



Дмитро Гладких
Кандидат економічних наук,
доцент

Умови конкуренції на українському ринку банківських послуг

Продовжуючи серію публікацій щодо результатів діяльності банків України, пропонуємо увазі читачів структурований за кількома основними показниками аналітичний огляд, який ґрунтується на офіційних статистичних даних. Розглядаючи діяльність банківського ринку через призму досягнутих у I півріччі 2012 року рівнів, автор підкреслює, що йому притаманна вільна конкуренція у поєднанні з деякими елементами олігополії. Результати аналізу не є ознакою надійності чи проблемності банків, вони лише узагальнюють статистичні дані. При цьому період у півроку для консервативного банківського сектору не є показовим або визначальним, отож кожен банк може поліпшити показники впродовж кількох наступних кварталів. Зауважимо, що цей експрес-аналіз відображає точку зору автора і не є офіційною оцінкою діяльності банків Національним банком України.

Суб'єктами ринку банківських послуг в Україні є різні за своєю ваговою категорією банки, що входять до складу чотирьох груп. Унаслідок багатьох причин ресурси й активи в межах цих груп розподілені вельми нерівномірно. Отже, на 17 банків першої групи припадає понад 60% коштів юридичних осіб та близько 70% коштів фізичних осіб, кредитів підприємств і кредитів населення. Натомість частка ринку 118 банків четвертої групи за різними позиціями становить від 10 до 15% (див. таблиці 1–4).

На перший погляд, такий стан ринку банківських послуг ми можемо характеризувати як монопольний. Насправді ж це питання є, принаймні, дискусійним.

Зважаючи на вищеописану суттєву диспропорцію розподілу ринку між його учасниками, визначимо його ринкову модель. Фахова література розрізняє чотири моделі ринків:

- вільна конкуренція;
- чиста монополія;
- монополістична конкуренція;
- олігополія.

Для ринку вільної конкуренції характерна велика кількість учасників, що діють незалежно один від одного.

Таблиця 1. Частка ринку за обсягом кредитів юридичних осіб у I півріччі 2012 р.

Група банків	Кількість банків	За станом на 01.01.2012 р.		За станом на 01.07.2012 р.	
		Сума, млн. грн.	Частка ринку	Сума, млн. грн.	Частка ринку
I	17	431 322	70.7%	369 626	68.3%
II	19	84 440	13.8%	77 663	14.3%
III	22	42 299	6.9%	40 025	7.4%
IV	118	52 351	8.6%	53 905	10.0%
Разом	176	610 414	100.0%	541 220	100.0%

Таблиця 2. Частка ринку за обсягом кредитів фізичних осіб у I півріччі 2012 р.

Група банків	Кількість банків	За станом на 01.01.2012 р.		За станом на 01.07.2012 р.	
		Сума, млн. грн.	Частка ринку	Сума, млн. грн.	Частка ринку
I	17	139 645	70.6%	98 246	72.4%
II	19	30 362	15.4%	16 321	12.0%
III	22	9 752	4.9%	7 305	5.4%
IV	118	18 034	9.1%	13 864	10.2%
Разом	176	197 793	100.0%	135 736	100.0%

Таблиця 3. Частка ринку за обсягом коштів юридичних осіб у I півріччі 2012 р.

Група банків	Кількість банків	За станом на 01.01.2012 р.		За станом на 01.07.2012 р.	
		Сума, млн. грн.	Частка ринку	Сума, млн. грн.	Частка ринку
I	17	137 534	64.2%	122 002	61.1%
II	19	28 530	13.3%	28 416	14.2%
III	22	23 004	10.7%	19 782	9.9%
IV	118	25 296	11.8%	29 485	14.8%
Разом	176	214 363	100.0%	199 685	100.0%

Таблиця 4. Частка ринку за обсягом коштів фізичних осіб у I півріччі 2012 р.

Група банків	Кількість банків	За станом на 01.01.2012 р.		За станом на 01.07.2012 р.	
		Сума, млн. грн.	Частка ринку	Сума, млн. грн.	Частка ринку
I	17	214 566	69.1%	236 580	69.0%
II	19	41 044	13.2%	44 232	12.9%
III	22	23 965	7.7%	27 298	8.0%
IV	118	30 971	10.0%	34 947	10.2%
Разом	176	310 545	100.0%	343 057	100.0%

Конкуренти виробляють стандартизовану або однорідну продукцію, тому покупцю практично байдуже, у кого її купувати за певної ціни. Оскільки кількість учасників велика, кожен із них як продавець пропонує для реалізації на ринок таку кількість товару, що її збільшення чи зменшення практично не позначиться на загальному рівні пропозиції, а отже, цей конкретний ринковий суб'єкт не може здійснювати вплив на ціни. Такий тип ринку характеризується й тим, що умови входження й виходу з нього дуже легкі, тобто нові агенти можуть вільно входити на цей ринок, а ті, що діяли на ньому, – так само вільно з нього виходити. Отже, для ринку вільної конкуренції характерні ціни, рівень яких не залежить від прагнень і цілей окремих продавців чи покупців. Вони формуються вільно під впливом попиту та пропозиції.

Чиста монополія є другим типом ринку. За такої моделі один учасник є виробником товару, який не має аналогічних замінників, або суб'єкт – єдиний постачальник послуги. Через це він є чистим або абсолютним монополістом. Продукт, що постачається таким суб'єктом на ринок, є унікальним (безальтернативним). Конкурентів у такого суб'єкта немає, тому він диктує ціни на товари, маніпулю-

ючи кількістю пропозицій (штучно обмежуючи їх). Конкуренти не мають змоги проникнути на цей ринок внаслідок запровадження таких бар'єрів:

- ефекту масштабу виробництва (виробництво відносно дешевої та стандартизованої одиниці продукції рентабельне лише при досягненні певного його обсягу);
- наявності патентів, спрямованих на захист винаходів від незаконного захоплення продукту чи технології конкурентами;
- наявності ліцензій, які надають право здійснювати певні види діяльності;
- володіння або контролю над певними видами сировини;
- нестандартних методів конкуренції (тиск на постачальників ресурсів з метою неотримання конкурентами сировини);
- залучення до співпраці провідних співробітників конкурента;
- різкого зниження цін (з метою доведення конкурентів до банкрутства).

Ціни на ринку чистої монополії формуються по-різному. Вони можуть бути як монополією високими, так і монополією низькими. Критерієм при встановленні ціни є отримання монополістом необхідного йому доходу. Це призводить до того, що моно-

поліст прагне отримати максимальний сукупний прибуток, а не максимальний прибуток на одиницю продукції. Досягається це, зокрема, шляхом цінової дискримінації, тобто встановленням різних цін для різних покупців. До речі, ці різниці не можна співставити з різницями у витратах.

Для ринку чистої монополії характерні три типи монополії: закрита, відкрита та природна. Закритою є монополія, що захищена юридичними заборонами. Відкритою – така, за якою одна фірма хоча б на деякий час стає єдиним продавцем товару, але працює в конкурентних умовах. Проте більшість монополістичних галузей є природними монополіями й тому підлягають суспільному регулюванню. Воно здійснюється шляхом встановлення певних обмежень для таких монополістів і використовується, щоб повністю або частково позбутися прагнення монополістів одержувати монополією високі прибутки.

Прикладів чистої монополії в Україні декілька: Державна адміністрація залізничного транспорту України “Укрзалізниця”, Національне державне підприємство поштового зв'язку “Укрпошта”, Національна акціонерна компанія “Нафтогаз України” тощо. Всі вони підлягають прямому (адміністративному) регулюванню з боку держави. Насамперед цей вплив стосується цінової політики монополій.

Монополістична конкуренція є третьою моделлю ринку. Це така організація ринкової інфраструктури, за якої порівняно велика кількість виробників пропонує споживачам схожу, але не ідентичну продукцію. Ця модель поєднує монополістичні та конкурентні властивості. З одного

Таблиця 5. Ринкова позиція банків за обсягом кредитів юридичних осіб у I півріччі 2012 р.

Банки, що найсуттєвіше збільшили власну частку ринку				Банки, що найсуттєвіше скоротили власну частку ринку			
Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.	Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.
Промінвестбанк	30 058 302	5.6%	+ 0.90%	Укргазбанк	5 765 763	1.1%	- 1.12%
Приватбанк	90 415 500	16.7%	+ 0.86%	ВТБ-банк	21 831 537	4.0%	- 0.78%
Дочірній банк Сбербанку Росії	14 653 943	2.7%	+ 0.42%	Укресімбанк	41 919 594	7.7%	- 0.73%
Брокбізнесбанк	11 330 403	2.1%	+ 0.36%	Укрсоцбанк	13 301 323	2.5%	- 0.61%
ІНГ-банк Україна	8 552 299	1.6%	+ 0.31%	“Форум”	3 895 846	0.7%	- 0.51%
ВіЕйБі-банк	5 502 717	1.0%	+ 0.27%	Родовід-банк	183 921	0.0%	- 0.40%
“Фінанси та кредит”	14 901 301	2.8%	+ 0.24%	ОТП-банк	9 608 474	1.8%	- 0.37%
ДІВІ-банк	1 381 495	0.3%	+ 0.20%	Укрсіббанк	5 910 308	1.1%	- 0.35%
Креді Агриколь-банк	3 837 234	0.7%	+ 0.17%	Альфа-банк	14 076 842	2.6%	- 0.34%
Укрбізнесбанк	2 136 584	0.4%	+ 0.15%	Сведбанк	2 717 776	0.5%	- 0.16%
Імексбанк	6 440 089	1.2%	+ 0.15%				
Златобанк	2 913 162	0.5%	+ 0.15%				

Таблиця 6. Ринкова позиція банків за обсягом кредитів фізичних осіб у I півріччі 2012 р.

Банки, що найсуттєвіше збільшили власну частку ринку				Банки, що найсуттєвіше скоротили власну частку ринку			
Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.	Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.
Укрсоцбанк	15 249 614	11.2%	+ 1.88%	Сведбанк	857 940	0.6%	- 1.72%
Дельта-банк	7 107 669	5.2%	+ 1.22%	Родовід-банк	88 728	0.1%	- 0.79%
Брокбізнесбанк	2 770 766	2.0%	+ 0.55%	Ощадбанк	2 155 058	1.6%	- 0.67%
"Надра"	10 329 311	7.6%	+ 0.51%	Укргазбанк	1 322 386	1.0%	- 0.47%
"Фінанси та кредит"	3 320 540	2.4%	+ 0.50%	Дочірній банк Сбербанку Росії	366 691	0.3%	- 0.43%
"Русский стандарт"	1 345 665	1.0%	+ 0.45%	"Київ"	18 051	0.0%	- 0.35%
Платинум-банк	2 300 472	1.7%	+ 0.44%	Універсал-банк	1 939 216	1.4%	- 0.33%
ОТП-банк	5 390 976	4.0%	+ 0.42%	Ерсте банк	1 687 340	1.2%	- 0.28%
ВТБ-банк	3 154 890	2.3%	+ 0.41%	Піреус-банк МКБ	153 865	0.1%	- 0.19%
Ідея-банк	1 276 285	0.9%	+ 0.38%	БТА-банк	37 817	0.0%	- 0.18%
Креді Агриколь-банк	1 943 787	1.4%	+ 0.31%	"Форум"	2 396 333	1.8%	- 0.17%
				Марфін-банк	433 812	0.3%	- 0.17%
				Унікредит-банк	444 153	0.3%	- 0.16%
				Укрексімбанк	477 909	0.4%	- 0.15%

боку, фірми конкурують, продаючи диференційовані товари, які мають високу норму заміщення одним, але не абсолютною взаємозамінні. Але, з іншого, проникнення на ринок нових компаній не обмежене, вони без ускладнень можуть вийти на ринок зі своїми товарами, а при потребі – вийти з нього, якщо їхні товари втратили попит. Ця специфіка ринку монополістичної конкуренції зумовлює великий діапазон цін – від помірних до дуже високих. При цьому специфікою таких цін є те, що вони, здебільшого, перевищують ціни, обґрунто-

вані рівнем витрат виробництва.

Прикладом монополістичної конкуренції в Україні є ринок міжнародних пасажирських авіаперевезень. Послуги, що пропонують його суб'єкти, мають високу норму заміщення, проте не є абсолютно ідентичними. На цьому ринку конкурують великі оператори – "Українські авіалінії", "Аеросвіт", низка дрібніших національних компаній, а також велика кількість іноземних фірм: "Бритиш Ервейс" (British Airways), "Люфтганза" (Lufthansa) тощо. Діапазон цін на послуги широкий: від

помірних – до високих. Двері для нових фірм на цьому ринку відкриті, а в разі неефективності капіталовкладень будь-яка з них має змогу згорнути свою діяльність.

Олігополія є четвертою моделлю ринку. Олігополістичний ринок характеризується тим, що в кожній галузі панують кілька фірм, кожна з яких має свій сегмент. Головною рисою такого ринку є те, що лише кілька фірм виробляють всю або майже всю продукцію. Основними властивостями олігополістичного ринку є:

- економія витрат, зумовлена

Таблиця 7. Ринкова позиція банків за обсягом коштів до запитання юридичних осіб у I півріччі 2012 р.

Банки, що найсуттєвіше збільшили власну частку ринку				Банки, що найсуттєвіше скоротили власну частку ринку			
Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.	Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.
Приватбанк	16 149 141	14.9%	+ 2.75%	ПУМБ	4 627 819	4.3%	- 3.46%
ВіЕйБі-банк	1 527 325	1.4%	+ 1.10%	Укрсиббанк	3 895 131	3.6%	- 1.71%
Дельта-банк	2 114 366	2.0%	+ 0.93%	"Надра"	2 177 268	2.0%	- 1.21%
Укрексімбанк	9 386 811	8.7%	+ 0.91%	Промінвестбанк	3 632 710	3.4%	- 1.07%
ТК-кредит	1 115 504	1.0%	+ 0.50%	Дочірній банк Сбербанку Росії	1 111 646	1.0%	- 0.75%
Укрсоцбанк	3 873 771	3.6%	+ 0.36%	"Союз"	593 936	0.5%	- 0.65%
Брокбізнесбанк	1 441 327	1.3%	+ 0.35%	ВТБ-банк	2 359 690	2.2%	- 0.37%
"Капітал"	357 803	0.3%	+ 0.30%	Платинум-банк	24 403	0.0%	- 0.30%
"Фінансова ініціатива"	879 385	0.8%	+ 0.27%	"Преміум"	8 000	0.0%	- 0.19%
Райффайзен-банк "Аваль"	7 959 033	7.4%	+ 0.27%	"Камбіо"	300 293	0.3%	- 0.16%
Всеукраїнський банк розвитку	354 906	0.3%	+ 0.26%				
"Креді Агриколь"	1 561 402	1.4%	+ 0.26%				
"Ринкові технології"	318 079	0.3%	+ 0.24%				
Сітібанк	3 454 926	3.2%	+ 0.22%				
ОТП-банк	2 921 539	2.7%	+ 0.21%				
Місто-банк	499 217	0.5%	+ 0.19%				
Південкомбанк	655 664	0.6%	+ 0.18%				
Ощадбанк	4 069 134	3.8%	+ 0.15%				
"Фінанси та кредит"	1 303 346	1.2%	+ 0.15%				

Таблиця 8. Ринкова позиція банків за обсягом строкових коштів юридичних осіб у I півріччі 2012 р.

Банки, що найсуттєвіше збільшили власну частку ринку				Банки, що найсуттєвіше скоротили власну частку ринку			
Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.	Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.
ІНГ-банк Україна	2 336 710	2.5%	+ 2.02%	Ощадбанк	3 983 030	4.3%	- 5.13%
Дойче-банк ДБУ	1 757 725	1.9%	+ 1.85%	"Кредит-Дніпро"	1 097 506	1.2%	- 1.18%
Приватбанк	7 915 870	8.6%	+ 1.20%	Укрсоцбанк	2 031 581	2.2%	- 1.12%
Дочірній банк Сбербанку Росії	1 840 990	2.0%	+ 0.84%	"Фінансова ініціатива"	1 093 203	1.2%	- 0.82%
ДІВІ-банк	778 236	0.8%	+ 0.82%	БМ-банк	410 979	0.4%	- 0.57%
Укргазбанк	1 117 164	1.2%	+ 0.74%	Південкомбанк	330 914	0.4%	- 0.56%
Промінвестбанк	2 712 676	3.0%	+ 0.61%	"Форум"	682 472	0.7%	- 0.45%
Всеукраїнський банк розвитку	806 183	0.9%	+ 0.50%	Актив-банк	558 570	0.6%	- 0.45%
Реал-банк	449 109	0.5%	+ 0.47%	ОТП-банк	809 645	0.9%	- 0.38%
Укрбізнесбанк	1 508 417	1.6%	+ 0.47%	"Надра"	1 829 019	2.0%	- 0.36%
ВіЕйБі-банк	1 042 402	1.1%	+ 0.39%	"Південний"	1 274 974	1.4%	- 0.32%
Креді Агриколь-банк	893 157	1.0%	+ 0.39%	Катеринославський комерційний банк	261 165	0.3%	- 0.31%
ТАС-комбанк	602 753	0.7%	+ 0.38%	Авант-банк	64 190	0.1%	- 0.30%
ПУМБ	2 484 943	2.7%	+ 0.33%	"Креді Агриколь"	1 231 205	1.3%	- 0.30%
"Восток"	308 630	0.3%	+ 0.32%	Укресімбанк	8 333 959	9.1%	- 0.24%
Фортуна-банк	650 825	0.7%	+ 0.30%	"Союз"	228 320	0.2%	- 0.21%
Фідобанк	298 685	0.3%	+ 0.27%	"Хрещатик"	921 659	1.0%	- 0.20%
Кредитпромбанк	1 358 621	1.5%	+ 0.23%	Марфін-банк	309 382	0.3%	- 0.19%
Укрсіббанк	3 087 796	3.4%	+ 0.22%	Міжнародний інвестиційний банк	60 487	0.1%	- 0.17%
Західкомбанк	273 493	0.3%	+ 0.17%	ВТБ-банк	3 181 010	3.5%	- 0.16%
"Меркурій"	296 515	0.3%	+ 0.16%				

ефектом масштабу виробництва;

- існування бар'єрів для входження в галузь;
- переваги у результаті злиття фірм.

Практика довела, що там, де ефект масштабу – високий, ефективно виробництво можливе лише за незначної кількості фірм. Для цього необхідно, щоб кожна фірма оперувала значним сегментом ринку. В таких умовах входження на ринок інших фірм ускладнюється, бо вони повинні бути великими виробниками. Тому ефект масштабу є тим бар'єром, що перешкоджає входженню на ринок нових фірм. Обмежують кількість учасників-конкурентів і такі фактори, як володіння па-

тентами та контроль над стратегічною сировиною, а також значний розмір витрат на рекламу. Однією з причин олігополії є злиття фірм, бо воно призводить до посилення концентрації виробництва, отже й розширює ефект масштабу виробництва.

Характерною рисою олігополістичного ринку є загальна взаємозалежність. Вона полягає в тому, що поведінка будь-якої фірми на такому ринку безпосередньо впливає на інші суб'єкти і водночас зазнає на собі впливу з боку конкурентів. Тому при формуванні цінової політики кожна фірма олігополістичного ринку має враховувати можливу реакцію з їх боку. Зазначені риси олігополістичного ринку визна-

чають і специфіку ціноутворення на ньому. Ціни здебільшого негнучкі, змінюються значно рідше, ніж на інших ринках. Зміни цін відбуваються одночасно в усіх фірм галузі. Така специфіка створює стимули для узгодження дій у процесі ціноутворення шляхом таємної змови, лідерства в цінах, визначення цін за принципом "витрати + прибуток". Таємна змова полягає в тому, що фірми безпосередньо чи опосередковано досягають згоди про рівень цін і поділ ринку й таким чином обмежують конкуренцію між собою. Узгодження цінової політики досягається й шляхом так званого лідерства в цінах. Суть його полягає в тому, що фірми олігополістичного ринку коор-

Таблиця 9. Ринкова позиція банків за обсягом коштів до запитання фізичних осіб у I півріччі 2012 р.

Банки, що найсуттєвіше збільшили власну частку ринку				Банки, що найсуттєвіше скоротили власну частку ринку			
Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.	Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.
Приватбанк	14 821 805	18.6%	+ 1.13%	Укрсіббанк	5 583 915	7.0%	- 0.76%
Актабанк	891 164	1.1%	+ 0.93%	ОТП-банк	2 389 434	3.0%	- 0.52%
Дельта-банк	1 647 972	2.1%	+ 0.52%	Укрсоцбанк	3 143 960	3.9%	- 0.51%
"Національні інвестиції"	247 675	0.3%	+ 0.30%	Промінвестбанк	2 328 676	2.9%	- 0.45%
Альфа-банк	1 095 745	1.4%	+ 0.27%	"Форум"	678 189	0.9%	- 0.28%
ПУМБ	2 869 080	3.6%	+ 0.24%	Креді Агриколь-банк	1 074 221	1.3%	- 0.21%
				ВТБ-банк	1 133 816	1.4%	- 0.19%
				"Надра"	518 978	0.7%	- 0.15%

Таблиця 10. Ринкова позиція банків за обсягом строкових коштів фізичних осіб у I півріччі 2012 р.

Банки, що найсуттєвіше збільшили власну частку ринку				Банки, що найсуттєвіше скоротили власну частку ринку			
Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.	Назва банку	Обсяг на 01.07.2012 р., тис. грн.	Частка ринку на 01.07.2012 р.	Зміна ринкової позиції порівняно з 01.01.2012 р.
Дочірній банк Сбербанку Росії	5 127 832	1.9%	+ 0.49%	"Форум"	3 506 091	1.3%	- 0.41%
ВІЕЙБі-банк	4 566 731	1.7%	+ 0.38%	Промінвестбанк	6 190 952	2.4%	- 0.41%
Дельта-банк	8 697 718	3.3%	+ 0.37%	Укрсиббанк	5 761 422	2.2%	- 0.31%
Ощадбанк	18 057 770	6.9%	+ 0.30%	Укрексімбанк	12 456 163	4.7%	- 0.21%
ОТП-банк	3 089 705	1.2%	+ 0.30%	"Південний"	2 921 982	1.1%	- 0.18%
Креді Агриколь-банк	1 893 637	0.7%	+ 0.19%	Кредитпромбанк	4 726 389	1.8%	- 0.18%
"Фінансова ініціатива"	1 441 597	0.5%	+ 0.16%	Укрсоцбанк	7 871 270	3.0%	- 0.16%
Імексбанк	2 217 877	0.8%	+ 0.12%	Платинум-банк	1 760 090	0.7%	- 0.16%
Златобанк	1 448 610	0.6%	+ 0.11%	"Хрещатик"	2 456 141	0.9%	- 0.14%
				Правекс-банк	1 616 145	0.6%	- 0.12%
				Кредобанк	1 345 976	0.5%	- 0.10%

динують поведінку в сфері цін без встановлення таємних чи явних змов. Рівень цін визначає найбільша фірма, інші ж автоматично приймають його. При ціноутворенні за принципом "витрати + прибуток" фірми для визначення ціни аналізують свої витрати на одиницю продукції при певному плановому рівні виробництва й додають націнку в розмірі певного відсотка.

Поділ олігополістичного ринку здійснюється й методами нецінової конкуренції. Саме через нецінову конкуренцію визначається сегмент ринку для кожної фірми. Це зумовлено тим, що на зниження цін однією фірмою інші можуть дуже швидко зреагувати, тому частка їх на ринку залишається практично без змін. До того ж, цінова конкуренція може призвести до значних втрат. Тому фірми олігополістичного ринку надають перевагу неціновим факторам (розміщення реклами, використання патентів тощо), адже мають для цього достатні фінансові ресурси. В Україні олігополістична модель ринку вельми розповсюджена. Крім іноземних фірм, що є транснаціональними корпораціями й діють у сфері торгівлі, її суб'єктами є також національні виробники.

Отже, в Україні функціонують усі чотири розглянуті моделі ринку. Проте для більшості галузей української економіки властивий той або інший ступінь монополізму. Тому процес ціноутворення відбувається переважно з урахуванням монопольного становища виробника й продавця товарів і послуг.

Що ж стосується ринку банківських послуг України, то, незважаючи на існування суттєвих диспропорцій між кількісним і якісним складом деяких груп комерційних банків,

значна кількість (майже 200) суб'єктів ринку банківських послуг пропонує стандартизовану однорідну продукцію (кредити, депозити, різноманітні банківські послуги), тому споживачу практично байдуже, у кого з них її купувати при певній ціні. Крім того, кожен окремих ринковий суб'єкт пропонує такий обсяг товару, що його збільшення чи зменшення фактично не впливає на загальний обсяг пропозиції, а отже, на ціни. Незважаючи на таку специфіку, що свідчить про належність ринку банківських послуг України до моделі вільної конкуренції, маємо деякі особливості, що додають йому певних ознак олігополістичного ринку. Йдеться не про класичні банківські операції (кредитування, залучення депозитів, розрахунково-касове обслуговування), а про порівняно нові види послуг, які швидко розвиваються. Зокрема, це картковий бізнес, що стає конкурентним і прибутковим лише при емісії вельми значної кількості карток і створенні розгалуженої мережі банкоматів і платіжних терміналів. Зрозуміло, що ресурси для розвитку цього бізнесу мають переважно найбільші та великі банки, що дає їм змогу отримувати значний додатковий дохід. Таким чином, аналіз особливостей конкуренції на ринку банківських послуг дає підстави стверджувати, що цей сектор економіки України має характерні ознаки ринку вільної конкуренції у поєднанні з окремими елементами олігополії.

Вище (див. таблиці 1–4) наведено динаміку кредитного портфеля та залучених коштів банківської системи в розрізі чотирьох груп банків у I півріччі цього року. Стосовно ринкової позиції окремих банків, то відповід-

ну динаміку подано в таблицях 5–10. Звертаємо увагу, що в цьому випадку нас цікавить не перелік лідерів чи аутсайдерів за тією чи іншою категоріями (адже всі лідери входять до складу I групи), а лише зміни ринкової позиції за звітний період. При цьому слід зауважити, що часовий лаг у 6 місяців для такого консервативного сектору економіки, як банківський, не є показовим. Тобто якщо певний банк за півріччя скоротив частку ринку з 5% до 4.5%, це не є ознакою якихось фундаментальних негараздів у його роботі.

По-перше, абсолютна сума кредитів або депозитів банку за цей період могла не змінитись або навіть зрости, але на тлі зростання динаміки ринку (наприклад, ринку депозитів населення) відносна частка банку скоротилася. По-друге, впродовж декількох наступних кварталів банку ніщо не заважає поновити втрачену позицію або навіть її поліпшити. Отже, наведені дані мають переважно інформаційний характер і не містять оціночних критеріїв щодо конкретних банків.

Також слід зауважити, що лише зростання чи скорочення ринкової позиції певного банку безвідносно до інших показників не є однозначно позитивним чи негативним чинником. Наприклад, скорочення кредитного портфеля може свідчити як про його планове погашення, так і про списання проблемних кредитів за рахунок страхового резерву. Очевидно, саме це є основною причиною скорочення (див. таблиці 1 та 2) обсягів кредитного портфеля всієї банківської системи з 610 до 541 млрд. грн. стосовно юридичних осіб та з 198 до 136 млрд. грн. стосовно фізичних осіб.

