напрямками (політика, економіка, соціум, технології), виявляти основні тенденції та події, що мають високий ступінь невизначеності поряд із високим рівнем ризику для прийняття стратегічних рішень [8]. Отже, фактори макросередовища визначають можливості та загрози, які мають високу вірогідність реалізації та впливу на поточне та майбутнє функціонування банківської установи. SWOT-аналіз поєднує моніторинг конкурентного середовища (внутрішнього та зовнішнього) з визначенням позитивних і негативних факторів, відносно яких формуються сильні та слабкі позиції банківської установи. Модель п'яти сил М. Портера розкриває зміст загроз і можливостей для подальшого формування відповідних стратегій їх локалізації [9]. Реалізація обох стратегій неможлива без інновацій, що обумовлено такою важливою їх властивістю як здатність передбачення внутрішніх і зовнішніх потреб. Стратегія лідерства щодо зниження витрат передбачає реалізацію можливостей за рахунок інновацій орієнтованих на бізнес-процеси та технології, що надає можливість стандартизувати та забезпечити масовий характер банківських послуг (економія за рахунок ефекту масштабу). Найбільш значимими є конкурентні переваги, отримані як результат інноваційної стратегії розвитку банку, які необхідно утримувати шляхом постійних удосконалень, що враховуються в стратегії блокування загроз через диференціювання, диверсифікацію, сегментацію. Отже, інновацію можна вважати одним із факторів конкурентоспроможності. В той же час, якщо фінансові інновації розглядати як ринковий товар, то вони утворюють ринок із власною структурою як окремий сегмент банківського або фінансового ринку.

Запропонований інтегрований підхід має рекурсивний характер в ієрархічній моделі належності об'єкту, обраного для аналізу. В залежності від зміни позиції об'єкту в ієрархії, змінюється налаштування моделі відносно інтеграції методик аналізу. В якості об'єкту може виступати банківська система, банківська установа або фінансова інновація як товар, що пропонується просувати на ринку.

Слід підкреслити, що найбільш прийнятним є варіант інтеграції SWOT-аналізу і моделі п'яти сил М. Портера. Інтеграція типу PEST-аналіз і модель М. Портера більш доречна для ідентифікації та оцінки факторів вищого рівня ієрархії прийнятої для аналізу об'єкту.

Виявлення сильних сторін через SWOT-аналіз вказує на наявність передумов підвищення конкурентоспроможності банку, що можуть проявлятися у високій частці присутності на ринку банківських послуг загалом та / або в окремому його сегменті, вартості фондування, широкому спектрі продуктів і послуг, прихильності до сучасних банківських технологій, обсязі клієнтської бази, професіоналізмі кадрового потенціалу, впізнанні бренду тощо. Виявлення слабких сторін застерігає відносно можливості втрати конкурентоспроможності та вказує на необхідність прийняття стратегії захисту. Отже, якісна та кількісна оцінка вказує на найбільш значущі фактори.

Для переходу після оцінки загроз і можливостей у площину реальних дій доцільно застосувати модель М. Портера. Вона дозволить встановити взаємозв'язок між факторами впливу та п'ятьма силами, максимально повно задіяти сильні сторони для реалізації можливостей, виявити та блокувати загрози слабких сторін.

Застосування моделі М. Портера надає можливість більш точно виявити джерела загроз у банківському бізнесі, застосувати методи конкурентної боротьби для їх усунення та реалізації потенційних можливостей, що знаходиться відображення в конкурентних стратегіях. Відповідно до конкурентних сил моделі М. Портера у відношенні до банківської установи та визначених SWOT-аналізом її слабких і сильних сторін слід ідентифікувати загрози та можливості щодо загальної конкурентної позиції на ринку, за окремим бізнес-напрямом або продуктом. Так, для банківської установи в якості джерел загроз можуть виступати: зростання ринку, рівень конкурентної боротьби, суперництво; загроза появи продуктив-замінників (субститутів); загроза появи нових учасників ринку; влада кредиторів; ринкова влада клієнтів. До можливостей слід включити: домінування на ринку; розробку та просування на ринок продуктових новацій; вплив на клієнта за умови збереження клієнтської бази; усунення конкурентів із ринку; вплив на кредиторів.

Інтегрований підхід передбачає проведення якісної та кількісної оцінки шляхом експертного аналізу. Її загальний алгоритм незалежно від застосування методики аналізу полягає в наступному: розробка переліку факторів, що мають високу вірогідність настання та впливу; прийняття для факторів системи ступеня значущості з нормуванням; проведення оцінки ступеня впливу факторів за прийнятою шкалою; визначення підсумкової зваженої оцінки.

Проте, використання тільки експертного методу для банківської установи в умовах мінливості ринку вже недостатньо, необхідний прогноз на довгостроковий період для включення до стратегії обґрунтованих управлінських рішень. Тому багатомірна модель інтегрованого підходу може виступати як адаптивна система для моделювання, коли експертні оцінки слугують вхідними даними майбутнього прогнозу. Універсальність та адаптованість запропонованої моделі обумовлена універсальністю та адаптованістю методів аналізу, що полягають в основі інтегрованого підходу. Вона може бути використана для аналізу, оцінки та прогнозування діяльності банківської системи або банківської установи в цілому, окремого її бізнес-напрямку та продукту відносно конкурентів і продуктів-аналогів. Особливо показовим можна вважати її застосування для фінансових інновацій, що обумовлюють формування нового або збільшення ємкості існуючого сегменту ринку. Вона дозволяє прийняти адекватні рішення щодо інноваційної стратегії розвитку.

Розглянемо більш детально можливість застосування деяких моделей для виявлення факторів, що впливають на спроможність банківської установи покращити конкурентну позицію на ринку. Для формування оцінки використовуємо метод багатфакторного регресійного аналізу, функціональною формою опису та дослідження впливу різноманітних факторів для якого є поліноміальна функція виду:

$$y = b_0 + \sum_{i=1}^m b_i x_i + \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^m b_{ij} x_i x_j, \quad (1)$$

де $\{x_1, \dots, x_m\}$ – незалежні фактори, $\{b_0, \dots, b_m\}$ – коефіцієнти регресії.

Модель перша – оцінка впливу внутрішніх факторів. У якості функціоналу приймається MF – вектор відгуку, що визначає спроможність банківської установи покращити конкурентну позицію на ринку. За результатами аналізу одержані значення векторів параметрів регресійних полі-

номів (лінійного та квадратичного). Зокрема, результати проведеного регресійного аналізу дозволили отримати параметри лінійного поліному:

$$MF = -5.66 + 3.85B + 1.07SB + 3.24NB + 2.78CB, \quad (2)$$

де в якості внутрішніх факторів обрано: B – ринковий досвід банку; SB – розмір банку; NB – банківська мережа, кількість точок продажу; CB – цінова політика.

Усі фактори мають високий ступінь впливу на модель. Так, для конкурентної позиції важливими за значущістю є цінова політика, розвинутість банківської мережі, ринковий досвід і розмір банку.

Модель друга – оцінка факторів для прийняття рішення щодо поширення фінансової інновації, що обумовлює формування нового сегменту ринку або збільшення його присутності на існуючому. В якості функціоналу приймається MFP – вектор відгуку, що визначає спроможність банківської установи покращити конкурентну позицію на ринку з урахуванням оцінки можливості ринку прийняти інновацію. Можливість ринку прийняти інновацію описується чинниками, оцінка яких дозволяє виявити загрози слабких сторін банківської установи. За результатами регресійного аналізу отримано параметри лінійного поліному:

$$MFP = -0.37 + 0.26ZR + 0.36ZP + 0.61ZNC + 0.24MVC + 0.55MVCL, \quad (3)$$

де ZR – зростання ринку, рівень конкурентної боротьби; ZP – загроза появи продуктів-аналогів або замінників від конкурентів; ZNC – загроза появи нових учасників ринку; MVC – ринкова влада кредиторів; $MVCL$ – ринкова влада клієнтів.

Встановлено, що всі фактори мають високий ступінь впливу на модель, але різний рівень значущості. Так, найбільш важливими є фактор влади клієнтів. Саме клієнти впливають на цінову політику, потребують підвищення якості надання послуг. Розуміння важливості цього фактору обумовило прийняття нової клієнто-орієнтованої моделі бізнесу для реалізації можливості дії на клієнта. Іншим фактором є влада кредиторів як джерела формування ресурсної бази банку, де вагома частка належить депозитам і ресурсам, що залучені на ринку міжбанківського кредитування. Вартість ресурсів впливає на вартість послуг, визначаючи її конкурентоспроможність і дохідність. Вплив на кредиторів представляється тільки через позитивний імідж, надійність і гарантованість виконання зобов'язань. Зростання конкуренції ускладнює утримання лідерських позицій і спонукає до пошуку нових методів конкурентної боротьби. З підвищенням конкуренції та послабленні монополії зростає сила впливу клієнтів. Факторами загострення конкуренції є загроза появи нових конкурентів і продуктів-аналогів або замінників, що створюють загрозу розширення ринку, збільшення пропозиції та, як слідство, загрозу відтоку клієнтів і зменшення доходу. Загроза появи нових конкурентів була відчутна з появою на ринку іноземних банків і наданням послуг кредитування небанківськими фінансовими установами. Вірогідність загрози з боку нових конкурентів залежить від вхідних бар'єрів і зусиль для функціонування на ринку поряд із діючими банками, які прагнуть зберегти власні позиції або розширити їх за рахунок конкурентів. Отже, модель показала, що для забезпечення успішного просування на ринку інновації для підтримки та зміцнення конкурентної позиції банку необхідно спрямувати свої дії на блокування загроз і реалізацію можливостей.

Рівняння (3) дозволяє отримати не тільки точковий прогноз, але також інтервальну оцінку по-

рогового значення досліджуваного показника. Точковий прогноз $MFP_T = 0.799$, але він не завжди відповідає реальному значенню, тому його доповнюють розрахунком стандартної помилки. Вона надає можливість обчислення перспективного значення оцінки у вигляді довірчого інтервалу, а саме $0.559 \leq MFP_{II} \leq 1.039$. Аналіз довірчого інтервалу на варіантах числових значень випадкового характеру факторів і розрахункового MFP_{II} показав, що побудована модель є адекватною з точки зору прогнозування, оскільки при збереженні прийнятих закономірностей, прогнозоване значення не виходить за межі довірчого інтервалу.

Модель третя – оцінка факторів впливу на конкурентну позицію банку за рахунок використання сильних сторін для реалізації можливостей і блокування загроз. У якості функціоналу приймається MBC – вектор відгуку, що визначає конкурентну позицію банківської установи на ринку. Результати регресійного аналізу дозволили отримати параметри лінійного поліному:

$$MBC = -463.2 + 12.86ZR + 14.37ZP + 9.7ZNC + 28.28MVC + 20.43MVCL + 12.48BCL + 16BC + 12.96BCR + 21.01BP + 30.36BR, \quad (4)$$

де ZR – можливості зростання ринку, рівень конкурентної боротьби; ZP – можливості появи нових продуктів і послуг; ZNC – можливості виходу з ринку конкурентів; MVC – можливості залучення дешевих ресурсів; $MVCL$ – можливості впливу на клієнтів; BCL – блокування тиску клієнтів і кредиторів; BC – блокування появи нових конкурентів і тиску кредиторів; BCR – блокування тиску клієнтів і появи нових конкурентів; BP – блокування появи альтернативних продуктів і послуг; BR – блокування зростання конкурентної боротьби та появи нових конкурентів.

Аналіз значущості факторів моделі показав наступне. Для просування на ринку власних інноваційних продуктів і зміцнення конкурентної позиції необхідно блокувати появу нових конкурентів і продуктів інших учасників ринку, зменшити тиск кредиторів. Поява альтернативних продуктів із боку конкурентів знижує обсяги продажів, темпи зростання сегменту ринку, загострює конкуренцію. Важливим стає максимальне використання можливостей впливу на клієнтів для підвищення їх лояльності, можливостей зростання ринку. Реалізація можливостей розробки та поширення на ринку новацій дозволить банку зайняти позицію лідера, обслуговувати клієнтів на більш вигідних умовах та отримати більший прибуток ніж конкуренти. Не значимими виявились такі фактори: блокування тиску клієнтів і нових банків-конкурентів, блокування тиску клієнтів і кредиторів, можливості виходу з ринку конкурентів. Отже, модель продемонструвала першочерговість блокування появи нових конкурентів та аналогів або альтернативних продуктів і послуг, важливість реалізації можливостей. Значущість означених факторів слід враховувати при побудові стратегії просування фінансових інновацій на ринку, а в подальшому передбачити систему заходів щодо мінімізації можливих загроз із боку клієнтів, кредиторів і конкурентів.

Рівняння регресійних поліномів (лінійних і квадратичних) дозволяють отримати прогноз щодо можливості здобуття або покращення конкурентної позиції на ринку. Для всіх моделей значення залишкової дисперсії показує, що тільки незначна частина статистичного матеріалу неохоплена отриманою залежністю, а коефіцієнт множинної детермінації – високу близькість до реальної по-

ведінки об'єкту. Значущість отриманих рівнянь множинної регресії перевірене за F-критерієм Фішера, фактичне значення якого більше критичного. Це значить, що отримане рівняння є надійним і може бути використане для прогнозу та подальшого аналізу. Перевірка моделей показала їх адекватність.

Висновки та пропозиції. Таким чином, запропонований методичний інструментарій на основі

інтегрованого підходу формування конкурентних переваг дозволяє виявити передумови підвищення конкурентоспроможності банківської установи, якісно та кількісно оцінити найбільш значущі фактори для прийняття рішень щодо інноваційної стратегії, подальшої ефективної реалізації можливостей і блокування загроз розвитку банківського бізнесу на основі поширення фінансових інновацій.

Список літератури:

1. Вовчак О. Сутність та особливості банківської конкуренції / О. Вовчак, В. Халло [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Svfin/2008_4/17-086.pdf.
2. Глінський Є. Г. Конкурентоздатність банківського продукту як чинник розвитку економічного потенціалу / Є. Г. Глінський // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2009. – № 1. – С. 77-84.
3. Заруба Ю. О. Конкурентоспроможність комерційного банку / Ю. О. Заруба // Фінанси України. – 2001. – № 2. – С. 119-124.
4. Стратегічний менеджмент банку : навч. посібник / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. – С. : ВТД «Університетська книга», 2003. – 734 с.
5. Ключко Л. А. Забезпечення конкурентоспроможності банківських установ / Л. А. Ключко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./Pprbsu/2012_35/35_01_13.pdf.
6. Дубовик О. В. Формування конкурентоспроможності банку : монографія / О. В. Дубовик, А. Я. Кузнецова, Т. Д. Гірченко. – Львів : ЛБІ НБУ, 2005. – 215 с.
7. Федулова Л. Управління конкурентоспроможністю банків в умовах трансформаційної економіки : монографія / Л. Федулова, І. Волошук. – К. : Наук. Світ, 2002. – 301 с.
8. Бронникова Т.С. Методический инструментари маркетингового анализа инновационной деятельности предприятия / Т.С. Бронникова, С.Е. Гордеев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.niev.ru/publishinghouse/vestnik-03-2013/3_2013_03.pdf.
9. Портер М. Э. Конкуренция : уч. пос. Пер. с англ. / М. Э. Портер. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. – 495 с.

Пантелеева Н. Н.

Университет банковского дела Национального банка Украины

ИНТЕГРИРОВАННЫЙ ПОДХОД ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ НА ОСНОВЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ ИННОВАЦИЙ

Резюме

Раскрыта сущность интегрированного подхода формирования конкурентных преимуществ, который позволяет выявить предпосылки повышения конкурентоспособности банка, качественно и количественно оценить наиболее значимые факторы для принятия решений относительно инновационной стратегии, дальнейшей эффективной реализации возможностей и блокирования угроз развития банковского бизнеса.

Ключевые слова: инновации, финансовые инновации, диффузия финансовых инноваций, инновационная деятельность, инновационная стратегия, конкурентоспособность.

Pantielieieva N. N.

University of Banking of the National Bank of Ukraine

THE INTEGRATED APPROACH OF FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES BASED ON THE DISTRIBUTION OF FINANCIAL INNOVATIONS

Summary

The article describes the essence of the integrated approach of forming competitive advantages, which allows identify prerequisites for increasing competitiveness of the bank, qualitatively and quantitatively evaluate the most significant factors for decision-making regarding innovation strategy, further effective implementation of opportunities and blocking threats for development of the banking business.

Key words: innovations, financial innovations, diffusion of financial innovations, innovation activity, innovation strategy, competitiveness.