**Меліхова Катерина Петрівна. Конкурентна стратегія банку на ринку кредитних послуг : Дис... канд. екон. наук: 08.04.01 / Київський національний торговельно-економічний ун-т. — К., 2005. — 204арк. — Бібліогр.: арк. 173-181.**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Меліхова К.П. Конкурентна стратегія банку на ринку кредитних послуг. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.04.01 – фінанси, грошовий обіг і кредит. – Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, 2005.  У дисертації досліджуються питання формування та реалізації конкурентних стратегій банків. Систематизовано сучасні і традиційні науково-теоретичні та практичні підходи до оцінки конкурентних стратегій. Обґрунтовано необхідність стратегічного планування у банках, зокрема формування конкурентної стратегії для досягнення довгострокової конкурентоспроможності ханізм реалізації конкурентної стратегії банку. Висвітлено особливості адаптації конкурентної стратегії з урахуванням окремих елементів її реалізації. Визначено особливості конкурентних стратегій банків у трансформаційній економіці України. Досліджено теоретичні засади конкуренції, основні її чинники і конкурентні стратегії основних банків на ринку кредитних послуг та сформульовані пропозиції щодо їхнього удосконалення. | |
| |  | | --- | | У дисертації представлено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукового завдання, що виявляється в обґрунтуванні теоретичних засад формування конкурентних стратегій банку та розробці методичного інструментарію їх застосування на ринку кредитних послуг.  Результати проведеного дослідження дають можливість зробити такі висновки:   1. Поняття “стратегія” слід визначати з позиції різних підходів стратегічного менеджменту, які враховують ступінь динаміки зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей об’єктів стратегічної уваги. Стратегія банку за умов об’єктивно доцільного трансформацлізації корпоративних цілей.   Конкурентну стратегію банку на ринку кредитних послуг визначено як систему орієнтирів розвитку бізнес-підрозділу банку для адекватної реалізації корпоративних цілей на основі розробки функціонально-технічних процедур адаптації до постійних змін середовища для забезпечення конкурентоспроможності на відповідному рівні.  2. Доповнено і конкретизовано детермінанти вибору конкурентної стратегії з позиції банківської установи. Головними вимогами до вибору конкурентної стратегії банку, врахування яких слугує передумовою її ефективної реалізації, є здатність стратегії підвищувати конкурентну перевагу, раціональність і обґрунтованість вихідних припущень, відповідність між змістом стратегії і умовами зовнішнього середовища, відповідність наявним ресурсам, зрозумілість для виконавців, послідовність і логічність побудови. Реальними джерелами отримання банком конкурентних переваг за сучасних умов розвитку визначено: лідерство з якості надання послуг; пропозиція економічно привабливих умов надання послуг; пропозиція найбільш широкого комплексу послуг зі стандартним рівнем якості і ціни; спеціалізація на наданні обмеженого набору послуг.  3. Система взаємодії стратегій банку базується на основі принципів узгодження (паритетності, комплексності, підпорядкованості, методичної єдності) і сфер узгодження (ресурсна, технологічна, часова, цільова) з визначенням рівня тісноти такої узгодженості. Практичним результатом врахування запропонованих елементів узгодження стратегій банку є реальне підвищення ймовірності їх реалізації й ефективне використання наявних ресурсів.  4. Територіальне розміщення банків України обґрунтовується величиною запропонованого коефіцієнта територіальної диверсифікації банківської конкуренції, шляхом поділу усіх областей на відповідні групи та визначення їх особливостей. На цій основі визначено рівень забезпечення регіонів України послугами банків відносно населення і суб’єктів підприємницької діяльності, проаналізовано взаємозв’язок територіальної диверсифікації з рівнем забезпечення регіону послугами банків.  Запропонована тримірна матриця, що поєднує показники рівня забезпечення банківськими установами населення, суб’єктів підприємницької діяльності і територіальної диверсифікації банківської діяльності, надала можливість сформувати усі можливі конфігурації зазначених показників, диференційованих за кількісними ознаками, та визначити характеристики конкурентної ситуації по відповідних групах областей.  5. На ринку кредитних послуг банків виявлено особливості прояву конкуренції, такі як певна диференціація рівня кредитних ставок по областях України; відсутність прямого взаємозв’язку рівнів кредитних і депозитних ставок, що обумовлює досить значну диференціацію рівня регіонального спреду; суттєвіший вплив кредитних, а не депозитних ставок на прибутковість банків; вищі кредитні ставки в регіонах з низьким рівнем територіальної диверсифікації; варіація кредитних ставок при овердрафті незначна, що пов’язано з більшою чутливістю позичальників до ціни даного виду кредитування за умов жорсткої конкуренції між банками за вигідного клієнта.  На підставі оновлених особливостей уточнено поняття “конкурентна стратегічна позиція” в контексті досягнутих результатів діяльності організації у поєднанні з визначенням стратегічних перспектив і умов їх реалізації. Зазначене поняття конкретизовано відносно ринку кредитних послуг банку і визначено його складові – характер і рівень результативності діючої стратегії; базові параметри стратегічного розвитку; стратегічні перспективи розвитку, що обумовлені силою і слабкістю позиції банку у поєднані з можливостями і загрозами, які продукує зовнішнє середовище; рівень конкурентоспроможності кредитних послуг банку.  6. Запропонована система коригування стратегічної позиції банку на ринку кредитних послуг залежно від конфігурації стратегічних чинників – рівнів результативності стратегії, базових умов діяльності і досягнутої конкурентоспроможності кредитних послуг банку надає можливість визначити ступінь ймовірності варіантів конкурентної ситуації на ринку і шляхи удосконалення стратегічних дій банку.  7. Обґрунтовано порядок формування конкурентної стратегії банку на ринку кредитних послуг з урахуванням запропонованого механізму узгодження з корпоративними, територіальними і функціональними стратегіями. Доведено, що за су комплексне застосування дозволить отримати значно більший стратегічний ефект завдяки гнучкій адаптації до потреб ринку на основі багатовекторної діяльності щодо надання послугам елементів неповторності.  8. Використання методології маркетингу взаємовідносин із споживачами для формування конкурентної стратегії банку на ринку кредитних послуг надає стратегічному розвитку ознак індивідуальності. Її суть полягає у застосуванні найбільш повних баз даних про споживачів, індивідуалізацію обслуговування і максимальну концентрацію на збереженні існуючої клієнтської бази. Прикладною моделлю маркетингу взаємовідносин із споживачами послуг банку є клієнт-орієнтований підхід, який являє собою стратегію діяльності, спрямовану на забезпечення конкурентоспроможності банку на основі нових управлінських і інформаційних технологій, направлених на розширення знань про клієнтів для формування взаємовигідних відносин з ними.  9. Визначено принципи вибору регіонів, потенційно привабливих для відкриття нових філій банків: інвестиційна привабливість; рівень забезпечення регіону послугами банків – можливість сегментації регіонального ринку; неприпустимість конкуренції між територіальними підрозділами банку на регіональних ринках, що є базовим принципом територіальних аспектів формування конкурентної стратегії банків на ринку кредитних послуг.  Конкретизовано розуміння інвестиційної привабливості регіону на основі врахування рівня економічного розвитку, розгалуженості ринкової інфраструктури, розвитку фінансового сектора, трудових ресурсів, стану підприємництва і характеру діяльності місцевої влади.  Зазначені характеристики регіону були формалізовані в запропонованому інтегральному коефіцієнті банківської привабливості регіону, на базі якого здійснено відповідні розрахунки і визначено області України, в яких доцільно розміщувати нові банківські установи.  На основі середньозваженої оцінки забезпечення населення і суб’єктів підприємництва послугами банків було визначено додаткову потребу областей у нових банківських установах, що при формуванні територіальних аспектів конкурентних стратегій дало змогу зорієнтувати банки України, які мають фінансові можливості, на розвиток філіальної мережі.  10. Запропонована система контролю за виконанням прийнятої стратегії, яка побудована на основі спостереження за динамікою оточуючого середовища і оцінки діяльності суб’єкта забезпечує реалізацію стратегії. Сформульовано підконтрольні характеристики виконання конкурентної стратегії банку на ринку кредитних послуг: маркетингові, фінансово-економічні і організаційно-управлінські параметри і які конкретизовано у запропонованих оціночних показниках. | |