



# АНАЛІЗ КРЕДИТНО-ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ

**Самборська-Музичко Ю.А.,**

аспірант кафедри обліку в кредитних і бюджетних установах та економічного аналізу,  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»

- А** Стаття присвячена дослідженню конкурентоспроможності кредитно-депозитних операцій банку як економічної категорії та об'єкта стратегічного аналізу. У публікації досліджено метод аналізу конкурентоспроможності банківських продуктів. За обраною методикою проведено аналіз п'яти банків, що діють на території України, з використанням даних офіційної фінансової звітності. Проаналізовано стратегії поведінки досліджуваних установ у період 2012–2014 рр. з метою визначення особливостей впливу економічної ситуації на конкурентоспроможність кредитно-депозитних послуг банків.
- В** Конкурентоспроможність, аналіз конкурентоспроможності продукту, операції банку, банківські послуги.

## АНАЛИЗ КРЕДИТНО-ДЕПОЗИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ БАНКА

**Самборская-Музычко Ю.А.,**

аспирант кафедры учета в кредитных и бюджетных учреждениях и экономического анализа,  
ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет им. В. Гетьмана»

- А** Статья посвящена исследованию конкурентоспособности кредитно-депозитных операций банка как экономической категории и объекта стратегического анализа. В публикации исследован метод анализа конкурентоспособности банковских продуктов. По выбранной методике проведен анализ пяти банков, действующих на территории Украины, используя данные официальной финансовой отчетности. Проанализированы стратегии поведения исследуемых учреждений в период 2012–2014 гг. с целью определения особенностей влияния экономической ситуации на конкурентоспособность кредитно-депозитных услуг банков.
- В** Конкурентоспособность, анализ конкурентоспособности продукта, операции банка, банковские услуги.

## ANALYSIS OF CREDIT AND DEPOSIT BANK'S OPERATIONS

**Samboska-Muzychko I.A.,**

PhD student of the Department of Accounting in Credit and Budget Institutions and Economic Analysis,  
SHEE "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman"

- A** The article is devoted to investigation of the competitiveness of credit and deposit operations of the bank as the economic category and the object of strategic analysis. The method of analysis of the competitiveness of bank products was investigated in the publication. According to the selected methodology, the analysis of five banks, which operate in Ukraine, was conducted, using the data of the official financial statements. The strategy of the behavior of investigated institutions during the period 2012–2014 years was analyzed in order to determine the peculiarities of impact of economic situation on competitiveness of credit and deposit services of banks.
- B** Competitiveness, competitive product analysis, operations of the bank, services of the bank.

### Постановка проблеми

Динамічний розвиток фінансового сектора національної економіки сприяє підвищенню значущості та актуальності досліджень у сфері аналізу тенденцій зміни ринкових показників, моделювання можливих фінансових часових потоків, а також побудови стратегій виживання та підвищення прибутковості власних операцій банків.

Проблема підвищення конкурентоспроможності комерційних банків відображає практично всі сторони життя суспільства і тому незмінно перебуває в центрі уваги державних діячів та ділових кіл у всіх країнах світу. Банківська конкурентоспроможність є однією з ключових категорій, оскільки відображає фінансові, економічні, організаційно-управлінські, інноваційні, маркетингові та інші можливості не тільки конкретного банку, а й усього

банківського сектора країни. Ці можливості банків знаходять своє відображення в наданні ними конкурентоспроможних послуг різним категоріям клієнтів.

### Аналіз останніх джерел і публікацій

Вказана проблема знайшла відображення в роботах таких авторів, як Апаріна В., Барковський А. Н., Букатов В. І., Герасимович А. М., Глісін Ф. Ф., Кіт-рар Л. А., Долан Є. Г., Дробозіна Л. А., Кураков Л. П., Кузьмінська О. Е., Лаврушин О. І., Матвієнков М. Ю., Мішин Г. І., Москвін В. А., Мороз А. М., Парамонова Т. В., Парасій-Вергуненко І. М., Примостка Л. О., Усоскін В. М. та ін. Проте, незважаючи на дослідження, залишаються невирішеними деякі питання, зокрема недостатньо досліджений метод визначення конкурентоспроможності продукту банку

та рівень його впливу на спроможність установи утримувати або покращувати конкурентні позиції.

**Постановка завдання**

Реалізація банківського продукту сприяє надходженню грошових коштів до установи, але не завжди гарантує дохід. Рівень доходності від операцій дозволяє оцінити не лише прибутковість банківської установи, але й зрозуміти, чи є вона конкурентоспроможною на ринку. Значну частину прибутку банк формує саме за рахунок кредитно-депозитних операцій. Тому вивчення питання аналізу економічної вигоди від реалізації цього виду банківського продукту на прикладі конкретних банківських установ як важливого фактору, від якого залежить рівень спроможності банку функціонувати у конкурентному середовищі, є головною метою дослідження.

**Виклад основного матеріалу**

Відповідно до переліку банківських послуг, що надаються банками України, можна визначити основні банківські продукти, які існують на ринку. Відповідно до Закону «Про банки і банківську діяльність» до банківських послуг належать [1]:

- залучення у вклади грошових коштів фізичних і юридичних осіб, їх розміщення від свого імені і за свій рахунок;
- відкриття і ведення банківських рахунків фізичних та юридичних осіб;
- здійснення розрахунків за дорученням фізичних і юридичних осіб, у тому числі банків-кореспондентів, по їхньому банківському рахунку;
- інкасація коштів, векселів, платіжних і розрахункових документів і касове обслуговування фізичних та юридичних осіб;

- купівля-продаж іноземної валюти в готівковій та безготівковій формах;
- залучення у внески і розміщення дорогоцінних металів, здійснення операцій з дорогоцінними металами і дорогоцінним камінням відповідно до законодавства;
- видача банківських гарантій, поручительства за третіх осіб, що передбачає виконання зобов'язань у грошовій формі;
- придбання права вимоги від третіх осіб виконання зобов'язань у грошовій формі;
- довірче управління коштами та іншим майном за договором з фізичними та юридичними особами.

Важливо зазначити, що в кожного банку свій список послуг, що надаються, і залежить він від виду, особливостей і спрямованості діяльності банку (рис. 1).

Загалом послуги банку можна розділити на три основні види операцій, які банк виконує:

1. Кредитно-депозитні (клієнт вкладає гроші в банк і отримує додатковий дохід або ж клієнтам видаються гроші і банк отримує від цього дохід з клієнта).
2. Розрахунково-касові операції (відкриття рахунків, з яких відбувається виплата зарплати, перерахування податків тощо, операції в касі банку).
3. Інші послуги (до таких також зараховується консультування населення та організацій щодо можливих банківських операцій і надання банківських послуг тощо).

Кредитно-депозитні операції банку складають левову частку банківських операцій. Тому особливу увагу при здійсненні депозитних операцій необхідно приділяти розробці кожною організацією



Рис. 1. Види банківських послуг [5]

власної депозитної політики, під якою слід розуміти сукупність заходів комерційного банку, спрямованих на визначення форм, завдань, змісту банківської діяльності з формування банківських ресурсів, їх планування та регулювання. Кінцевою метою вироблення та реалізації ефективної депозитної політики будь-якого комерційного банку є збільшення обсягу ресурсної бази при мінімізації витрат банку і підтримці необхідного рівня ліквідності з урахуванням всіх видів ризиків. Оскільки кожен банк розробляє депозитну політику, то головне питання не тільки в тому, чи є вона у банку, а й у її якості. Організація депозитних взаємовідносин банку з клієнтами визначається багатьма факторами, включаючи розмір банку, кваліфікацію банківських працівників, відповідальних за оформлення депозитних угод, види депозитів тощо. Іншими словами, депозити – це головний вид приваблюваних комерційними банками ресурсів [4]. Дійсно, саме вони розкривають зміст діяльності комерційного банку як посередника в придбанні ресурсів на вільному ринку кредитних ресурсів.

Депозитні грошові потоки є найбільш масивними у банківській системі. Тому для підвищення конкурентних переваг цього продукту в одному банку над іншим та для підвищення зацікавленості вкладників у розміщенні своїх коштів банк практикує, крім простих, складні відсотки.

Одним зі способів збільшення обсягу залучених ресурсів є різноманітність вкладів для різних верств населення залежно від соціального рівня, а також суми та строку зберігання вкладу. При цьому банки повинні враховувати вимоги і можливості різних категорій вкладників – від пенсіонерів та студентів до бізнесменів і людей середнього достатку. Для досягнення цієї мети кредитні організації пропонують такі види вкладів, як пенсійні, інвестиційні, студентські тощо, за якими банки пропонують пільгові підвищені відсотки. Важливими чинниками у процесі залучення депозитів є швидкість і простота оформлення вкладу (укладання договору, відкриття рахунку). Договори банківських вкладів можуть бути як стандартної форми, так і індивідуальними залежно від категорії клієнта, суми та строку внесеного депозиту.

Посилена конкуренція в банківському середовищі змушує кредитні організації вдаватися в процесі боротьби за вкладника до таких методів, як надання повного комплексу послуг, пов'язаних з обслуговуванням кошторису конкретного клієнта. При цьому пропонується проведення додаткових операцій, таких як оформлення пластикових карт, продаж дорожніх чеків, конвертація за пільговим курсом, прискорені перекази грошових

коштів клієнта, здійснення комунальних платежів тощо. Розвиток широкого комплексу банківських послуг поряд зі страхуванням вкладів значно підвищує привабливість кредитної організації в очах наявних і потенційних вкладників та сприяє розширенню ресурсної бази комерційного банку.

Під банківським кредитуванням розуміється надання банками грошових коштів на умовах терміновості, платності, зворотності різним категоріям позичальників, у тому числі підприємствам. Робота на ринку кредитів дозволяє банкам накопичувати інформацію про своїх клієнтів, таким чином вигадуючи все нові методи покращення конкурентних переваг свого кредитного продукту та залучення більшого кола споживачів.

Банки, працюючи в умовах ринку, що динамічно розвивається, постійно змінюють методи залучення споживача до власних продуктів. Це як надання кращих умов для одержання поширених продуктів, так і пропонування нових унікальних. Але головним завданням для банку залишається одержання максимальної вигоди від реалізації певного продукту, адже це є одним з основних показників конкурентоспроможності установи. А отже, вивчаючи динаміку зміни конкурентоспроможності через економічну вигоду продукту обраних банків, можна зрозуміти їх місце на ринку в часовій динаміці.

Щоб залучити клієнтів, банки пропонують не тільки особливі види вкладів, пільгове обслуговування, а й різні види кредитування зі зниженими вимогами до позичальників, а також знижують ставки кредитування. Деякі банки пропонують спеціальні кредитні програми з низькими відсотками, які діють лише певний час, наприклад, приурочені до свят. Також можлива пропозиція спеціальних умов для клієнтів, які вже скористалися кредитом цього банку, погасили його точно в строк. Завдяки такому кроку можна утримати клієнтів, а також залучити нових потенційних позичальників.

Водночас слід враховувати, що будь-який банк не може працювати собі в збиток, а занадто велике пониження процентних ставок веде саме до цього. Приваблюють споживача широко рекламовані кредити без переплати, які часто просто не вигідні банку. У цьому випадку ідеально укладати договори з підприємствами-партнерами, які гаситимуть процентну ставку банку за клієнта, який користується цим кредитом. Тоді всі залишаються задоволені: банк нічого не втрачає, споживач економить, магазин збільшує продажі.

У більшості випадків кредитні програми розраховані на працююче населення, зі стабільним доходом. Однак для залучення більшого числа клієнтів

банки розробляють спеціальні пропозиції для студентів та пенсіонерів.

Якщо банки не можуть запропонувати клієнтам зниженої ставки, то для їх залучення створюються певні зручні умови отримання позик. Дуже часто потенційних клієнтів лякає занадто складний процес оформлення кредиту. Тому банки пропонують мінімальний перелік необхідних документів для отримання позики. Звичайно, часто легке отримання кредиту впливає на залучення нових клієнтів, але все-таки не завжди клієнта приваблює саме це. Якщо клієнт хоче взяти досить велику суму, його не зупинить збір мінімальних документів, на вибір позики набагато більше вплине процентна ставка погашення кредиту.

Для залучення клієнтів банки створюють не тільки спеціальні кредитні програми, але й випускають кредитні карти. Наразі вони набирають популярність, часто при їх оформленні не вимагається вказувати мету кредиту, при цьому нею можна буде скористатися тільки у разі потреби.

Такий перелік особливостей стимулює менеджерів банків досліджувати рівень конкурентоспроможності установи через призму рівня економічної ефективності продукту. Наприклад, у своїй праці А. М. Герасимович та І. М. Парасій-Вергуненко, досліджуючи проблему аналізу конкурентоспроможності банківського продукту, стверджують, що найбільш методологічно складною частиною аналізу прибутків банківських продуктів є визначення їх собівартості [2]. Тоді виникає питання щодо виділення непрямих витрат, передусім загально-адміністративних, що припадають на окремі банківські продукти, адже лише після їх розрахунку (найчастіше вони розподіляються пропорційно питомій вазі прямих витрат на продукт у загальній сумі прямих витрат банку або доходів у загальній сумі доходів) можна розрахувати прибуток (або збиток) від конкретного банківського продукту.

Автори пропонують виконати розподіл загально-адміністративних витрат пропорційно чистому доходу від «процентних», комісійних,

інших операційних продуктів у сумі чистих доходів банку до прибутковості цих видів діяльності чотирьох груп банків.

Конкурентоспроможність продукту банку – це ступінь його переваги над аналогічними послугами інших банків з погляду споживачів. Конкурентоспроможність продукту можна визначати прямими та непрямими способами.

Зіставлення споживачем корисності послуг банку (ступеня задоволення конкретної потреби) на одиницю своїх витрат на придбання та використання послуги є прямим методом. Так, конкурентоспроможність Кт послуги можна визначити за формулою [2, ст. 72]:

$$K_T = \frac{E}{B} \longrightarrow \max \quad (1)$$

Де E – корисний ефект від отримання послуги;  
B – витрати на купівлю та використання послуги.

Таким чином, у процесі вибору банку з метою купівлі певної послуги перевага надається тому банку, в якого показник відношення корисного ефекту послуги до витрат на її купівлю та використання є найбільшим у порівнянні з аналогічними товарами. Таке співвідношення і можна вважати умовою конкурентоспроможності продукції.

За непрямим методом оцінки якості товару банку (послуги) споживач оцінює: наскільки відомим є банк; чи велике поширення послуг цієї установи; чи відвертий продавець у своїй інформаційній політиці; який термін користування послугою та чи буде можливою зміна умов надання послуги. Перелік показників конкурентоспроможності залежить не лише від об'єкта дослідження, а також і від того, яка методика визначення конкурентоспроможності була обрана.

За допомогою цієї методики серед обраного переліку банків проведемо аналіз конкурентоспроможності за показником конкурентоспроможності кредитно-деPOSITИВНИХ товарів банку (табл. 1), використовуючи дані офіційної річної звітності за відповідні періоди. Виходячи з одержаних результатів,

#### КОЕФІЦІЄНТ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРЕДИТНО-ДЕПОЗИТНИХ ПОСЛУГ

Таблиця 1

№ П\П	НАЗВА БАНКУ	РІК		
		2012	2013	2014
1	ПриватБанк	0,80	0,60	0,40
2	УкрСібБанк	0,82	0,85	1,30
3	УкрСоцБанк	1,10	1,00	0,59
4	Фінанси та Кредит	0,14	0,16	0,00
5	ПромінвестБанк	0,44	0,33	0,34

Джерело: Офіційна звітність, розрахунки автора

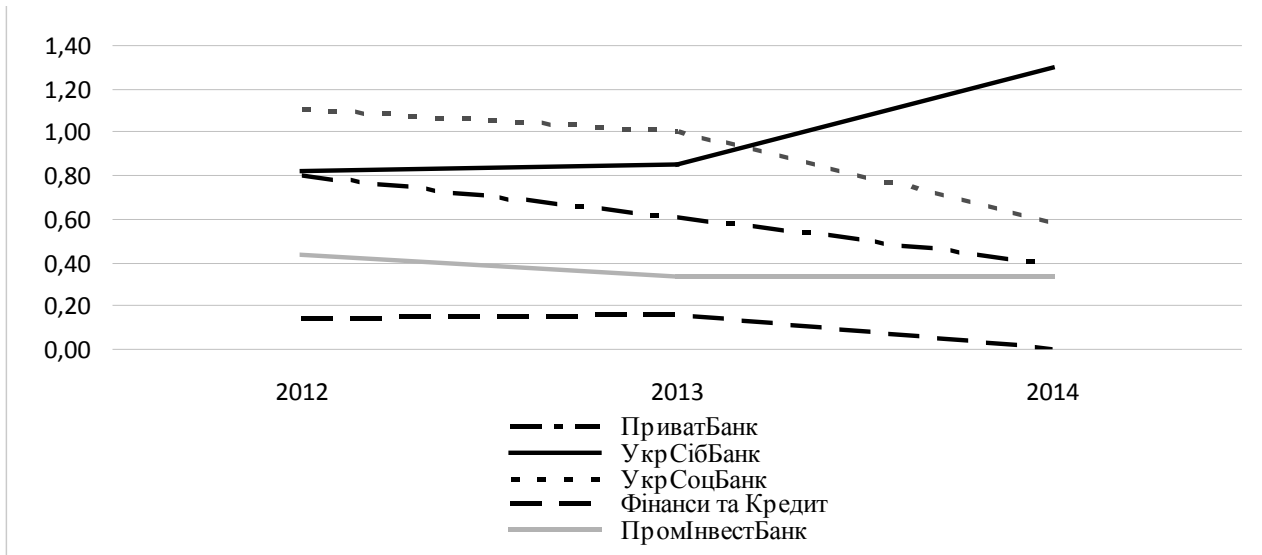


Рис. 2. Динаміка зміни показника конкурентоспроможності кредитно-депозитних операцій банків

Джерело: Офіційна звітність, розрахунки автора

методики залучення клієнтів до сфери кредитно-депозитних послуг були не досить успішними, на що мав значний вплив кризовий фактор економіки країни. Проте деяким із банків усе ж таки вдалося залишити свої показники конкурентоспроможності цього виду операцій позитивними і навіть покращити.

За результатами табл. 1 зобразимо графічно динаміку змін (рис. 2).

Загалом найкращі показники конкурентоспроможності кредитно-депозитних послуг у динаміці від 2012 до 2014 року мав УкрСібБанк, що демонстрував показники стабільного покращення та навіть різкого збільшення у 2014 році. А ось показники банку «Фінанси та Кредит» були не лише найнижчими, але й мали низхідну характеристику. Цікавим є момент, що деякі з банків мали

досить високий прибуток від цих операцій, який був досягнутий шляхом залучення великої кількості клієнтів, але й зростання рівня витрат (рис. 3).

Відповідно ПриватБанк, як найбільший серед обраних, мав найвищі показники чистого доходу від цього виду операцій, хоча й зазнав певних фінансових втрат у 2014 році в порівнянні навіть з 2012-м. На відміну УкрСібБанк та ПромІнвестБанк не лише утримували власні позиції, але й мали кращі показники доходності за кредитно-депозитними операціями у 2014 році. Важливо зазначити, що 2012–2103 рр. характеризувалися як період відтоку депозитних коштів, а введені Національним банком України обмеження призвели до погіршення умов для кредитування банками. Так, у 2013 році, за даними НБУ, відтік депозитів УкрСібБанку склав близько 32 % загального об'єму, а у

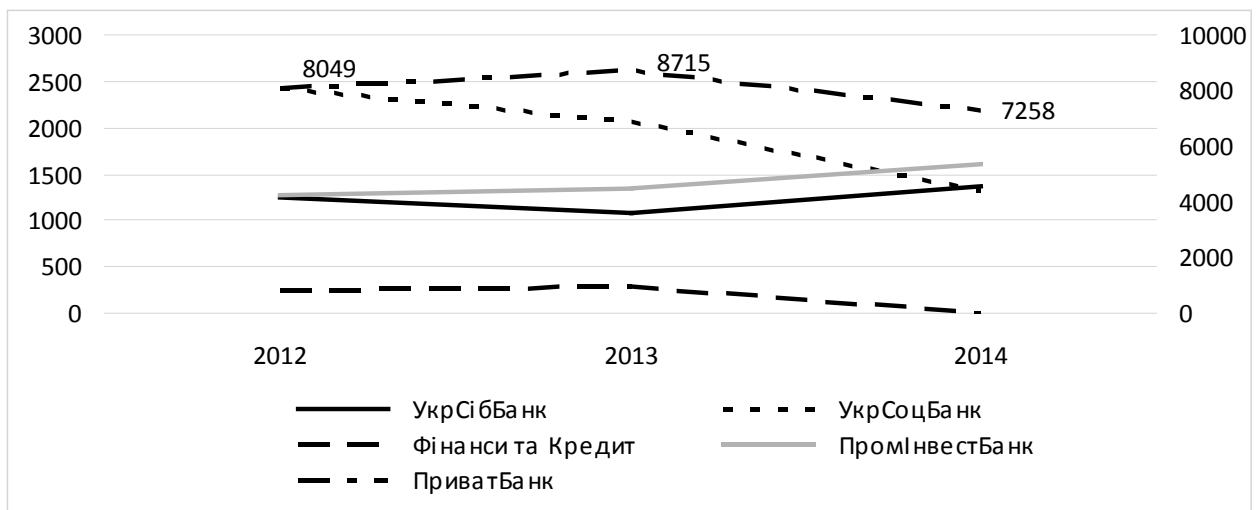


Рис. 3. Розмір чистого доходу від кредитно-депозитних операцій, млн грн

Джерело: Офіційна звітність, розрахунки автора

ПриватБанку в цей самий період – понад 22 %, хоча 2014 року цей показник сягнув вже 34 %. Частка вкладників УкрСоцБанку у 2013 році зменшилася на менш ніж 16 %. Порівнюючи за даними річної звітності банків показники об'ємів депозитів у національній та іноземній валютах, стає зрозумілим, що обрані банки зазнали певних втрат у 2014 році. Так, для ПриватБанку показник вкладів у національній валюті зменшився на 15 %, а в іноземній – на майже 33 %. Найбільший відтік коштів у національній валюті спостерігався у ПромІнвестБанку, що склав близько 23 % та 31 % в іноземній валюті. З іншого боку, для УкрСоцБанку цей показник склав 11 %, для УкрСібБанку – майже 15 % і для банку «Фінанси та Кредит» близько – 4 % у національній валюті; та 31 %, 37 % і 13 % для депозитів в іноземній валюті відповідно.

Водночас показники залучення кредитних коштів у цей період для банків були такими: у ПриватБанку в 2014 році було видано на 12 % більше, ніж у 2013-му, УкрСібБанк покращив показники кредитування лише на 2 %, УкрСоцБанк на майже 16 %, банк «Фінанси та Кредит» – на 32 %, а ПромІнвестБанк – на 21 %. Для УкрСібБанку ці показники виявились недостатніми для покращення рівня конкурентоспроможності цього виду послуг, що стимулювало до зниження рівня витрат на них. Протилежну стратегію було обрано ПромІнвестБанком, який з підвищенням показника доходності кредитно-депозитних послуг збільшував частку витрат на них (рис. 4).

Для ПриватБанку така стратегія не стала вигідною, адже показник конкурентоспроможності його послуг значно знизився в 2014 році в порівнянні навіть з 2012-м, що також характерно для банку «Фінанси та Кредит» (в який у вересні 2015 року вже введена тимчасова наглядова комісія у зв'язку з визнанням банку неплатоспроможним).

### Висновок

Конкурентоспроможність банківського продукту та самої установи банку має пряму залежність. Завдяки результатам дослідження можна стверджувати, що не завжди стратегія поведінки банку на ринку для покращення або утримання власних конкурентних позицій спирається на рівень конкурентоспроможності продукту та поліпшення рівня його прибутковості. В умовах хиткої економічної ситуації менеджерами приймаються рішення не завжди аналітично обгрунтовані, а тому запропонована авторами методика визначення рівня конкурентоспроможності банківського продукту є зручною у використанні. За результатами проведеного дослідження проілюстровано пряму залежність конкурентоспроможності банківської установи від рівня економічної вигоди кредитно-депозитних операцій банку. Іншими словами, конкурентоспроможні кредитно-депозитні операції банків на ринку послуг є важливим фактором, від якого залежить рівень спроможності банку функціонувати у конкурентному середовищі.

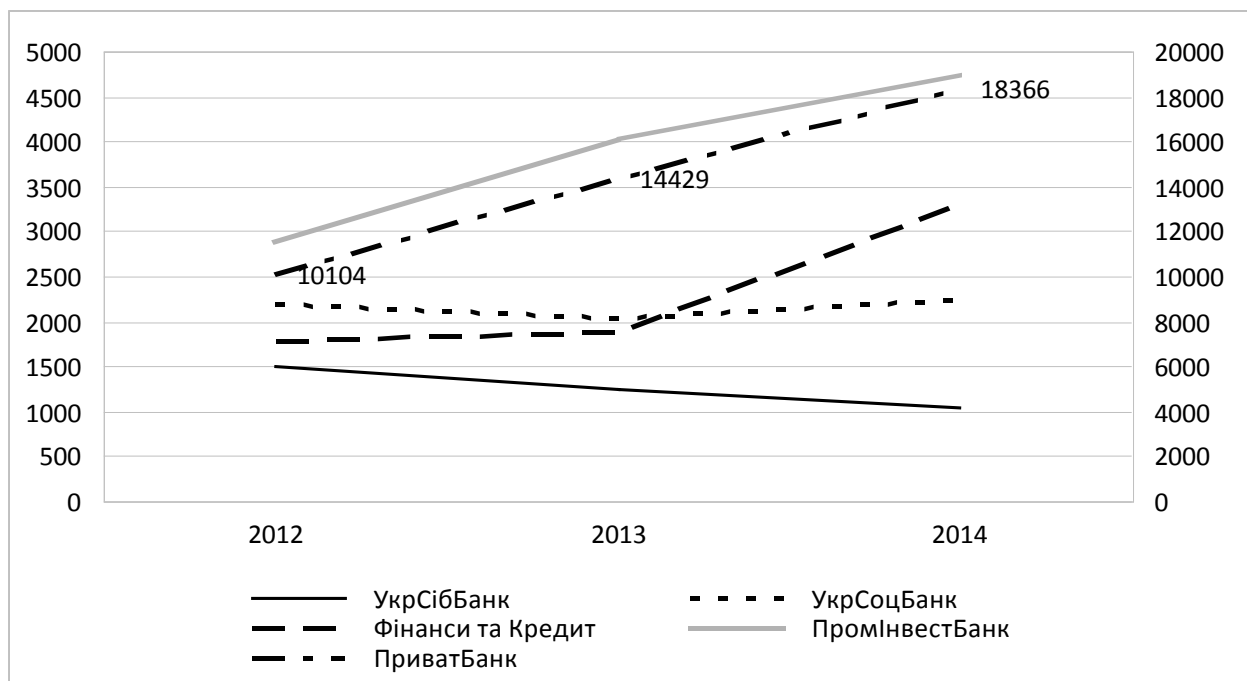


Рис. 4. Розмір загальних витрат на кредитно-депозитні операції, млн грн

Джерело: Офіційна звітність, розрахунки автора

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» [Електронний ресурс]: Закон України: офіц. текст: від 07.12.2000 р. &2121-III. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14>.
2. Герасимович А. М. Аналіз банківської діяльності: Підручник / А. М. Герасимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко та ін.; За ред. А. М. Герасимовича. — К.: КНЕУ, 2005.
3. Кобушко І. М. Стратегічне управління: конспект лекцій / Укладачі: І. М. Кобушко, І. Д. Скляр. – Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – 228 с.
4. Міщенко А. П. Стратегічне управління: Навч. посібник / А. П. Міщенко. – Київ : Центр навч. л-ри, 2004. – 336 с.
5. Мороз А. М. Банківські операції: Підручник / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: КНЕУ, 2002. – 478 с.
6. Офіційний сайт Національного банку України: [Електронне джерело]. – Режим доступу: // <http://www.bank.gov.ua>.
7. Види банківських послуг: [Електронне джерело]. Режим доступу: <http://finmarket.kubangov.ru>

1. Law of Ukraine «On banks and banking activity» [electronic resource]: the law of Ukraine: official. text from 07.12.2000 2121-III. – Access: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2121-14>.
2. Gerasimov AM Analysis Banking: Textbook / AM Gerasimov, MD Alekseyenko, IM-Persia Verhunencko etc. ; Ed. AM Gerasimovitch. – K.: KNEU, 2005.
3. Kobushko IM Strategic Management: Lecture / Compilers: IM Kobushko, ID Sklyar. – Sumy: Izdatel'stvo the SSU, 2010. – 228 p.
4. Mishchenko AP Strategic Management: Training. manual / AP Mishchenko. – Kyiv Center teach. l-ry, 2004. – 336 p.
5. Frost AM Banking: Textbook / AM Frost, MI Savluk, MF Puhovkina etc. ; Ed. Dr. Sc. Sciences professor. A. Claus. – 2nd ed., Straighten. and add. – K.: KNEU, 2002. – 478 p.
6. Official Site NBU // <http://www.bank.gov.ua>.
7. Electronic source: <http://finmarket.kubangov.ru>

Дата подання рукопису: 23.08.2015 р.