

УДК 339.138 : 336.71

Задорожнюк Н.О.
кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри економічних систем і маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет

Васильченко К.О.
студент кафедра економічних систем і маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ БАНКІВСЬКОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ПРОІНВЕСТБАНК»

PRACTICAL ASPECTS OF BANKING MARKETING FOR EXAMPLE PPC «PROINVESTBANK»

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто основні інструменти банківського маркетингу, які впливають на ефективність діяльності банківських установ. Проведений маркетинговий аналіз з метою практичного дослідження діяльності ПАТ «Промінвестбанк», а саме аналізу його стану на фінансовому ринку та позиції серед інших банківських установ, виявлення його можливостей та загроз, аналізу маркетингового середовища.

Ключові слова: банківський маркетинг, інструментів банківського маркетингу, SWOT-аналіз, аналіз конкурентів, PEST-аналіз.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные инструменты банковского маркетинга, влияющие на эффективность деятельности банковских учреждений. Проведенный маркетинговый анализ с целью практического исследования деятельности ПАО «Проминвестбанк», а именно анализа его состояния на финансовом рынке и позиции среди других банковских учреждений, выявления его возможностей и угроз, анализа маркетинговой среды.

Ключевые слова: банковский маркетинг, инструментов банковского маркетинга, SWOT-анализ, анализ конкурентов, PEST-анализ.

ANNOTATION

The article deals with the basic tools of bank marketing, which affect the efficiency of the banking institutions. Conducted marketing analysis to the practical study of PPC «Prominvestbank», namely his analysis of the financial market and position among other banks, identifying its opportunities and threats analysis of the marketing environment.

Key words: bank marketing, bank marketing tool, SWOT - analysis, competitor analysis, PEST-analysis.

Постановка проблеми. Наслідки світової фінансової кризи, а саме зниження ступеня довіри до комерційних банків та загострення конкуренції на фінансовому ринку стали потужним поштовхом для активного впровадження маркетингу у банківську діяльність.

На сьогодні більшість фінансового-кредитних установ прагнуть впровадити інструменти та заходи банківського маркетингу у свою діяльність, що обумовлює актуальність даного напрямку дослідження. Таким чином, значна науково-теоретична база з питань банківського маркетингу потребує свого впровадження на практиці, що забезпечить підвищення ефективності функціонування як окремого банку, так й банківської системи в цілому.

Аналіз останніх наукових досліджень. Багато вітчизняних науковців розглядають основні напрями становлення та розвитку банківського маркетингу. Так, у працях [1-5] розглянуто особливості банківського маркетингу та сучасні тенденції його розвитку в Україні. Методика формування комплексу маркетингових комунікацій банків та використання інновацій у банківському маркетингу висвітлена у працях [6-8]. Також вітчизняні науковці враховують концепції ризик-орієнтованого нагляду для забезпечення розвитку банківського маркетингу у сучасних умовах господарювання [9]. Але значна частина наукових досліджень носить лише теоретико-методологічний характер, що обумовлює необхідність їх практичного застосування для діяльності конкретної банківської установи.

Невирішені раніше аспекти проблеми. Розвиток банківського маркетингу передбачає не тільки розширення та поглиблення теоретичної бази, а й збільшення апробації результатів наукових досліджень, практичних розробок та висновків.

Таблиця 1

SWOT-аналіз для ПАТ «Промінвестбанк»

<p>Можливості:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зріст прибутку 2. Залучення нових клієнтів за допомогою інструментів банківського маркетингу 3. Збільшення долі ринку банківських послуг 4. Надання нових послуг з урахуванням сучасних тенденцій банківського сектору 5. Підвищення ступеня довіри клієнтів до банківської установи 	<p>Сильні сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стабільний попит на банківські послуги 2. Високий рівень спеціалістів, саме менеджерів вищої та середньої ланки 3. Ефективна управлінська структура 4. Надійність та великий досвід в банківській сфері 5. Використання інструментів інтернет-маркетингу, а саме «мобільний та електронний банкінг»
<p>Загрози:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Недосконалість законодавчої бази, Налогового кодексу України, часті зміни у нормативних вимогах НБУ 2. Нестабільність економічного та політичного стану у державі, взаїмовідносин з МВФ 3. Поява нових, сильних конкурентів або закріплення ринкових позицій існуючих конкурентів 4. Зменшення доходів та операційного прибутку за рахунок переходу клієнтів до конкурентів 	<p>Слабкі сторони:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Відсутність відлагодженої маркетингової політики 2. Високі тарифи на банківські послуги 3. Плиньність кадрів нижчої ланки 4. Слабкий внутрішній контроль за банківськими операціями 5. Високі операційні ризики 6. «Слабка» та нерегулярна маркетингова діяльність банку

Джерело : розроблено авторами

Постановка завдання. Метою статті є використання основних інструментів банківського маркетингу для практичного дослідження діяльності ПАТ «Промінвестбанк», а саме для: аналізу його стану на фінансовому ринку та позиції серед інших банківських установ, виявлення його можливостей та загроз, аналізу маркетингового середовища тощо.

Викладення основного матеріалу дослідження. Промінвестбанк був заснований у 1992 р. і є однією з найстаріших фінансових установ України. Протягом всієї своєї історії цей банк знаходиться у числі найпотужніших організацій українського банківського сектору та входить до 1000 найбільших банків світу. Промінвестбанк постійно впроваджує новітні технології і розширює спектр своїх послуг. У 2010 р. за результатами рейтингу ТОП-100 «Лідери бізнесу України – 10 років розвитку» ПАТ «Промінвестбанк» увійшов до числа найбільш важливих для розвитку країни фінансових установ [10].

Усе вищезазначене підтверджує значущість і надійність цього банку та обумовлює вибір авторів щодо практичного застосування інструментів банківського маркетингу саме для цієї фінансової установи.

Одним з базових засобів маркетингу, в тому числі й банківського, є SWOT-аналіз, що дозволяє виявити і структурувати сильні та слабкі сторони фінансової установи, а також потенційні можливості та загрози банку. У табл. 1. наведено SWOT-аналіз, проведений для ПАТ «Промінвестбанк».

За результатами SWOT-аналізу можна зробити висновок про те, що ПАТ «Промінвестбанк» є надійним та доволі сильним банком але однією з серйозних загроз для нього є конкурентна середа, а особливо поява сильних конкурентів. Відповідно до цього виникає необхідність у проведенні аналізу основних конкурентів Промінвестбанку та виявленні конкурентних позицій на кредитно-фінансовому ринку.

Основними конкурентами ПАТ «Промінвестбанк» є: Райффайзен Банк Аваль, УкрСиббанк та Банк «Фінанси та кредит», які доволі довго та ефективно функціонують на кредитно-фінансовому ринку України.

Для проведення аналізу конкурентів Промінвестбанку виділимо основні показники, які характеризують діяльність банківських установ з різних боків, а саме охоплюють: товарну і цінову політику, якість послуг та персонал банку, а також політику розподілу. Показники оцінювались за допомогою п'ятибальної системи оцінок, яка є найбільш зручною для респондентів. Аналіз конкурентів Промінвестбанку проведений на базі опитування клієнтів роздрібногo бізнесу по підрозділам банків м. Одеси та наведений у табл. 2.

Таблиця 2

Аналіз конкурентів Промінвестбанку

Основні показники	Оцінка показників, бали			
	Промінвестбанк	Фінанси та кредит	Аваль	УкрСиббанк
1. Якість банківських послуг	4	5	3	5
2. Доступність за ціною	2	4	5	5
3. Охоплення ринку	2	3	4	5
4. Асортиментний ряд послуг	4	5	2	2
5. Кваліфікація персоналу	5	5	4	3
Загальна оцінка	17	22	18	21

Джерело : розроблено авторами.

Проведений аналіз свідчить про доволі не стійкі ринкові позиції Промінвестбанку у порівнянні з основними конкурентами, а саме послуги роздрібногo бізнесу найбільш доступні за ціною та за кількістю філій в УкрСиббанку, а Промінвестбанк по даним показникам на останньому місці.

Результати аналізу конкурентів обумовлюють розробку та застосування комплексу дій, як з боку маркетингу, так з боку організації, управління та планування діяльності Промінвестбанку для укріплення своїх позицій на фінансовому ринку.

Крім конкурентів на діяльність банківської установи впливають фактори зовнішнього середовища, які доцільно проаналізувати за допомогою такого інструменту банківського маркетингу, як PEST-аналіз.

PEST-аналіз спрямований на моніторинг та контроль чотирьох факторів зовнішнього середовища: політичних, економічних, соціальних і технологічних.

PEST-аналіз для ПАТ «Промінвестбанк» наведений у табл. 3.

PEST-аналіз дозволяє більш повно врахувати фактори зовнішнього середовища для забезпечення ефективного функціонування та розвитку банківської установи. На сьогодні найважливішими факторами зовнішнього середовища стають технологічні чинники, а особливо, інновації, які удосконалюють послуги банку та його діяльність в цілому.

Висновки з даного дослідження та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Результати використання інструментів банківського маркетингу для ПАТ «Промінвестбанк» дозволяють зробити наступні висновки:

1. ПАТ «Промінвестбанк» є надійним банком, який ефективно функціонує на фінансовому ринку України.

Таблиця 3

PEST-аналіз для ПАТ «Промінвестбанк»

Політичні фактори: 1. Стабільність уряду 2. Зміна законодавства щодо кредитно-фінансових установ 3. Державний вплив на банківський сектор, з урахуванням долі держвласності 4. Державне регулювання конкуренції у банківському секторі 5. Політика оподаткування кредитно-фінансових установ	Економічні фактори: 1. Економічна ситуація у країні 2. Курс національної валюти, процентна ставка НБУ 3. Рівень інфляції 4. Зміна цін на ресурси, що впливають на величину витрат банківської установи (енергоносії, бензин, тепlopостачання тощо) 5. Рівень безробіття у країні 6. Зміна доходів населення або структури доходів
Соціальні фактори: 1. Демографічні зміни у країні 2. Соціальна мобільність населення 3. Активність споживачів 4. Переорієнтація у культурі задоволення потреб населення	Технологічні фактори: 1. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій 2. Законодавство з технологій 3. Інноваційний потенціал (технологічний та трудовий) 4. Широке поширення інтернет-інструментів

Джерело : розроблено авторами

2. Виділено основні інструменти банківського маркетингу, за допомогою яких проаналізований стан Промінвестбанку та досліджено фактори впливу на діяльність цієї банківської установи, а саме: SWOT та PEST-аналіз, аналіз основних конкурентів.

3. Проведений SWOT – аналіз свідчить про доволі стійкий стан Промінвестбанку на фінансовому ринку України. Використання виявлених можливостей та врахування можливих загроз дозволять підвищити ефективність діяльності цього банку.

4. Аналіз конкурентів свідчить про необхідність застосування заходів маркетингу та управлінської діяльності для укріплення своїх ринкових позицій серед конкурентів.

5. PEST-аналіз розкриває фактори зовнішнього середовища, а особливо технологічні фактори, врахування на практиці яких дозволить підвищити ефективність функціонування Промінвестбанку та забезпечить його розвиток.

У подальших наукових роботах планується дослідити практичне застосування інноваційно-комунікаційних технологій у маркетингової діяльності банківських установ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вишатська О. Р. Сучасні тенденції маркетингової діяльності комерційних банків // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницьке, 2009. – № 5. – Т. 3. – С. 153–154.
2. Ротар Д. А. Ключові аспекти розвитку банківського маркетингу в контексті стратегічного управління банком в Україні та шляхи його удосконалення / Д. А. Ротар // Інноваційний розвиток економіки України : 36. наук. праць : Видавничий дім «Гельветика». – Херсон, 2013. – С. 233–237.
3. Циганов, О., Бабенко, Т. Особливості банківського маркетингу в умовах кризи / О. Циганов, Т. Бабенко // Економіка. – 2010. – № 1 (101), січень-лютий. – С. 28–31.
4. Рега М. Г., Курта М. М. Особливості стратегічного маркетингу комерційних банків України: теоретичний аспект / М. Г. Рега, М. М. Курта // Інноваційний розвиток економіки України : 36. наук. праць : Видавничий дім «Гельветика», Херсон, 2013. – С. 155–158.
5. Федірко В. Маркетинг відносин як сучасна концепція банківського маркетингу / В. Федірко // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2008. – Вип. 237. – Т. IV. – С. 861–868.
6. Штейн О. / Нові тенденції в розвитку банківського маркетингу / О. Штейн // Вісник НБУ. – 2006. – № 8. – С. 51–55.
7. Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Гончарова І. І. Формування комплексу маркетингових комунікацій на ринку банківських продуктів : монографія. – К. : КНЕУ.2005. – 248 с.
8. Козьменко С. М. Маркетинг банківських інновацій / С. М. Козьменко, Т. А. Васильєва, С. В. Леонов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 13–28.
9. Д'яконова І. І. Розвиток системи банківського маркетингу за умови реалізації концепції ризик-орієнтованого нагляду / І. І. Д'яконова // Вісник Української академії банківської справи. – 2010. – № 1(28). – С. 41–45.
10. ПАТ «Промінвестбанк»: Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pib.com.ua/>.

УДК 336. 13.051

Киселева Т.Ю.
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри «Теорія фінансів»,
ФГОБУ ВПО «Фінансовий університет
при Правительстві Російської Федерації»

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ БЮДЖЕТНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У РОСІЙСЬКІЙ ЕКОНОМІЦІ

PROSPECTS FOR THE USE OF BUDGET INVESTMENTS IN THE RUSSIAN ECONOMY

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена исследованию бюджетных инвестиций как современной формы расходов бюджета. В ней анализируются основные формы бюджетных инвестиций, эффективности их применения, определяются дальнейшие тенденции их использования в России.

Ключевые слова: государственные инвестиции, бюджетные инвестиции, частно-государственное партнерство, концессия.

АНОТАЦІЯ

Дана стаття присвячена дослідженню бюджетних інвестицій як сучасної форми видатків бюджету. У ній аналізуються основні форми бюджетних інвестицій, ефективності їх застосування, визначаються подальші тенденції їх використання в Росії.

Ключові слова: державні інвестиції, бюджетні інвестиції, приватно-державне партнерство, концесія.

ANNOTATION

This article is devoted to the study of public investment as a modern form of budget expenditure. It analyzes the main forms of public investment, their performance, as determined by the future trends of their use in Russia.

Key words: public investment, budget investment, public-private partnerships, concessions.

Постановка проблеми. Одним из индикаторов конкурентоспособности национальной экономики является ее инвестиционная привлекательность. Во многом она определяется теми условиями инвестирования, а

также и реинвестирования прибыли, которые создает государство. С другой стороны, *в современных условиях встает проблема оптимизации различных форм финансовой поддержки экономики, в том числе деятельности государства в качестве самостоятельного инвестора.*

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема государственных инвестиций рассматриваются в современных публикациях, прежде всего, с точки зрения анализа изменений в бюджетном законодательстве, перехода к программно-целевому методу бюджетного планирования и финансирования; повышения эффективности механизма финансового обеспечения учреждений, элемента ЧПП. Финансово-правовые аспекты бюджетных инвестиций были рассмотрены в статьях Т. В. Саакян, Е. В. Тереховой, С. Г. Хабаева и др., в которых авторы пришли к выводу, что финансовый механизм использования этого инструмента несовершенен, и во многом это определяется противоречиями в российском законодательстве [10; 11]. Сфера применения бюджетных инвестиций потенциально сокращается с введением в действие ФЗ-83 [4], который предполагал, что определенная экономическая самостоятельность бюджетных и автономных учреждений, позволит государству сократить масштабы использования этого инструмента [8]. Использование