

МЕТОДИ МОНІТОРИНГУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ

Розкриваються підходи до моніторингу цінових пропозицій банків, наводиться порівняння процентної політики українських банків у розрізі кредитних та депозитних продуктів, характеризуються розбіжності між ставками за продуктами в різних валютах. Аналізується статистична база українського ринку щодо динаміки процентних ставок у період кризи (2008—2009 рр.). Звертається увага на перевищення процентних ставок закладами над ринковими ставками як тривожний сигнал про проблеми у банку. Обґрунтується необхідність та можливість комбінації дистанційного і виїзного збору первинної інформації про процентні ставки (пропозиції) банків.

Ключові слова: процентна політика банку, депозити, маркетинг, сегментація клієнтів, процентні ставки, продуктова політика банку, конкуренція

Раскрываются подходы к мониторингу ценовых предложений банков, дается сравнение процентной политики украинских банков в разрезе кредитных и депозитных продуктов, характеризуются различия между ставками по продуктам в различных валютах. Анализируется статистическая база украинского рынка по динамике процентных ставок в период кризиса (2008—2009 гг.). Обращается внимание на превышение процентных ставок по вкладам над рыночными ставками как тревожный сигнал о проблемах в банке. Обосновывается необходимость и возможность комбинации дистанционного и выездного сбора первичной информации о процентных ставках (предложениях) банков.

This paper describes approaches to monitoring bank price offers, and provides comparison of interest rate policy of Ukrainian banks with breakdown by lending and deposit products, and differences between the rates on products in different currencies. Corresponding statistical base of Ukrainian market on interest rates during the crisis (2008-2009) is analysed also. The attention is paid to signals of exceeding interest rates on deposits above market rates as the alarm about problems in the bank. Author provides ground for necessity and possibility of a combination of remote and on-site collection of basic information about interest rates (offers) from local banks.

Актуальність теми визначається формуванням сучасної банківської системи, що відбувається в умовах постійних змін орієнтирів різних груп банків та окремих її учасників, а також за умов

поглиблення економічної кризи та політичної нестабільності в державі. Як результат, в умовах такої нестабільності ціни на банківські продукти та послуги, розстановка пріоритетів щодо продуктового ряду відбувається частіше.

Цій темі присвятили розробки українські вчені: Л.Ф. Романенко, А.В. Нікітін, А.В. Федорченко, Н.В. Куденко, які розкрили механізм ціноутворення на банківські продукти та послуги.

В якості предмету дослідження виступає ринок процентних банківських продуктів українських банків, включаючи кредитні та депозитні продуктові ряди.

Основними засобами моніторингу даного сегменту ринку є опитування банків (анкети), візиту до відділень, відвідування веб-сайтів банків та фінансових порталів.

У процесі проведення моніторингу ринку залишаються складними для вирішення проблеми достовірності, повноти та оперативності даних для обстеження. З одного боку, комерційні банки є закритими установами в плані розповсюдження інформації про фактичні ставки за продуктами у конкретних угодах з клієнтами. З іншого боку, базові цінові параметри кредитів та депозитів клієнтів є відправними у прийнятті рішення про звернення до банку.

Особливості моніторингу ринку банківських продуктів полягають у наступному:

- 1) високий ступінь динамічності ринку в плані перегляду ставок та жорстка цінова конкуренція між банками;
- 2) розбіжність між оголошеними та фактичними ставками (цінами) за продуктами;
- 3) відносно стабільний базовий ряд кредитних та депозитних продуктів;
- 4) провідна роль банків-лідерів у встановленні процентних ставок;
- 5) складність прогнозування процентних ставок;
- 6) диференціація процентних ставок за національною та іноземною валютами;
- 7) орієнтація банківських продуктів на сегменти клієнтури;
- 8) процентні ставки як індикатор фінансової міцності й життєздатності банку.

Досвід проведення регулярного моніторингу показує, що перегляд ставок банками відбувається дуже часто залежно від комплексу факторів. Центральне місце тут займає зміна потреби банку у ресурсах та можливостей розміщення коштів у дохідні активи. Підвищення дефіциту запозичених ресурсів викликає намагання банку підвищити ціну залучення вкладів у двох аскетах:

як системна тенденція (наприклад, банківська криза або паніка на ринку, різка та значна девальвація національної валюти) або як загострення проблеми ліквідності в самому банку. Невеликі банки віддають перевагу пропозиції ставок з мінімальним процентним спредом через відносно високі ставки платних ресурсів та кредитування клієнтів за ставкою на рівні провідних банків. Тобто невеликий банк не може конкурувати з іншими банками шляхом встановлення низьких ставок за кредитами, а тільки пропозицією підвищених ставок за депозитами.

Підвищені процентні ставки за депозитами, що помітно більше середнього рівня на ринку, слугують тривожним сигналом для учасників ринку. На це вказують, наприклад, органи нагляду в США. Значення такого випередження становить приблизно плюс 10 % і більше від середнього. Аналіз ринку ставок за депозитами у 2009 р., що проведений компанією Маанімо Україна (Maanimo.com), підтверджують це застереження.

**СТАВКИ ДЕПОЗИТІВ БАНКІВ СТРОКОМ ВІД 1 ДО 3 МІС.
ЗА МІСЯЦЬ ДО ПРИЗНАЧЕННЯ ТИМЧАСОВОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ**

Назва банку	Введення тимчасової адміністрації	Середня ринкова ставка депозиту в гривні/ Ставка банку, у %	Середня ринкова ставка депозиту у доларах США/ Ставка банку, у %
1) Укрпромбанк	20/01/2009	23,21 / 24,0	14,57 / 15,0
2) Надра	10/02/2009	18,47 / 20,0	11,57 / 13,0
3) Національний кредит	19/12/2008	18,58 / 19,10	12,58 / 13,10
4) Західкомбанк	12/02/2009	19,0 / 23,0	11,8 / 15,0
5) Трансбанкбанк	28/02/2009	22,65 / 25,0	12,73 / 15,0
6) Біг-Енергія	13/03/2009	20,96 / 25,0	12,4 / 15,5
7) Родовід	13/03/2009	20,96 / 25,0	12,4 / 14,5
8) Банк регіонального розвитку	23/03/09	22,46 / 25,5	13,61 / 15,0
9) Арма	16/04/2009	19,59 / 26,0	12,12 / 18,0
10) Дністер	16/04/2009	дані відсутні	дані відсутні
11) Володимирський	17/07/2009	дані відсутні	дані відсутні
12) Столиця	17/07/2009	дані відсутні	дані відсутні
13) Інпромбанк	10/09/09	дані відсутні	дані відсутні

Ставки депозитів банків, у яких НБУ в 2009 р. потім призначив тимчасову адміністрацію, були вище, ніж у однорідних банків протягом попередніх 3 місяців.

Особливо ця тенденція проявляється за вкладками до 30 днів та вкладками у іноземній валюті. Ці проблемні банки намагалися компенсувати відтік коштів клієнтів на поточних рахунках більш дорогими ресурсами — строковими вкладками.

Моніторинг ринку показує, що в цілому ставки фактичного залучення платних ресурсів та оголошених ставки змінюються в однаковому напрямі, однак фактичне залучення має інерцію, оскільки клієнт не реагує одразу на цінові пропозиції, а значна частка коштів залишається у банку за старими цінами, поки не настає час їх перегляду або продовження вкладів. Також опитування банкірів показує, що дуже часто банки застосовують оголошені ставки лише як орієнтири, а фактичні ставки укладених угод можуть припускати підвищені ставки для великих вкладів (свого роду оптові ставки), а також у розрізі регіонів філіали можуть регулювати ставки залежно від конкуренції.

Номенклатура кредитних і депозитних продуктів представляє різні за назвами, але однорідні групи в розрізі банків. Групування роздрібних банків пропонує однотипні продукти для клієнтів малого та середнього бізнесу і населення. Великі універсальні банки орієнтуються на більш розгорнутий ряд, додаючи продукти для великих корпорацій та приватного банкінгу (дуже заможних приватних осіб). Оновлення продуктового ряду банків за рахунок принципово нових продуктів майже не відбувається. У сфері кредитування такими новаційними продуктами у 2006–2009 рр. були кредитування малого та середнього бізнесу (включаючи експрес-кредити, мікро-кредити, кредити за цільовими програмами), кредитні картки, іпотечні кредити, споживчі позики. Депозитний продуктивний ряд представлений був короткостроковими депозитами (строком менше 30 днів), депозитами для окремих соціальних категорій клієнтів, депозитами із гнучкими умовами поповнення та зняття коштів з рахунків. Абсолютна більшість новацій банків пов'язана зі змінами лише окремих параметрів існуючих продуктів (процентних ставок, умов закриття або відкриття рахунків, додавання платіжних карток тощо).

Порівняння ставок за кредитами й депозитами показує, що процентні ставки провідних банків (це банки 1 та 2 групи за рейтингом НБУ) є зразковими для решти банків. У той же час, якісний склад груп банків 1 та 2 груп є дуже різноманітним і включає як надійні, так і проблемні банки, а також охоплює банки під кон-

тролем вітчизняного капіталу та іноземних фінансових корпорацій. Ставки за депозитами іноземних банків нижче решти українських банків у гривні на 2–2,5 % пункти, у доларах США – на 1,0–1,5 %, у євро – 1,0–1,1 %. На рішення зменшити ставки за депозитами в інвалюті вплинуло обмеження банкам з боку НБУ на кредитування клієнтів у інвалюті. Крім того, іноземні банки в період кризи додатково залучили відносно дешевші ресурси від материнських структур. Тобто криза посилила конкурентні позиції іноземних банків в Україні. На додаток до ставок за депозитами банки також орієнтуються на ставки кредитів великих банків. Однак у цьому сегменті диференціація значно нижче. Невеликі та середні банки кредитують клієнтів на менший строк, тому ставки за кредитами частіше переглядаються.

У деяких випадках ставки кредитів малих банків вище, ніж у великих через дві причини: по-перше, ціна ресурси у малих банків значно вище, тому навіть мінімальна маржа (надбавка) викликає більш високу кінцеву ставку для позичальника, по-друге, малі банки, як правило, кредитують ту частину клієнтури, якою взагалі великі банки не кредитують або до якої великі банки виставляють підвищені вимоги до забезпечення. В останньому випадку малі банки намагаються кредитувати клієнтів з підвищеним кредитним ризиком за пропорційно підвищеною ставкою. При цьому реальна (ефективна) ставка може бути прихованою, замаскованою під комісії. Також банк виставляє таким клієнтам послаблені умови й критерії. Такій підхід призводить до того, що кредитний портфель банку наповнюється у більшості кредитами з високим ризиком неповернення.

На підставі моніторингу ринку дуже складно прогнозувати процентні ставки як за кредитами, так і за депозитами. Це особливо очевидним є в умовах банківської кризи 2008–2009 рр. Метод простої екстраполяції себе не виправдовує, оскільки ситуація на ринку може радикально змінюватися на гірше або на краще вже протягом кварталу. Прогноз на підставі припущень заслуговує використання, але вимагає складання кількох сценаріїв розвитку подій. При цьому зміна (перегляд) процентних ставок за кредитами не відбуваються одночасно зі змінами ставок депозитів, а крім того різну поведінку мають ставки за кредитами й депозитами в гривні та інвалюті. В результаті треба складати моделі повідки ставок з різними кореляціями між собою. Один сценарій, наприклад, припускає паралельний зсув ставок за кредитами й депозитами у різних валютах, при цьому в результаті процентний спред не змінюється. Інший сценарій може бути роз-

рахований на випередження підвищення ставок на ресурси й кредити у гривні при повільному зростанні ставок в інвалюті. Третій сценарій може припускати навіть поєднання двох протилежних тенденцій: підвищення ставок на депозити (одразу в усіх валютах) та стабільність або навіть зменшення ставок кредитів (особливо в інвалюті).

Обстеження банків показує, що за депозитами банки встановлюють фіксовані ставки, які переглядають лише у бік підвищення під загрозою дострокового закриття вкладів або у умовах значного дефіциту ресурсів (для зацікавленості вкладників у пролонгації договорів). Для порівняння, ставки за кредитами клієнтам передбачають також фіксацію, але тут банки як кредитори залишають за собою більше свободи у підвищенні ставок, наприклад, на підставі зміни ставки рефінансування НБУ або підвищення ставок на ринку, а також у разі погіршення фінансового стану позичальника. Плаваючі ставки у вигляді прив'язки до ставки запозичення та фіксованої маржі банку-кредитора (наприклад, LIBOR+5 %) є рідким явищем та розповсюджені переважно к кредитуванні суб'єктів господарювання.

Порівняння ставок за депозитами у гривні та інвалютах показало стабільність спреду між основними валютами: гривня, долар США та євро. Кредити в інших валютах (це переважно швейцарські франки) не є популярними. За кредитами в розрізі валют простежується також надбавка за нестабільність національної валюти. При цьому іпотечні кредити у гривні надаються за ставкою вище валютних кредитів такого типу на 5–7 %, а кредити у гривні – 8–10 %. За кредитами малому та середньому бізнесу різниця між ставками в гривні та інвалюті складає 6–7,5 %, кредитами на купівлю автомобілів – 8–9 %.

Моніторинг ринку показав, що банки орієнтуються у своїх пропозиціях на групи цільової клієнтури. Ці групи часто виділяються із загального ряду продуктів для корпоративного та роздрібного бізнесів та складаються за різними ознаками:

- соціальний статус (продуктовий ряд для студентів, пенсіонерів, персоналу підприємств-клієнтів);
- майновий статус (продуктовий ряд для дуже заможних громадян, підприємств за розміром активів);
- тип поведінки (клієнт-консерватор, клієнт-спекулянт, клієнт-початківець тощо).

Для кожної групи банки-лідери пропонують не просто набір продуктів, але фінансові рішення для задоволення потреб таких клієнтів. Вищим рівнем майстерності банків у роботі з клієнту-

рою є індивідуалізація параметрів продуктів для конкретних підгруп клієнтів. Це проявляється у гнучких умовах депозитів та кредитів, застосуванні програм лояльності (надбавок та знижок у ціні або можливостях продуктів залежно від ставлення клієнту до конкретного банку). Одним з таких рішень є пакетне обслуговування (наприклад, пакет розрахунково-касового обслуговування «Підприємець» для малого бізнесу тощо).

Література

1. Романенко Л.Ф. Маркетинг. Словник економічних термінів. — К.: Ун-т Україна, 2007.
2. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг. — К.: Центр учбової літератури, 2004.
3. Маркетинг у банку: Навчальний посібник / За ред. А.В. Нікітіна. — К.: КНЕУ, 2006.
4. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг. — К.: КНЕУ, 1999.
5. Моніторинг цінних пропозицій українських банків. Фінансовий портал компанії Маанімо Україна. — <http://maanimo.com/>
6. Процентні ставки банків України за кредитами та депозитами. — Статистика. — Офіційний сайт Національного банку України. — www.bank.gov.ua

Стаття надійшла до редакції 21.05.2010 р.

УДК 338.439:658.1

О. В. Харчишина,

канд. екон. наук, доцент, докторант,
Національний університет харчових технологій

СУЧАСНИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ЗВ'ЯЗОК ІЗ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ

Подано результати дослідження сучасного стану та перспектив розвитку підприємств харчової промисловості Житомирської області. Описано вплив організаційної культури на стан підприємств харчової промисловості.

Ключові слова: харчова промисловість, організаційна культура, економічна ефективність

Подано результати исследования современного состояния та перспектив развития предприятий пищевой промышленности Житомирской области. Описано влияние организационной культуры на состояние предприятий пищевой промышленности.