

vatsya.html. 10. Холодный Г. А. Исследование факторов, определяющих тенденции развития Интернет-технологий в маркетинге / Г. А. Холодный, С. А. Родионов // Экономика развития. – 2013. – № 4 (68). – С. 99–105. 11. Ястремська О. М. Бренди промислових підприємств: формування та ефективність використання : монографія / О. М. Ястремська, О. М. Тимонін, К. О. Тимонін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 244 с.

**References:** 1. Polishchuk T. V. Perspektivni napriamky rozrobky uspishnykh brendiv v Ukraini [Promising Trends in the Development of Successful Brands in Ukraine] / T. V. Polishchuk // Aktualni problemy ekonomiky. – 2009. – No. 7 (97). – P. 129–137. 2. Internet branding : material z Vikipedii – vilnoi entsyklopedii [Electronic resource]. – Access mode : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-брендінг>. 3. Ladiк S. Pervye shagi v internet-brendinge / S. Ladiк // Marketing i reklama. – 2011. – No. 1 (173). – P. 69–73. 4. Shtanski N. E-branding: novye tekhnologii dlya prodvizheniya v seti Internet [Electronic resource] / N. Shtanski // Diplomaticheskiy vestnik Pridnestrovyia. – 2012. – No. 8. – Access mode : <http://vestnik.mfa-pmr.org/index.php?newsid=197>. 5. Uspenskiy I. Internet-marketing : uchebnyk / I. Uspenskiy. – SPb. : Izd-vo SPGUEiF, 2003. – 197 p. 6. Bokarev T. Entsiklopediya internet-reklamy / T. Bokarev. – M. : Promo-Ru, 2000. – 416 p. 7. Danilyuk A. Brend v Internete, ili osobennosti kommunikativnoy sredy / A. Danilyuk // Upravlenie kompaniy. – 2011. – No. 12. – P. 9–12. 8. V 2013 godu kolichestvo internet-polzovateley v Ukraine sostavilo polovinu naseleniya [Electronic resource] // Informatsionnoe agenstvo "Unian". Novosti ot 28.10.2013 g. – Access mode : <http://www.unian.net/news/602253-v-2013-godu-kolichestvo-internet-polzovateley-v-ukraine-sostavila-polovinu-naseleniya.html>. 9. Kolichestvo onlain-pokupatelei rastet, kak pravilno etim vospolzovatsya [Electronic resource] // Informatsionnoe agenstvo "Unian". Novosti ot 18.07.2013 g. – Access mode : <http://www.unian.net/news/584290-kolichestvo-onlayn-pokupateley-rastet-kak-pravilno-etim-vospolzovatsya.html>. 10. Kholodnyi G. A. Issledovanie faktorov, opredelyayushchikh tendentsii razvitiya Internet-tehnologiy v marketinge [Research into Factors Determining Internet Technology Development Trends in Marketing] / G. A. Kholodnyi, S. A. Rodionov // Ekonomika rozvytky. – No. 4 (68). – 2013. – P. 99–105. 11. Yastremska O. M. Brendy promyslovykh pidpriemstv: formuvannia ta efektyvnist vykorystannia : monohrafiia [Brands of Production Plants : Formation and Efficiency of Use : monograph] / O. M. Yastremska, O. M. Timonin, K. O. Timonin. – Kh. : Vyd. KhNEU, 2013. – 244 p.

#### Інформація про авторів

**Небилиця Олена Анатоліївна** – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, заступник декана факультету менеджменту та маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а, e-mail: lenoch2000@mail.ru).

**Тимонін Костянтин Олександрович** – канд. екон. наук, викладач кафедри економіки, організації і планування діяльності підприємства Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а, e-mail: 9629867@gmail.com).

#### Інформація об авторах

**Небылиця Елена Анатольевна** – канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, заступитель декана факультета менеджменту та маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, г. Харьков, пр. Ленина, 9а, e-mail: lenoch2000@mail.ru).

**Тимонин Константин Александрович** – канд. екон. наук, преподаватель кафедры экономики, организации и планирования деятельности предприятия Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (61166, Украина, г. Харьков, пр. Ленина, 9а, e-mail: 9629867@gmail.com).

#### Information about the authors

**O. Nebylytsia** – PhD in Economics, Associate Professor of Management Department, deputy dean of the Faculty of Marketing and Management of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Lenin Ave., 61166, Kharkiv, Ukraine, e-mail: lenoch2000@mail.ru).

**K. Timonin** – PhD in Economics, lecturer of the Department of Economy, Organization and Planning of Company Activity of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Lenin Ave., 61166, Kharkiv, Ukraine, e-mail: 9629867@gmail.com).

*Рецензент*  
докт. екон. наук,  
професор Лисиця Н. М.

*Стаття надійшла до ред.*  
14.02.2014 р.

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СЕГМЕНТАЦІЇ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

УДК 336.717

**Вовк В. Я.**  
**Урусова С. С.**

Вказано, що спад і стагнація в банківському секторі України на тлі посилення макроекономічної нестабільності у світі загострили проблематику підвищення конкурентоспроможності вітчизняних банків як на внутрішньому, так і на зовнішньому

фінансових ринках. Для формування ефективної конкурентної стратегії авторами запропоновано методичний інструментарій сегментації конкурентного середовища національного ринку банківських послуг, який окремими етапами передбачає розподіл банків на групи конкурентів за параметрами конкурентних позицій у провідних сегментах ринку, аналіз їх конкурентної сили та можливостей щодо застосування певних методів конкуренції в процесі конкурентної боротьби.

*Ключові слова:* банківський сектор, ринок банківських послуг, конкуренція, конкурентне середовище, сегмент ринку, конкурентна сила.

.....

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СЕГМЕНТАЦИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ

УДК 336.717

**Вовк В. Я.  
Урусова С. С.**

Отмечено, что спад и стагнация в банковском секторе Украины на фоне усиления макроэкономической нестабильности в мире обострили проблематику повышения конкурентоспособности отечественных банков как на внутреннем, так и на внешнем финансовых рынках. Для формирования эффективной конкурентной стратегии авторами предложен методический инструментарий сегментации конкурентной среды национального рынка банковских услуг, который отдельными этапами предусматривает распределение банков на группы конкурентов по параметрам конкурентных позиций в ведущих сегментах рынка, анализ их конкурентной силы и возможностей применения определенных методов конкуренции в процессе конкурентной борьбы.

*Ключевые слова:* банковский сектор, рынок банковских услуг, конкуренция, конкурентная среда, сегмент рынка, конкурентная сила.

.....

## CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT SEGMENTATION OF THE NATIONAL BANKING MARKET

UDC 336.717

**V. Vovk  
S. Urusova**

Recession and stagnation in the bank sector of Ukraine along with the growing world macroeconomic instability were found to have intensified the problem of the national banks competitiveness increase in both internal and external financial markets. To form an effective competitive strategy a methodological toolset of the competitive environment segmentation of the national bank services was suggested which foresees the division of the banks into groups of competitors according to the characteristics of the competitive positions in the leading market segments, the analysis of their competitive strength and the possibilities of the use of certain methods of competition.

*Keywords:* banking, banking market, competition, competitive environment, market segment, competitive force.

Інтеграція України у світове господарство на фоні інтернаціоналізації світових фінансових ринків зумовила структурні диспропорції в банківському секторі через зростання присутності іноземного капіталу, підвищила залежність банків від зовнішніх запозичень, призвела до зростання конкуренції у високодохідних сегментах ринку банківських послуг та довела необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних банків як основи зміцнення економічної безпеки держави.

Вирішення завдання підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому фінансових ринках багато в чому залежить від результатів оцінювання конкурентного середовища, що дозволяє сформулювати інформаційний простір для обґрунтування цілей конкурентної боротьби, розробки та вибору дієвої конкурентної стратегії. За цих обставин виникає об'єктивна необхідність у поглибленні методичного інструментарію сегментації конкурентного середовища вітчизняного ринку банківських послуг.

Проблематика вдосконалення конкурентних відносин на основі розвитку конкурентного середовища привернула увагу низки науковців, до яких належать В. Бережний, М. Гнилицький, О. Зелінська, Я. Коваленко, Л. Ковальська, І. Кучумова, В. Марцин, О. Степаненко, І. Червиць, Т. Футало, М. Шевцова, Т. Яворська та інші. Зазначені вчені вивчали передумови формування та чинники розвитку конкурентного середовища ринку, роль глобальної конкуренції в системі управління економікою [1; 2], питання підвищення ефективності державного регулювання вітчизняної економіки в умовах глобального конкурентного середовища [3], ефективність діяльності банківської системи, проблеми позиціонування банківської установи в конкурентному середовищі [4], динаміку розвитку вітчизняного ринку банківських послуг та його сегментацію [5; 6].

Метою даної роботи є поглиблення науково-теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо сегментації конкурентного середовища ринку банківських послуг.

Критичний аналіз наявних у практиці конкурентного аналізу підходів до сегментації конкурентного середовища ринку дозволяє говорити про їх непридатність для застосування в банківській сфері внаслідок специфічності банківської діяльності та ряду інших причин, а саме: відсутності можливості встановлення прямих та потенційних конкурентів, неможливості ідентифікації конкурентного впливу банків-конкурентів та невідповідності результатів такого розподілу банків вимогам інформаційного забезпечення процесу розробки й реалізації конкурентної стратегії.

З огляду на те що конкурентоспроможність банку характеризує його позиція на ринку стосовно конкурентів, автори пропонують як критерії сегментації банківського сектору використати частку ринку банківських послуг чи його окремих сегментів (конкурентну позицію). Такий підхід дозволить встановити прямих та потенційних конкурентів, визначити їх конкурентну силу, обґрунтувати стратегічні напрями розвитку банку в агресивному конкурентному середовищі.

Існуючу модель ринку банківських послуг України можна охарактеризувати як олігополістичну конкуренцію, адже, незважаючи на функціонування великої кількості професійних учасників ринку (станом на 01.01.2013 року в Україні здійснюють діяльність 176 банків), рівний доступ на ринок за наявності ліцензії та письмових дозволів Національного банку України на провадження певних видів діяльності, відсутність обмежень діяльності з боку регулятора, відсутність бар'єрів для появи нових суб'єктів ринку та ін., сукупна частка ринку найбільших банків (банків І групи) становить близько 65 %. Масштаби діяльності інших банків значно менші та відповідно вони мають істотно нижчий рівень часток ринку банківських послуг.

Банки незалежно від форми власності (приватні чи державні, національні чи з участю іноземного капіталу) у своїй діяльності орієнтовані на залучення коштів від фізичних та юридичних осіб і їх розміщення на власних умовах і на власний ризик з метою отримання прибутку. Крім того, банки як фінансові посередники надають низку інших банківських послуг, що спрямовані на обслуговування руху фінансових потоків між суб'єктами економічної діяльності та секторами економіки. Доказом цього є структура ресурсної бази і активів вітчизняних банків.

Виходячи з цього, пріоритетними сегментами ринку банківських послуг слід вважати ресурсний та кредитний, де спостерігається найгостріша боротьба за клієнтів – фізичних та юридичних осіб. Відповідно, для сегментації конкурентного середовища вітчизняного ринку банківських послуг автори пропонують класифікувати банківські установи за розміром наступних показників їх діяльності: залучені кошти фізичних та юридичних осіб, залучені строкові кошти та кошти на вимогу, надані кредити та заборгованість фізичних і юридичних осіб. Результатом сегментації буде визначення позиції кожного банку стосовно стратегічних конкурентів та розподіл банків-конкурентів на такі групи, як: банки-лідери, що утримують провідні конкурентні позиції на ринку; банки – прямі конкуренти (претенденти на лідерство); банки – потенційні конкуренти (банки-послідовники); банки-аутсайтери [7].

Виходячи з кількості обраних критеріїв (6 показників) для сегментації конкурентного середовища вітчизняного ринку банківських послуг та визначення банків-лідерів, претендентів на лідерство, послідовників та аутсайдерів, обрано методику кластерного аналізу. З огляду на різні ранги очікуваних груп банків (банки-лідери матимуть істотно вищі конкурентні позиції на ринку порівняно з банками-аутсайдерами) доцільно застосувати ієрархічний метод кластеризації, для проведення ітераційних процедур слід використати метод k-середніх та в якості метрики відстані обрати евклідову відстань.

Статистичною базою дослідження стали дані фінансової звітності банків України. Для практичної апробації запропонованого методичного підходу до сегментації конкурентного середовища національного ринку банківських послуг в дослідженні обрано 21 банк, що є представниками різних груп за рейтингом Національного банку України. Період дослідження тривав з 01.01.2010 р. до 01.01.2013 р.

У результаті проведених розрахунків у програмному пакеті Statistica протягом усього періоду дослідження отримано однакову сегментарну структуру конкурентного середовища вітчизняного ринку банківських послуг (табл. 1).

Таблиця 1

**Сегментарна структура конкурентного середовища вітчизняного ринку банківських послуг протягом 01.01.2010 р. – 01.01.2013 р.**

№ п/п	Сегмент	Склад сегменту	
		Банк	Місце банку в рейтингу НБУ
1	2	3	4
1	Банк-лідер	ПАТ КБ "ПриватБанк"	I група
2	Банки – претенденти на лідерство	ПАТ "Укресімбанк"	I група
		ПАТ "Ощадбанк"	I група
3	Банки-послідовники	ПАТ "Укрсоцбанк"	I група
		ПАТ "УкрСиббанк"	I група

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
4	Банки-аутсайвери	ПАТ "Кредитпромбанк"	II група
		ПАТ "Банк Форум"	II група
		ПАТ "Сведбанк"	II група
		ПАТ "Хрещатик"	II група
		ПАТ "Ерсте Банк"	II група
		ПАТ "КБ "Фінансова ініціатива"	II група
		ПАТ "КБ "Південкомбанк"	III група
		ПАТ "Мегабанк"	III група
		ПАТ "Укрінбанк"	III група
		ПАТ "Кредобанк"	III група
		ПАТ "Терра Банк"	III група
		ПАТ "Діамантбанк"	III група
		ПАТ "Фольксбанк"	IV група
		ПАТ "АКБ "Київ"	IV група
		АТ "КБ "Експобанк"	IV група
АТ "Банк Золоті ворота"	IV група		

Отже, за результатами сегментації конкурентного середовища національного ринку банківських послуг визначено, що лідером за розміром ринкових часток у провідних сегментах ринку банківських послуг є ПАТ КБ "ПриватБанк", який тривалий час є найбільшим банком зі 100-відсотковим вітчизняним капіталом і посідає перше місце в рейтингу Національного банку України за розміром активів (табл. 2).

Таблиця 2

**Ринкові позиції банків-конкурентів станом на 01.01.2013 р.**

№ п/п	Клас-тер	Банк	Ринкова частка банку в сегменті					
			залучення коштів юридичних осіб	залучення коштів фізичних осіб	залучення строкових коштів	залучення коштів на вимогу	кредитування юридичних осіб	кредитування фізичних осіб
1	Клас-тер 1	ПАТ КБ "ПриватБанк"	9 %	23 %	20 %	13 %	17 %	14 %
2	Клас-тер 2	ПАТ "Укресімбанк"	13 %	4 %	6 %	11 %	7 %	0,4 %
		ПАТ "Ощадбанк"	4 %	8 %	6 %	9 %	9 %	2 %
3	Клас-тер 3	ПАТ "Укрсоцбанк"	3 %	3 %	3 %	4 %	2 %	9 %
		ПАТ "УкрСиббанк"	3 %	3 %	2 %	5 %	1 %	7 %
4	Клас-тер 4 (за всіма банками)		7 %	8 %	8 %	6 %	8 %	6 %

До банків – претендентів на лідерство – належать державні банки ПАТ "Укресімбанк" та ПАТ "Ощадбанк", які поступаються лідеру за розміром ринкових часток у сегментах залучення коштів, але високий рівень капіталізації дозволяє їм претендувати на лідерство в кредитному сегменті національного ринку банківських послуг.

Баками-послідовниками є ПАТ "Укрсоцбанк" та ПАТ "УкрСиббанк". Вони значно поступаються лідеру за розміром ринкових позицій, не мають належних ресурсів для претензій на лідерство та не здатні потіснити лідера. Саме тому дані банки наслідують його поведінку та з метою збереження власних ринкових позицій приймають ринкові умови, які диктує лідер.

Інші банки, ринкові частки яких найменші (1 % та менше), належать до аутсайдерів. Як видно з табл. 1, сукупні ринкові частки 16 банків, що належать до даного сегмента конкурентного середовища ринку банківських послуг України, значно віддалені від банку-лідера та не становлять для нього жодної загрози.

Наступним етапом сегментації конкурентного середовища ринку банківських послуг є визначення переліку прямих і потенційних конкурентів (прямими конкурентами є банківські установи, що належать до аналогічного сегменту конкурентного середовища й мають близькі за розміром конкурентні позиції) та з'ясування їх конкурентної сили.

Ідентифікація конкурентної сили банків-конкурентів, яка визначає параметри їх конкурентної поведінки, є важливим моментом формування конкурентної стратегії банку. Глибоке її розуміння дозволить відібрати банком найбільш дієві інструменти і методи конкурентної боротьби та передбачити поведінку конкурентів за умови зміни кон'юнктури ринку.

На думку авторів, основними параметрами конкурентної сили банку в сучасних умовах банківської діяльності є рівень капіталізації, рентабельності та банківських ризиків (рисунок). Розглядаючи середні значення коефіцієнта достатності капіталу, показника рентабельності активів та коефіцієнта якості кредитного портфеля як критеріїв визначення конкурентної сили на прикладі отриманих сегментів конкурентного середовища ринку банківських послуг, можна визначити наступне:

протягом досліджуваного періоду банком-лідером на ринку банківських послуг України є ПАТ КБ "ПриватБанк", який має найнижчий рівень достатності капіталу і якості кредитного портфеля, але при цьому порівняно з конкурентами є найбільш рентабельним (див. рисунок). Отже, можна стверджувати, що провідна конкурентна позиція ПАТ КБ "ПриватБанк" дозволяє банку активно нарощувати обсяги клієнтських пасивів та розміщувати їх у кредитний портфель, незважаючи на параметри позиції конкурентів. Це надалі забезпечить йому найвищий рівень рентабельності та ефективності діяльності в цілому порівняно з іншими банками України;

банки – претенденти на лідерство – навпаки, мають найвищий рівень достатності капіталу, найнижчий рівень кредитного ризику порівняно з конкурентами, дещо нижчий, але близький до показників лідера рівень рентабельності претендентів на лідерство. Отже, висока капіталізація дозволяє цим банкам вести стриману політику щодо залучення коштів та з більшою ефективністю розміщувати ресурси у кредитний портфель, що дозволяє претендувати на лідерство на ринку банківських послуг України;

банки-послідовники мають подібні до лідера параметри діяльності, але через значно менший рівень клієнтських пасивів дані банки здійснюють менший конкурентний вплив на кон'юнктуру ринку банківських послуг та змушені притосовуватись до існуючих умов ринку, що погіршує рівень їх рентабельності;

банки-аутсайдери протягом досліджуваного періоду мають середній рівень показника достатності капіталу, найнижчий рівень якості кредитного портфеля та показник рентабельності. Тобто дані банки внаслідок низької капіталізації змушені вести лояльну цінову політику в процесі

залучення коштів та більш ризикову кредитну політику, внаслідок чого погіршуються їх фінансові результати. За цих обставин банки цієї групи зосереджуються на обслуговуванні вузьких ніш ринку без претензій на розширення ринкової ніші найближчим часом.

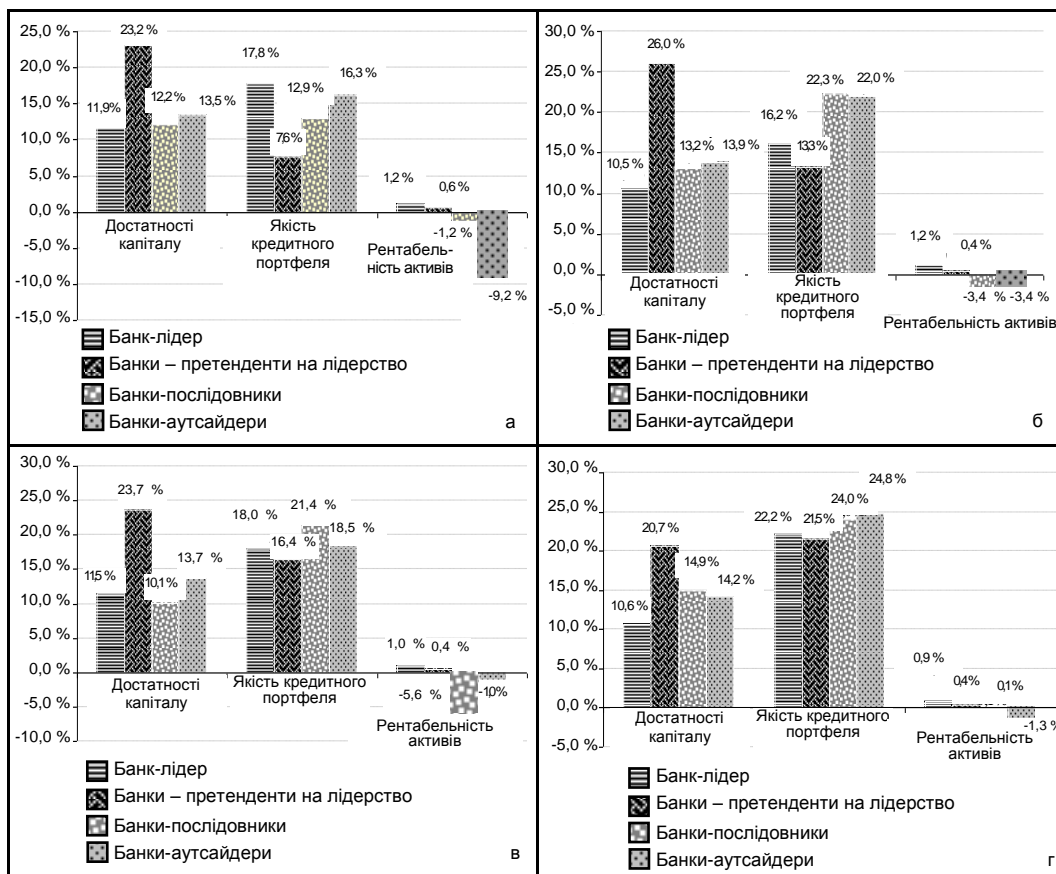


Рис. Параметри конкурентної сили банків в аспекті груп конкурентів: а) станом на 01.01.2010 р.; б) станом на 01.01.2011 р.; в) станом на 01.01.2012 р.; г) станом на 01.01.2013 р.

Кінцевим етапом даного дослідження є визначення можливості застосування представниками окремих сегментів конкурентного середовища національного ринку банківських послуг методів конкуренції. Розподіляючи їх загальну сукупність на цінові та нецінові, можна відзначити наступне:

позитивна ділова репутація та відомий бренд банку-лідера формують його високе ресурсне забезпечення здебільшого за рахунок клієнтських пасивів за порівняно невисокої капіталізації. У свою чергу, найбільші обсяги ресурсної бази ПАТ КБ "ПриватБанк" дозволяють йому активно застосовувати цінові методи конкуренції і таким чином диктувати умови ведення банківського бізнесу в провідних сегментах ринку банківських послуг;

висока капіталізація банків – претендентів на лідерство – дозволяє їм витримувати цінову дискримінацію банку-лідера й застосовувати цінові методи в боротьбі за споживачів банківських продуктів та послуг. Інакше кажучи, економія на вартості залучення коштів дозволяє цим банкам вести більш лояльну цінову політику в кредитному сегменті без ризику погіршення фінансових результатів діяльності;

через відносно нижчий рівень капіталізації та ресурсної забезпеченості банків-послідовників наслідками застосування цінових методів конкуренції для них може стати зниження прибутковості та погіршення фінансової стійкості.

Саме тому такі банки змушені пристосуватись до цінових умов ринку та зосередитись на нецінових методах конкуренції, тобто розробці інноваційних продуктів та послуг, які здатні більшою мірою задовольнити споживчі запити клієнтів за аналогічної вартості пропозицій банків-конкурентів;

банки-аутсайдери через незначні масштаби діяльності не в змозі приймати існуючі умови ринку і задля забезпечення допустимого рівня прибутковості діяльності змушені пропонувати менш вигідні цінові параметри продуктів та послуг, що робить їх неконкурентоспроможними, а низький рівень розвитку бізнесу не дозволяє в повному обсязі задовольняти споживчий попит клієнтів. Таким чином, ці банки не здатні застосовувати як цінові, так і нецінові методи конкуренції – їх роль на ринку банківських послуг полягає в обслуговуванні потреб мікробізнесу.

Загострення банківської конкуренції актуалізує необхідність здійснення поглибленого конкурентного аналізу та формування чіткої моделі поведінки банку в конкурентному середовищі ринку банківських послуг. Запропонований підхід до сегментації конкурентного середовища ринку банківських послуг дозволив встановити групи конкурентів, визначити їх конкурентну силу та можливість щодо застосування певних методів конкуренції. З'ясовані параметри банківської конкуренції становлять інформаційне

поле розробки конкурентної стратегії банку та визначають рівень ефективності її практичної реалізації в цілому.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямі автори вбачають у розробці методичних положень формування конкурентної стратегії банку з урахуванням результатів сегментації конкурентного середовища національного ринку банківських послуг.

**Література:** 1. Гнилицький М. В. Теоретичні засади дослідження глобальної конкуренції / М. В. Гнилицький // Бізнес-Інформ. – 2012. – № 12. – С. 59–62. 2. Яворська Т. В. Конкурентне регулювання страхового підприємництва України / Т. В. Яворська // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 8 (146). – С. 115–123. 3. Ковальська Л. Л. Методичні підходи до аналізу і оцінювання конкурентоспроможності регіону / Л. Л. Ковальська // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 3 (141). – С. 109–122. 4. Коваленко Я. В. Конкурентна позиція банку: стратегічно-інноваційні аспекти / Я. В. Коваленко, О. Й. Шевцова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Економіка". – 2011. – Вип. 5 (3). – С. 101–108. 5. Степаненко О. П. Оцінювання ефективності функціонування та розвитку банківської системи / О. П. Степаненко // Економіка розвитку. – 2013. – № 1 (65). – С. 5–10. 6. Шевцова М. Ю. Ринок банківських послуг: динаміка розвитку та сегментації / М. Ю. Шевцова, Ю. О. Соловник // Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Економіка". – 2011. – Вип. 5 (2). – С. 149–155. 7. Вовк В. Я. Стратегічне управління конкурентоспроможністю банків : монографія / В. Я. Вовк. – Х. : НТМТ, 2011. – 336 с.

**References:** 1. Hnylytskyi M. V. Teoretychni zasady doslidzhennia hlobalnoi konkurentsii / M. V. Hnylytskyi // Biznes-Inform. – No. 12. – 2012. – P. 59–62. 2. Yavorska T. V. Konkurentne rehu-liuvannia strakhovoho pidpriemnytstva Ukrainy [Competitive Control of the Insurance Business] / T. V. Yavorska // Aktualni problemy ekonomiky. – 2013. – No. 8 (146). – P. 115–123. 3. Kovalska L. L. Metodichni pidkhody do analizu i otsiniuvannia konkurentospromozhnosti rehionu [Methodical Approaches to Analysis and Evaluation of the Region's Competitiveness] / L. L. Kovalska // Aktualni problemy ekonomiky. – 2013. – No. 3 (141). – P. 109–122. 4. Kovalenko Y. V. Konkurentna pozytsiia banku: stratehichno-innovatsiini aspekty / Y. V. Kovalenko, O. I. Shevtsova // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Serii "Ekonomika". – 2011, Issue 5 (3). – P. 101–108. 5. Stepanenko O. P. Otsiniuvannia efektyvnosti funktsionuvannia ta rozvytku bankivskoi systemy [Evaluation of the Bank System Performance and Development] / O. P. Stepanenko // Ekonomika rozvytku. – 2013. – No. 1 (65). –

P. 5–10. 6. Shevtsova M. Yu. Rynok bankivskykh posluh: dynamika rozvytku ta sehmentatsii / M. Yu. Shevtsova, Yu. O. Solovnyk // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Serii "Ekonomika". – 2011. – Issue 5 (2). – P. 149–155. 7. Vovk V. Ya. Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnistiu bankiv : monohrafiia [Strategic Management of the Bank Competitiveness : monograph] / V. Ya. Vovk. – Kh. : NTMT, 2011. – 336 p.

## Інформація про авторів

**Вовк Вікторія Яківна** – докт. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки та фінансів Харківського національного університету внутрішніх справ (61080, Україна, м. Харків, пр. 50-річчя СРСР, 27, e-mail: victoriavovk@mail.ru).

**Урусова Світлана Сергіївна** – аспірант кафедри економіки та фінансів Харківського національного університету внутрішніх справ (61080, Україна, м. Харків, пр. 50-річчя СРСР, 27, e-mail: svurusova@gmail.com).

## Інформация об авторах

**Вовк Виктория Яковлевна** – докт. екон. наук, доцент, професор кафедри економіки та фінансів Харківського національного університету внутрішніх справ (61080, Україна, г. Харьков, пр. 50-летия СССР, 27, e-mail: victoriavovk@mail.ru).

**Урусова Светлана Сергеевна** – аспірант кафедри економіки та фінансів Харківського національного університету внутрішніх справ (61080, Україна, г. Харьков, пр. 50-летия СССР, 27, e-mail: svurusova@gmail.com).

## Information about the authors

**V. Vovk** – Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Professor of Economics and Finance Department of Kharkiv National University of Internal Affairs (27, 50-richchia SRSR Ave., 61080, Kharkiv, Ukraine, e-mail: victoriavovk@mail.ru).

**S. Urusova** – postgraduate student of Economics and Finance Department of Kharkiv National University of Internal Affairs (27, 50-richchia SRSR Ave., 61080, Kharkiv, Ukraine, e-mail: svurusova@gmail.com).

*Рецензент*  
докт. екон. наук,  
професор Колодізев О. М.

*Стаття надійшла до ред.*  
20.11.2013 р.

## ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК ПРІОРИТЕТНИХ ГАЛУЗЕЙ УКРАЇНИ

УДК 330.331

**Фарат О. В.**

Наведено основні проблемні сторони розвитку економіки України та причини ситуації, що склалася на державному ринку. Визначено та розглянуто перелік і короткий опис стану вітчизняних пріоритетних галузей. Розглянуто сутність інвести-