

3. Клочков А.К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов / А.К. Клочков. – М.: Экспо, 2010. – 160с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/218866/read>
4. Пармендер Д. Ключевые показатели эффективности / Д. Пармендер // Пер. с англ. — М.: Олимп-Бизнес, 2008. — 288 с.
5. Конкина О. «Как определить КРІ для HR?» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.hr-journal.ru/articles/hrs/hrs_784.html

УДК 336.717.3

ПОВЫШЕНИЕ ДОВЕРИЯ НАСЕЛЕНИЯ К БАНКУ И ФАКТОРЫ ЕГО ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ

Е. И. Шалимова, В. В. Волкова

Резюме. В статье определено доверие населения к банкам, как один из значимых факторов развития банка; выявлены основные тенденции доверия населения к банкам; установлены факторы влияющие на возникновение доверия населения к банку и предложены пути его повышения.

Ключевые слова: доверие населения, устойчивое развитие, факторы формирования доверия, банковский маркетинг.

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях темпы развития экономики в значительной степени зависят от банков, функционирование которых влияет на увеличение объема производимой продукции, притока денежных средств, и улучшения их оборота. Эффективность их деятельности зависит от наличия достаточного объема ресурсов, который формируется за счет разветвленной клиентской базы. При выборе банка клиент основывается на субъективном мнении, в основе которого лежит доверие, так как он не обладает необходимыми навыками для оценки «стоимости» кредита, качества предоставляемых услуг. Таким образом, доверие к банкам выступает важным фактором их развития.

Среди ученых занимавшихся исследованием сущности доверия к банкам и направлениями его повышения наиболее существенный вклад сделали: О. Барановский, О. Дзюблик, К. Ионенко, О. Лаврушина, М. Широкова [1,7,8]. Не смотря на значительную изученность данного вопроса не до конца определено, что именно следует понимать под «доверием населения к банкам» и какие факторы оказывают на него влияние. Целью статьи является: уточнение понятия «доверие населения к банкам» и определение способов его повышения, через факторы влияющие на его формирование.

ОСНОВНОЙ РАЗДЕЛ

В современных условиях развития, повышение доверия населения к банкам, является одним из факторов развития не только банков, но и опосредованным фактором развития экономики. Джон Кейнс рассматривал доверие, как самый доступный фактор повышения покупательной способности населения. Согласно Кейнсу рост реального воспроизводства обеспечивается тремя факторами: состоянием бизнеса, низкой процентной ставкой и доверием к будущему. Первый фактор не всегда является существенным, второй выступает результатом первого, при этом, самым эффективным является третий фактор – доверие [1].

Также доверие к банкам оказывает существенное влияние на формирование ресурсной базы, представленной в основном депозитами. Денежные средства на депозитных счетах банка могут привлекаться, как от юридических, так и от физических лиц (населения). Что, в свою очередь, обуславливает необходимость рассмотрения формирования доверия отдельно у юридических лиц и у населения, так как на эти

показатели, хотя и влияют одни и те же факторы, степень их влияния будет значительно отличаться. Доля средств населения в пассивах банковской системы составляет 32 % , в то время, как доля предприятий – 18 % [2]. Таким образом, население оказывает большее влияние на формирование ресурсной базы банка, что обуславливает необходимость его дальнейшего изучения.

Исследование показало, что в октябре 2008 – марте 2009 года, под влиянием кризиса, наблюдалось значительное снижение доверия к банкам, что привело к выведению 90 млрд. грн. из банковской системы Украины [3]. В 2010 году за первые 6 месяцев объем депозитов физических лиц вырос на 29,6 млрд. грн., или на 13,8 % – до 243,7 млрд. грн., что свидетельствует о восстановлении доверия населения на до кризисном уровне [4]. Не смотря на улучшение данных показателей, только 75% средств, выведенных из банковской системы во время кризиса, были возвращены в банковскую систему [4]. Согласно исследованию, проведенному социологическим центром Института Геллапа в Украине банкам доверяет 28 % населения, что на 9 % меньше, чем в среднем по странам ЕС [5].

В период с 2009 по 2011 года наблюдалось повышение количества депозитов сроком более 2-х лет, хотя в 2012 году, данный показатель немного снизился и уже в 2013 начал существенно снижаться (см. рис. 1). Все выше перечисленное позволяет сделать вывод о необходимости изучения доверия населения к банкам и определения путей его повышения.

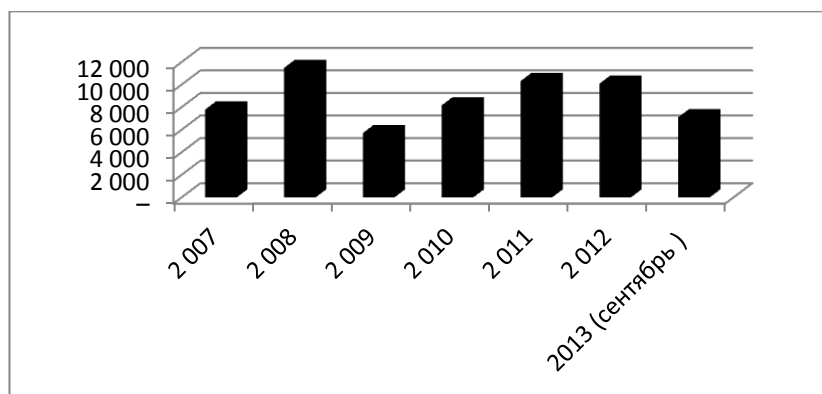


Рис.1 Динамика депозитов домашних хозяйств, сроком более 2 – х лет (2007 – 2013 г.г.) [5]

Отметим что, при разработке мероприятий по повышению доверия населения к банкам первоочередной задачей является определение сущности самого понятия «доверие населения к банкам», а также факторов, под воздействием которых оно изменяется.

Известно, что доверие – междисциплинарная категория. С точки зрения социологии доверие – продукт общественного сознания, который пройдя через естественное состояние жизни людей, пришел к необходимости созидания основ и устоев общественной жизнедеятельности [7]. С развитием общественных отношений доверие переходит в категорию экономических институтов. Применительно к банковской деятельности доверие – это совокупность ожиданий, предсказуемость действий контрагентов, отсутствие мошенничества, соблюдение субъектами банковской сделки принятых правил игры на условиях честности, порядочности и взаимной выгоды [8].

На основании основных подходов к определению доверия, как междисциплинарного института, можно утверждать, что доверие населения к банкам – это совокупность предсказуемых взаимовыгодных взаимоотношений между клиентами и банком.

Представляется, что важным аспектом при изучении доверия населения к банкам является определение факторов, которые на него влияют. В современной экономической литературе существует несколько подходов к классификации таких факторов. Так Котелевская Ю. В. выделяет факторы, которые формируют доверие потребителя на макроуровне и микроуровне. Среди факторов микроуровня автор выделяет основные и дискуссионные. К дискуссионным относятся: уровень культурной готовности персонала, маркетинговый подход к продвижению комплекса банковских услуг, доступность банковских продуктов и услуг. Известные ученые Н. М. Внукова и М. В. Цеberman выделяют следующие факторы, влияющие на доверие населения к банку: процентные ставки по вкладам для физических лиц в национальной валюте, уровень квалификации специалистов, рейтинг надежности банковских вкладов, количество отделений, время обслуживания при предоставлении депозитных услуг, общий уровень управления банком.

По нашему мнению, в представленных подходах существуют определенные недостатки: в первом – наличие дискуссионных факторов свидетельствует о не законченности данного подхода и необходимости дальнейших исследований, второй подход не учитывает факторы макроуровня.

Таким образом, существует необходимость выделения нового подхода к классификации факторов, влияющих на доверие населения к банкам. Представляется, что всю совокупность факторов можно разделить на внутренние и внешние (см. рис. 2).

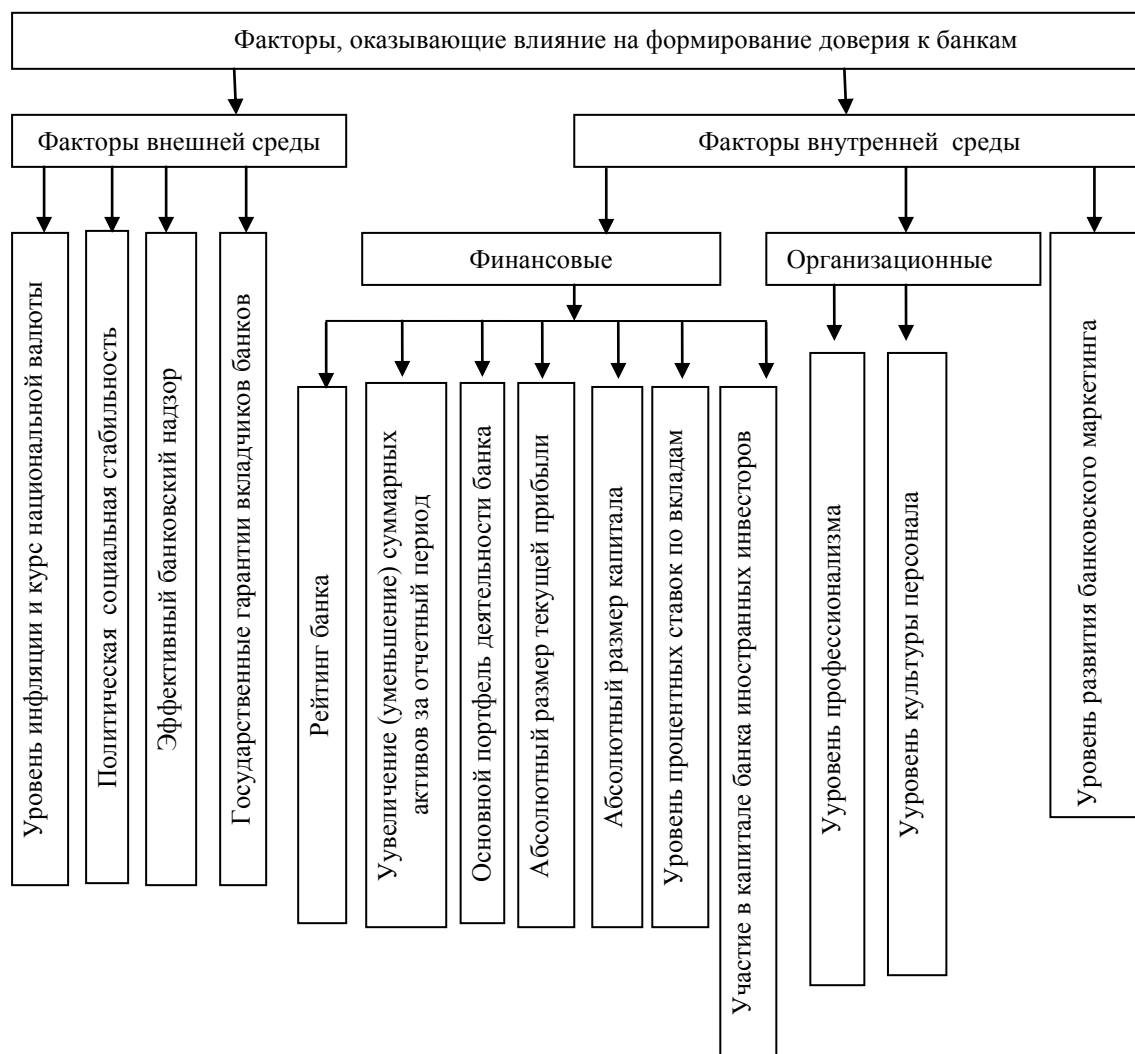


Рис. 2 Факторы, оказывающие влияние на формирование доверия к банкам

При этом, внешние факторы воздействия – факторы, которые оказывают положительное или отрицательное влияние и не зависят от банка. Эти факторы гарантируют функционирование банков. Первый фактор – снижение уровня инфляции, повышение курса национальной валюты свидетельствуют об эффективной денежно – кредитной политике государства, что положительно сказывается на доверии населения к банковской системе, как в целом, так и в отдельности к коммерческим банкам. Вторым фактором является политическая и социальная стабильность – факторы, формирующие предпосылки для функционирования всех хозяйствующих субъектов, в том числе и банков. Не менее важный фактор – наличие эффективного банковского надзора, что гарантирует соблюдение банками нормативов НБУ, законодательства, снижает риск мошенничества банков. Последним внешним фактором являются государственные гарантии вкладчиков банков, которые значительно повышают уровень доверия населения к банкам, поскольку, чем больше гарантии, тем больше население готово положить денежных средств на депозиты. Многие вкладчики осуществляют открытие депозита только в пределах гарантируемой суммы. Недостатком внешних факторов, является субъективность их оценки.

Внутренние факторы воздействия – факторы, которые оказывают положительное

или отрицательное влияние и зависят от банка. Внутренние факторы, в свою очередь, подразделяются на финансовые, организационные и уровень развития банковского маркетинга. Первым внутренним фактором доверия населения к банкам является кредитный рейтинг. С целью оценки кредитных рисков и определения инвестиционной привлекательности разных объектов в Украине утверждена «Концепция создания системы рейтинговых оценок регионов, отраслей, национальной экономики, субъектов хозяйствования» [9]. В соответствии с Законом « Про государственное регулирование рынка ценных бумаг Украины» кредитный рейтинг – это условное выражение кредитоспособности объекта рейтингования в целом и / или его отдельного долгового обязательства по Национальной шкале кредитных рейтингов [10]. Л. Долинский и О. Ковальчук указывают, что рассчитанный по национальной шкале уровень кредитного рейтинга банка является только ориентиром для определения степени надежности и доверия банков [9].

Следующий внутренний фактор – увеличение активов банка, что положительно влияет на его финансовую устойчивость, следовательно и на его надежность и уровень доверия к нему. Но при этом важным является эффективность использования активов, что обуславливает необходимость анализа их структуры, основного портфеля деятельности банка.

Еще одним из факторов, определяющих надежность банка и уровень доверия, является абсолютный размер текущей прибыли и капитала. В случае превышения суммы обязательств над суммой активов риск убытка значительно уменьшается, что приводит к увеличению доверия населения.

Для любого клиента банка значимым фактором остается уровень процентной ставки по вкладам, так как он определяет уровень доходности вкладов. При учете данного показателя не следует забывать, что зависимость между уровнем процентной ставки и доверием обратная. Чем выше уровень процентной ставки по вкладам, тем больше банк нуждается в дополнительных средствах, что указывает на нестабильное финансовое состояние.

Участие в капитале банка иностранных инвесторов может оказывать негативное влияние на ликвидность всей банковской системы, так отток иностранного капитала в 2008 году стал причиной кризиса ликвидности. В настоящее время 30 % банковского сектора принадлежит учреждениям с иностранным капиталом и наблюдается тенденция к увеличению данного показателя [11].

Среди организационных факторов важным является уровень профессионализма, так как часто клиенты не могут самостоятельно разобраться в услугах, которые предоставляет банк, выделить их особенности и преимущества. В данном случае именно от способности работника банка объяснить те или иные услуги будет зависеть воспользуется клиент данной услугой или нет. Также время и качество решения жалоб и претензий, которые могут возникнуть при обслуживании клиента, персоналом говорит о компетентности формируя, при этом, доверие к банку. Сохранение конфиденциальности и защищенности, что является, в некоторых случаях, важной характеристикой, также зависит от действий персонала.

Важно отметить, что первое, с чем клиент сталкивается при обслуживании в банке – уровень культуры персонала. Иногда качество банковских услуг, предоставляемых банком, отождествляют с уровнем культуры персонала. Таким образом, наличие культуры у персонала банка является моментом, оказывающим большое положительное влияние на формирование доверия населения к банку.

С началом развития конкуренции на рынке банковских услуг произошло смещение акцента с финансового менеджмента на уровень развития банковского маркетинга. Продвижения комплекса банковских услуг основывается на разработке и

внедрении банковского продукта, который бы соответствовал требованиям потребителей.

Все вышеперечисленные факторы в разной мере оказывают влияние на формирование доверия населения к банкам. Выделенные факторы внешней среды, опосредованно влияют на доверие, формируя условия в которых они функционируют. Большее значение имеют обозначенные факторы внутренней среды. Большинство населения, при выборе факторов, для учета доверия к банкам практически не уделяет внимание финансовым факторам, что связано с недостаточной финансовой грамотностью населения.

По нашему мнению, организационные факторы и уровень развития банковского маркетинга выступают гарантом позитивного имиджа и репутации банка, которые, в свою очередь, обеспечивают выполнение обязательств в установленный срок. Данные факторы, в отличие от финансовых, более гибкие и наглядные. Они влияют на имидж банка и качество обслуживания, а также формируют благоприятное отношение клиента к банку. Клиенты становятся бесплатным коммуникационным каналом для передачи благоприятной информации, укрепляющей позиции банка на рынке и влияющей на клиентскую базу. Так, по данным исследовательской компании Synovate Comcon, при выборе банка потребители прислушиваются преимущественно к мужчинам в возрасте от 25 до 44 лет, проживающим в больших городах [12].

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что для повышения уровня доверия населения к банкам необходимо основной упор делать на наиболее значимых факторах, а именно на организационных факторах и на уровне развития банковского маркетинга.

Отметим, что повышение уровня развития банковского маркетинга может осуществляться путем:

- Развития индивидуального подхода к клиенту. Банки с этой целью должны осуществить сегментацию клиентов, выделить VIP – клиентов, разработать гибкую систему услуг, которая позволила бы найти индивидуальный подход к каждому клиенту и при этом оставалась выгодна как клиентам, так и банку. Также предполагается упрощение системы интернет – банкинга, распространение информации о преимуществах ее использования среди населения.

- Формирование имиджа. Под имиджем банка следует понимать образ, который определяет восприятие банка обществом. Для формирования благоприятного имиджа банки используют рекламу, при помощи которой распространяют информацию о динамике показателей развития, новых продуктах и т. д. Также для формирования имиджа может использоваться спонсорская и благотворительная деятельность.

- Разработка новых банковских продуктов, которые бы отвечали требованиям рынка.

- Предоставление сопутствующих услуг.

При этом, повышение организации персонала банков может осуществляться по направлениям:

- Введения обратной связи с клиентами.

- Регулярного повышения квалификации персонала.

Вывод

Таким образом, на современном этапе доверие населения к банкам является одним из основных факторов устойчивого развития не только банка, но и экономики в целом. Оно формируется под влиянием целого комплекса факторов, среди которых основными являются уровень развития банковского маркетинга и уровень организации персонала. Данное исследование носит теоретический характер, в следствии чего,

возникает необходимость проверки данной теории на практике и построения соответствующей модели анализа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Філонова І. Б. Довіра до банків – основа економічного розвитку держави / І. Б. Філонова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2012_8/32DBO.pdf
2. Новости НАБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nabu.org.ua/rus/press_centra/news/52293/
3. С начала кризиса из банков Украины вывели 90 млрд. грн [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://delo.ua/finance/s-nachala-iz-bankov-vyveli-90--105046/?supdated_new=1382393042
4. Приплив депозитів фізосіб у банківську систему досяг докризового рівня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.newsru.ua/finance/02aug2010/deposit.html>
5. Україна ввійшла до десятки країн з найменшою довірою громадян до банків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/80055>
6. Динамика депозитов домашних хозяйств, сроком более 2 – х лет (2007 – 2013 г.г.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index>
7. Просвирнина О. Г. Довере как социологический концепт / О .Г. Просвирнина // Вісник Одеського Національного Університету. – 2011. - №10. – Т.16. – С. 614 – 622.
8. Монастырская Г. М. Доверие как фактор конкурентноспособности банка / Г. М. Монастырская // ВЕСТНИК ОГУ – 2011. – № 8 (127) – С. 183 – 186.
9. Долінський Л. Побудова інтегрального кредитного рейтингу банківської система України / Л. Долінський О. Ковальчук // Вісник НБУ – 2012 – червень – С. 28 – 32.
10. Закон України про державне регулювання ринку цінних паперів України» від 30.10.1996 р. № 448/96 – ВР. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/448/96-%D0%B2%D1%80>
11. Корнієнко О. В. Депозитний ризик та шляхи його мінімізації / О. В. Корнієнко // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції – 2013. – № 1 – С. 107 – 111.
12. Естественный отбор: как клиенты выбирают банки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostobankir.com.ua/marketing_reklama_pr/stati/estestvennyy_otbor_kak_klienty_vybirayut_banki

УДК 399;637.2(477)

УКРАИНА НА МИРОВОМ РЫНКЕ МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОДУКЦИИ

А. С. Шапкарина, Д. А. Гайдей

Резюме. Данное исследование рассматривает роль и место Украины на мировом рынке масложировой продукции, выделяя её как ведущего мирового производителя и экспортера подсолнечника и подсолнечного масла. В работе проанализированы основные тенденции, проблемы и перспективы развития данной отрасли экономики Украины.

Ключевые слова: масложировая отрасль, подсолнечник и подсолнечное масло, экспорт, производство.

За последние 10 лет произошел технологический прорыв в аграрной промышленности, который позволил Украине занять ведущее место в мире в сегменте масложировой продукции. Так, Украина занимает 1-е место в мире по экспорту подсолнечника и подсолнечного масла, 2-е место в мире по сельскохозяйственным площадям, на которых выращивается ячмень и подсолнечник.

Масложировая отрасль является экспортноориентированной, имеет значительную важность в формировании бюджета в народном хозяйстве страны, что делает данный сектор экономики интересным для изучения такими отечественными учеными-экспертами как Н.В. Присяжнюк, С.П. Капшук, А. Лисситса, С. Гноевец, Л.В. Доценко.