

УДК 303.722.4:336.713:339.137

М. В. Стирський,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії,
Львівський національний університет імені Івана Франка
М. М. Романяк,
студент, Львівський національний університет імені Івана Франка

ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

М. Styrskyi,
candidate of economic sciences, associate professor, associate professor of the department of economic theory,
Ivan Franko National University of Lviv
М. Romaniak,
student, Ivan Franko National University of Lviv

APPLICATIONS OF CLUSTER ANALYSIS OF THE COMPETITIVE ENVIRONMENT OF THE COMMERCIAL BANK

У статті розглядаються переваги та прикладні проблеми застосування кластерного аналізу у процесі дослідження конкуренції у банківському секторі економіки. Статистичну основу дослідження складають підсумки функціонування українських банківських інститутів у 2010–2011 рр. Залежно від рівня активності банківських установ на депозитному і кредитному ринках, ринку цінних паперів обчислено інтегральні оцінки конкурентних переваг та сформовано відповідні рейтинги. Для банків-лідерів рейтингів розраховано Мангеттенські відстані й розглянуто умови їх об'єднання у кластери. Встановлено, що кластерний аналіз міжбанківської конкуренції вимагає повної та оперативної вихідної інформації про учасників ринку. Розкрито труднощі інтерпретації висновків кластерного аналізу в умовах контролю окремих сегментів банківського ринку фінансовими центрами промислових груп. Вказано на необхідність поєднання переваг кластерного аналізу із елементами якісного дослідження конкуренції на ринку банківських послуг.

This article discusses the advantages and applied problems of the application of cluster analysis in the study of competition in the banking sector of economy. Statistical researches are based on the results of functioning of the Ukrainian banking institutions in 2010-2011 years. Depending on the level of activity of banks on the deposit, loan and stock markets it has been calculated integrated assessment of competitive advantages and has been created corresponding ratings. For the leading banks "Manhattan distance" has been calculated and conditions of their reunion in clusters have been reviewed. It has been founded that cluster analysis of interbank competition requires full and operative source of the output information on market participants. Has been revealed the difficulties of interpretation of the conclusion of cluster analysis in terms of control of certain segments of the bank market by financial centers of industrial groups. It also has been noted on necessity of combining the advantages of cluster analysis with the elements of qualitative research competition in the banking market.

*Ключові слова: кластерний аналіз, Мангеттенська відстань, комерційний банк, міжбанківська конкуренція.
Key words: cluster analysis, Manhattan distance, commercial bank, interbank competition.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах глобальної фінансової кризи з усією повнотою проявилися хиби поширених серед українських банків конкурентних стратегій із яскраво вираженою ресурсною домінантою. Погіршення платоспроможності позичальників і звуження можливостей перекредитування на міжнародних ринках миттєво перетворили розбудовані без належного мар-

кетингового планування мережі просування банківських продуктів із генераторів конкурентних переваг у мультиплікатори збитків. За цих обставин перспективи українських продуцентів банківських послуг великою мірою залежать від здатності їхнього персоналу обирати та ефективно застосовувати адекватний інструментарій аналізу конкурентного середовища.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Методологічні принципи та особливості оцінювання рівня конкуренції у банківському секторі економіки вже тривалий час посідають одне із чільних місць у наукових дискусіях, у чому переконує широке розмаїття публікацій як загальнотеоретичного, так і прикладного спрямування. До першої групи варто віднести праці, інструментальну основу яких складають моделі теорії організації галузевих ринків [2; 9, с. 69—126; 10]. Строге слідування положенням мікроекономіки та використання економетричних методів у процесі верифікації базових гіпотез у межах таких досліджень дозволяють накреслити загальні схеми поведінки головних суб'єктів банківського ринку і виявити причини різного рівня інтенсивності конкуренції у його сегментах. Разом з тим, конструювання мікромоделей фінансового ринку, вимагаючи, як правило, суттєвого спрощення уявлень про реальні економічні процеси, утруднює безпосереднє впровадження отриманих висновків у банківську практику.

Другу групу репрезентують в основному праці, покликані забезпечити ефективну адаптацію маркетингових технологій дослідження конкурентного середовища до запитів банківського менеджменту. Зокрема, Рой Стефенсон наголошує на винятковій важливості та складності коректної ідентифікації кола та стратегій потенційних конкурентів фінансового інституту [8, с. 52—55]. Але при цьому він, окресливши і обґрунтувавши джерела необхідної аналітичної інформації, не конкретизує переліку методів для її опрацювання [8, с. 65—69].

У працях українських фахівців із банківського маркетингу питання методології аналізу конкурентного середовища, в тому числі доцільні співвідношення між кількісними та якісними інструментами, розглянуті ширше. Щоправда у цьому разі головна увага зосереджується найперше на таких етапах конкурентного аналізу як оцінювання рівня концентрації ринкової влади у банківському секторі в цілому та конкурентоспроможності окремих кредитних інститутів і банківських продуктів. Натомість проблема формування вичерпного переліку банків-потенційних конкурентів вирішується цитованими дослідниками у загальнотеоретичному ключі без особливого акценту на застосовуваних інструментах або ж із помітним домінуванням експертних технологій [5, с. 78—125; 6, с. 97—125].

Оригінальний підхід до аналізу конкурентного середовища комерційного банку демонструють Я.Коваленко та О.Шевцова. Відправною точкою їхнього дослідження виступають низка показників діяльності фінансових установ, що трансформуються за спеціальним алгоритмом у комбінації кодів, котрі, у свою чергу, визначають позицію кожного з банків у матриці конкурентоспроможності [4]. Це уможливорює поділ суб'єктів ринку банківських послуг на відносно однорідні групи, а відтак спрощує процедури ідентифікації безпосередніх конкурентів. Слід, однак, відзначити, що сам алгоритм кодування (враховується лише напрям відхилення показника від середнього значення, але не його інтенсивність) зумовлює об'єднання в групу кредитних

інститутів, для яких розрив між значеннями аналізованих параметрів може виявитися як мінімальним, так і досить відчутним.

У цьому контексті заслуговує на увагу методика матричного аналізу конкуренції на кредитному ринку, апробована В.Вовк [1]. Згідно із нею конкурентоспроможність банку є відображенням інтегральної оцінки його фінансового стану та розміру ринкової частки, а групування продуцентів кредитних послуг здійснюється на основі їхніх відстаней, обчислених, виходячи з тих самих параметрів, до фінансового інституту-еталону. Однорідність груп продуцентів-лідерів та аутсайдерів кредитного ринку, сформованих з використанням цієї методики, — значно вища. Попри це, не можна оминути увагою ту обставину, що рівновіддаленість аналізованих банків від конкурента-еталону нерідко може поєднуватися із фундаментальними розбіжностями у досягнутих ними успіхах. Тобто, ризик помилкового позиціонування комерційного банку повністю не усувається.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Викладене вище природно спонукає до ретельнішого вивчення перспектив використання в аналізі міжбанківської конкуренції кількісного інструментарію, що вирізняється вищою точністю результатів та непогано зарекомендував себе в інших галузях економічної науки. Метою пропонованої статті є дослідження аналітичного потенціалу та прикладних проблем застосування кластерних технологій у процесі ідентифікації банків — найближчих конкурентів. Поміж іншим, потребують з'ясування такі аспекти проблеми, як здатність методу гарантувати формулювання недвозначних висновків і рівень його чутливості до повноти та якості вихідної інформації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Статистичну основу дослідження склали підсумки діяльності вітчизняних продуцентів банківських послуг у 2010 та 2011 роках, оприлюднені Асоціацією українських банків [7]. У зазначені проміжки часу банківська система України в цілому демонструвала збитковість, а отже деформації конкурентного середовища мали більш виражений характер. З метою отримання якнайширшого уявлення про рівень концентрації ринкової влади у різних сегментах банківського сектора на першому етапі дослідження на підставі зазначеного масиву даних було обраховано частки кожного з банків у:

— структурі сукупного портфеля строкових депозитів фізичних осіб. Традиційно саме строкові вклади домогосподарств формують ресурсну базу кредитних установ, тож (особливо в умовах утрудненого доступу до міжнародних запозичень) контроль за відповідним сегментом ринку може забезпечувати додаткові переваги;

— вартості сукупного портфеля депозитів фізичних осіб до запитання. Хоча йдеться про "короткі" ресурси, нарощування присутності банку на відповідному ринку спроможне посилювати його конкурентну позицію в цілому. Адже вклад до запитання фактично є найпоширенішим способом знайомства клієнта з банком, що по-

Таблиця 1. Стандартизовані значення часток лідерів ринку у сукупному обсязі відповідних компонентів депозитного та кредитно-інвестиційного портфелів української банківської системи за результатами 2010 року

Банк	Депозити юридичних осіб		Депозити фізичних осіб		Цінні папери	Кредити		Інтегральний показник
	до запитання	строкові	до запитання	строкові		юридичним особам	фізичним особам	
1. Приватбанк	1	1	1	1	0,044	1	1	0,863
2. Укресімбанк	0,841	0,833	0,123	0,21	0,979	0,601	0	0,512
3. Ощадбанк	0,31	0,102	0,954	0,203	1	0,473	0,196	0,462
4. Укрсоцбанк	0,286	0,1	0,276	0,123	0,288	0,176	0,914	0,309
5. ОТП Банк	0,273	0,689	0,212	0	0,263	0,116	0,463	0,288
6. Промінвестбанк	0,466	0,175	0,274	0,153	0,083	0,276	0,005	0,205
7. Надра	0,138	0,311	0,15	0,032	0	0,076	0,638	0,192
8. Альфа-банк	0,122	0,538	0,027	0,063	0,108	0,18	0,179	0,174
9. ВТБ Банк	0,12	0,086	0,074	0,046	0,22	0,301	0,09	0,134
10. Фінанси та кредит	0,027	0,228	0,004	0,095	0,08	0,141	0,152	0,104
11. ПУМБ	0,107	0,062	0,098	0,049	0,131	0,092	0,112	0,093
12. Брокбізнесбанк	0,081	0,119	0,135	0,058	0,009	0,074	0,072	0,078
13. Форум	0,017	0,059	0,07	0,071	0,078	0,081	0,156	0,076
14. Кредитпромбанк	0,009	0,135	0,022	0,056	0,107	0,062	0,08	0,067
15. Донгорбанк	0,323	0,023	0	0,016	0,092	0	0,011	0,067
16. Укргазбанк	0	0	0,067	0,038	0,238	0,041	0,079	0,066

тенційно може переростати у складніші форми співпраці. Зрештою, операції з такими рахунками генерують один із найстабільніших видів доходу — комісійний;

— загальній вартості депозитного портфеля юридичних осіб із розмежуванням строкових вкладів та до запитання. Для вітчизняних комерційних банків присутність у цьому сегменті ринку часто виступає наріжним каменем їхньої стратегії, адже гарантує доступ до відносно стабільних та масштабніших (порівняно з депозитами фізичних осіб) ресурсів;

— сукупних портфелів кредитів юридичним та фізичним особам. Ця пара показників фактично відображає наявність чи відсутність у кредитного інституту чіткої спеціалізації на обслуговуванні корпоративного чи споживчого сектора;

— структурі сукупного портфеля цінних паперів. Хоча вітчизняний фондовий ринок не користується особливою увагою комерційних банків, частина з них, диверсифікуючи свою кредитно-інвестиційну діяльність, розглядає його як напрям посилення власного конкурентного потенціалу.

На другому етапі дослідження отримані значення підлягали стандартизації як показники-стимулятори за методом розмаху варіації. Варіаційний розмах як спосіб стандартизації було обрано з огляду на те, що розрахункові значення в цьому разі коливаються у чітко визначеному діапазоні — від нуля (найгірше значення по досліджуваній сукупності) до одиниці (найкраще значення). Відтак, за потреби, існує можливість додатково прокоментувати підстави об'єднання у кластер окремих банків, не вдаючись до аналізу вихідних даних. Використання з цією ж метою стандартизації за методом середніх значень та стандартних відхилень бачиться менш зручним, позаяк їй властивий ширший діапазон варіації розрахункових значень — від (-3) до (+3) [3, с. 31].

Отримані у зазначений вище спосіб стандартизовані показники на третьому етапі дослідження було використано для обчислення інтегральних оцінок конкурентної позиції кожного з банків як середнього арифметичного відповідних значень. За результатами обрахунків для кожного із аналізованих періодів було складено рейтинг банківських установ за рівнем ринкової влади. Чільні позиції у кожному із випадків посів Приватбанк — значення інтегрального показника для 2010 року склало 0,869, 2011 року — 0,86. При цьому найбільшчі переслідувачі за інтенсивністю контролю за сегментами ринку банківських послуг помітно відставали. Відповідні інтегральні оцінки для 2010 року сягали лише 0,534 (Укресімбанк), 0,483 (Ощадбанк) і 0,334 (Укрсоцбанк), а для 2011 року — 0,522 (Ощадбанк) та 0,306 (Укрсоцбанк).

Щоправда, в останньому випадку треба брати до уваги відсутність у звітності Асоціації українських банків даних по Укресімбанку, що природно позначилось на структурі рейтингу 2011 року.

Варто наголосити, що рейтингування продуцентів банківських послуг є необов'язковим, і дослідник може приступити до виконання процедур кластерного аналізу одразу ж після обчислення стандартизованих значень показників. Однак, у цьому разі банківському аналітику доведеться мати справу із кількома десятками чи сотнями досліджуваних об'єктів, що, навіть за наявності потужного програмного забезпечення, робить конкурентний аналіз надміру громіздким. До того ж аналітику доводиться брати до уваги стратегічні орієнтири банку-замовника, котрі можуть розглядатися як інструмент попередньої селекції об'єктів дослідження. Очевидно, наприклад, що фінансовий інститут-аутсайдер змушений зважати на зміни у кредитно-інвестиційній політиці лідерів ринку. Але водночас він небезпідставно може розраховувати на те, що його власні дії залишаться непоміченими великими гравцями ринку. Тож у полі зору економіста-аналітика такого банку найперше опиняться прямі конкуренти із нижньої частини рейтингу. Подібним чином кредитний інститут, що має на меті увійти одразу до, скажімо, першої десятки суб'єктів банківського сектора, меншою мірою цікавитиметься поведінкою нішевих гравців, орієнтуючись передусім на потенційні загрози з боку лідерів. Відтак, рейтингування як етап аналізу конкурентного середовища, що передувє застосуванню кластерних технологій, може виявитися доречним.

З урахуванням викладених вище міркувань, подальший аналіз здійснювався, виходячи із припущення, що замовником дослідження виступає власник банку, котрий націлений на здобуття провідних позицій у системі вітчизняних фінансових інститутів. З цією метою із пер-

Таблиця 2. Стандартизовані значення часток лідерів ринку у сукупному обсязі відповідних компонентів депозитного та кредитно-інвестиційного портфелів української банківської системи за результатами 2011 року

Банк	Депозити юридичних осіб		Депозити фізичних осіб		Цінні папери	Кредити		Інтегральний показник
	до запитання	строкові	до запитання	строкові		юридичним особам	фізичним особам	
1. Приватбанк	1	1	1	1	0	1	1	0,857
2. Ощадбанк	0,251	0,56	0,766	0,241	1	0,518	0,137	0,496
3. Укрсоцбанк	0,218	0,414	0,217	0,098	0,203	0,088	0,64	0,269
4. ПУМБ	0,597	0,281	0,152	0,075	0,306	0,056	0,165	0,233
5. Промінвестбанк	0,327	0,272	0,154	0,083	0,175	0,221	0	0,176
6. ВТБ Банк	0,161	0,469	0,048	0,039	0,117	0,221	0,11	0,166
7. ОТП Банк	0,155	0,115	0,162	0	0,176	0,045	0,263	0,131
8. Альфа-банк	0,16	0,319	0,017	0,065	0,08	0,091	0,177	0,13
9. Дельта-банк	0,043	0,12	0,044	0,088	0,222	0	0,223	0,106
10. Брокбізнесбанк	0,058	0,4	0,072	0,068	0,011	0,002	0,065	0,097
11. Фінанси та кредит	0,036	0,224	0	0,086	0,08	0,055	0,11	0,084
12. Укргазбанк	0	0	0,053	0,019	0,258	0,025	0,074	0,061
13. Сбербанк Росії	0,096	0,101	0,024	0,025	0,088	0,055	0,019	0,058

винної досліджуваної сукупності було обрано лише кредитні установи зі значенням інтегральної оцінки не меншим 0,1. Оскільки у центрі уваги опинилася верхня частина раніше сформованого рейтингу, виникла необхідність повторного розрахунку стандартизованих показників у відповідності до скоригованих значень нижніх меж варіаційного розмаху (табл. 1—2).

Результати обчислень склали основу наступного етапу дослідження — визначення відстаней між об'єктами сукупності. Метрикою обрано Мангеттенську відстань. Оскільки формат статті не дозволяє повністю розкрити структуру відповідних матриць відстаней, у табл. 3—4 наведено лише їхні фрагменти, а точніше — відстані до лідера рейтингу решти кредитних інститутів.

На заключному етапі дослідження комерційні банки об'єднувались у кластери з використанням алгоритму середнього зв'язку. Кластерам, що об'єднували безпосередньо банки чи виокремлені на попередньому кроці кластери, присвоювався номер, перша цифра якого відповідає послідовності формування таких кластерів, а другою (після крапки) — завжди був нуль. Якщо

жіснуючий кластер розширювався за рахунок окремого банку, перша цифра його номера зберігалася, а друга відповідала кількості послідовно приєднаних об'єктів.

У процесі здійснення агрегативних процедур, зокрема, з'ясувалося, що найближчими конкурентами у середовищі лідерів ринку банківських послуг 2010 року виступили ПУМБ та банк "Форум", котрі, водночас, виявились майже рівновіддаленими від Приватбанку (табл. 3).

В основному це стало результатом приблизно однакових досягнень цих кредитних інститутів у сфері залучення строкових депозитів фізичних осіб та кредитування юридичних осіб (табл. 1). Сформований на їхній основі кластер дозволив послідовно об'єднати у відносно однорідну сукупність ще кілька комерційних банків — Кредитпромбанк, Брокбізнесбанк, Укргазбанк та ВТБ Банк. Натомість Альфа-банк та банк "Фінанси та кредит" підтвердили тезу, що істотна різниця у відстанях до лідера рейтингу не виключає можливості об'єднання досліджуваних об'єктів у кластер. Із груп, що були виокремлені до моменту повної кластеризації, привертає увагу пара Укррексімбанк — Ощадбанк. Найближчі переслідувачі Приватбанку максимально різнилися за більшістю позицій, однак подібності у рівнях ринкової влади у сегментах ринку строкових депозитів фізичних осіб та операцій з цінними паперами виявилось достатньо для формування кластера 6.0. При цьому варто відзначити, що для досліджуваного періоду це чи не винятковий випадок, коли активність банку на ринку цінних паперів внесла вагомий вклад у групування конкурентів. Кластер 4.0 (ОТП Банк та банк "Надра") є продуктом не стільки подібності досліджуваних банків, скільки їхньої віддаленості від решти об'єктів сукупності.

Зміни чисельності та структури лідерів ринку банківських послуг за підсумками 2011 року природно спричинили переформатування кластерів. Щоправда частина раніше виявлених подібностей була зафіксована і цього разу. Зокрема, найближчим конкурентом Альфа-банку знову виступив банк "Фінанси та кредит" (табл. 4).

А сформований на їхній основі кластер поклав початок ширшій сукупності кредитних інститутів, у яку, як і для 2010 року, потрапили Брокбізнесбанк та ВТБ Банк. Проте інші пари конкурентів і, що важливіше, послідовності їх об'єднання у кластери радше можуть свідчити на користь тези про істотні структурні зрушення у верхній час-

Таблиця 3. Відстані банків-лідерів та сформованих кластерів до Приватбанку за результатами 2010 року

Банк	Відстань	Кластер	Структура кластера	Відстань
1. Укррексімбанк	4,328	1.0	ПУМБ, Форум	5,575
2. Ощадбанк	4,72	1.1	Кластер 1.0, Кредитпромбанк	5,637
3. Укрсоцбанк	4,37	1.2	Кластер 1.1, Брокбізнесбанк	5,566
4. ОТП Банк	4,467	1.3	Кластер 1.2, Укргазбанк	5,768
5. Промінвестбанк	4,69	1.4	Кластер 1.3, ВТБ Банк	5,613
6. Надра	4,699	2.0	Альфа-банк, Фінанси та кредит	5,173
7. Альфа-банк	4,955	3.0	Кластер 1.4, кластер 2.0	5,393
8. ВТБ Банк	5,458	3.1	Кластер 3.0, Донгорбанк	5,534
9. Фінанси та кредит	5,39	3.2	Кластер 3.1, Промінвестбанк	5,112
10. ПУМБ	5,568	4.0	ОТП Банк, Надра	4,583
11. Брокбізнесбанк	5,496	4.1	Кластер 4.0, Укрсоцбанк	4,476
12. Форум	5,581	5.0	Кластер 4.1, кластер 3.2	4,794
13. Кредитпромбанк	5,699	6.0	Укррексімбанк, Ощадбанк	4,524
14. Донгорбанк	5,675	7.0	Кластер 5.0, кластер 6.0	4,659
15. Укргазбанк	5,969			

Таблиця 4. Відстані банків-лідерів та сформованих кластерів до Приватбанку за результатами 2011 року

Банк	Відстань	Кластер	Структура кластера	Відстань
1. Ощадбанк	4,528	1.0	Альфа-банк, Фінанси та кредит	5,411
2. Укрсоцбанк	4,527	1.1	Кластер 1.0, Сбербанк Росії	5,59
3. ПУМБ	4,98	2.0	Дельта-банк, Укргазбанк	5,896
4. Промінвестбанк	5,118	1.2	Кластер 1.1, Брокбізнесбанк	5,468
5. ВТБ Банк	5,069	2.1	Кластер 2.0, ОТП Банк	5,667
6. ОТП Банк	5,435	1.3	Кластер 1.2, ВТБ Банк	5,269
7. Альфа-банк	5,252	3.0	ПУМБ, Промінвестбанк	5,049
8. Дельта-банк	5,704	4.0	Кластер 1.3, кластер 2.1	5,467
9. Брокбізнесбанк	5,346	5.0	Кластер 3.0, кластер 4.0	5,258
10. Фінанси та кредит	5,57	5.1	Кластер 5.0, Укрсоцбанк	4,892
11. Укргазбанк	6,088	5.2	Кластер 5.1, Ощадбанк	4,71
12. Сбербанк Росії	5,769			

тині продуцентів банківських послуг. Так, значно швидше до складу єдиного кластера потрапили Укргазбанк і ОТП Банк, що стало можливим внаслідок формування кластера 2.0 за участі Дельта-банку. Демонструючи подібність у сегментах залучення депозитів фізичних осіб до запитання та операцій з цінними паперами до Укргазбанку, він водночас виявився близьким конкурентом банкові з угорським капіталом на ринках строкових депозитів фізичних осіб і кредитування останніх.

Крім того, одразу ж у єдиний кластер було об'єднано ПУМБ та Промінвестбанк, що вирізнялися схожістю за результатами роботи зі строковими депозитами юридичних осіб та вкладками домогосподарств. Відтак, можна припустити, що чимало суб'єктів ринку банківських послуг зуміли правильно ідентифікувати свої прямих конкурентів і, більш чи менш успішно, модифікували свої конкурентні стратегії.

ВИСНОВКИ

Викладене вище дозволяє розглядати кластерний аналіз як доволі ефективний та гнучкий інструмент дослідження конкурентного середовища комерційного банку. Водночас його практична цінність може суттєво знизуватись, якщо банківський аналітик знехтує низкою фундаментальних обставин.

По-перше, застосування кластерних технологій вимагає акумулювання максимально повної інформації про усіх без винятку конкурентів банку-замовника дослідження. Реально ж досліднику доводиться обирати між використанням оперативної, а тому, як правило, фрагментарної, чи вичерпної, але, відповідно, дорожчої або застарілої інформації. До того ж, складність аналізу конкурентного середовища банку полягає ще й у тому, що коло потенційних конкурентів не обмежується банківським сектором, а охоплює і чимало квазібанківських установ.

По-друге, повноцінній ідентифікації найближчих конкурентів може перешкоджати відсутність чіткого бачення структури власності на банківські та промислові активи. Йдеться, передусім, про випадки, коли певний кредитний інститут, як-от Приватбанк чи банк "Фінанси та кредит", обслуговує грошові потоки великої промислової групи. У цьому разі значна частина контрольованих ним сегментів ринку є закритою для конкурентів, що ускладнює інтерпретацію результатів кластерного аналізу. Крім того, непоодинокими є випадки, коли фінансовим центром групи виступає більш як один

банк (ПУМБ і банк "Ренесанс Капітал" для — СКМ чи банки "Юнекс" і "Форум", а у перспективі — ще й БМ Банк, — для СМАТ-Холдингу). Ці комерційні банки можуть займати різні ринкові ніші, а отже фігурувати у різних кластерах, хоча реалізують єдину конкурентну стратегію власника.

Таким чином аналітичний потенціал кластерних технологій дослідження конкурентного середовища банківського ринку реалізовується лише у тому випадку, якщо вдається відшукати оптимальне поєднання кількісного та якісного аналізу.

Література:

1. Вовк В.Я. Матричні моделі аналізу діяльності конкурентів на кредитному ринку / В.Я. Вовк // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. — 2011. — №2 (11). — С. 220—227.
2. Дробышевский С. Анализ конкуренции в российском банковском секторе / С. Дробышевский, С. Пашенко. — Москва: ИЭПП, 2006. — 130 с. — (Научные труды Института экономики переходного периода; № 96).
3. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування: навч. посібник / А.М. Єріна. — К.: КНЕУ, 2001. — 170 с.
4. Коваленко Я.В. Конкурентна позиція банку: стратегічно-інноваційні аспекти / Я.В. Коваленко, О.Й. Шевцова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія "Економіка". — 2011. — Вип. 5. — С. 101—108.
5. Лютий І.О. Банківський маркетинг: підручн. / І.О. Лютий, О.О. Солодка. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 776 с.
6. Нікітін А.В. Маркетинг у банку: навч. посіб. / А.В. Нікітін, Г.П. Портніков, А.В. Федорченко; за ред. А.В. Нікітіна. — К.: КНЕУ, 2006. — 432 с.
7. Показники діяльності банків / Асоціація українських банків [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://aub.org.ua>
8. Стефенсон Р. Маркетинг финансовых услуг / Рой Стефенсон. — Москва: Вершина, 2007. — 256 с.
9. Freixas X. Microeconomics of banking / Xavier Freixas, Jean-Charles Rochet. — 2nd ed. — Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2008. — XXII, 363 p.
10. Van Hoose D. The industrial organization of banking: bank behavior, market structure, and regulation / David Van Hoose. — Berlin, Heidelberg: Springer-Verlag, 2010. — 257 p.

Стаття надійшла до редакції 31.07.2013 р.