

Воробйова О.І.

УДК 336.77

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

Актуальність проблеми. Кредитно-інвестиційна діяльність банків в значній мірі залежить від регіональних особливостей, пов'язаних з розташуванням банків, їх філій, відділень, рівня розвитку економіки регіону, наявності великих, середніх чи малих підприємств промисловості, будівельного комплексу, аграрної сфери тощо. Кожен регіон України має суттєві економічні, соціальні, природні, транспортні, географічні та інші особливості, які необхідно враховувати при організації банків, їх філій, відділень, здійснення кредитно-інвестиційної діяльності. Регіональні особливості функціонування ринку банківських короткострокових поточних та довгострокових інвестиційних кредитів впливають як на сам процес кредитної діяльності, так і на фінансові результати від їх здійснення. Ці особливості також впливають на стан та розвиток регіонального ринку цінних паперів, що знаходить своє втілення в банківській інвестиційній діяльності, можливості банків використовувати фондові інструменти для формування власної ресурсної бази та ефективного розміщення вільних фінансових ресурсів з метою забезпечити збільшення прибутку та раціональний рух грошових коштів як в регіональному, так і галузевому напрямках.

Регіональні особливості необхідно враховувати при розробці стратегії кредитно-інвестиційної діяльності як усього банку, так і окремих його підрозділів, а також у процесі реалізації кредитно-інвестиційної політики банків у кожному конкретному регіоні України.

Регіональний аспект кредитно-інвестиційної діяльності банків досліджували різні українські вчені, зокрема Воробйов Ю.М., Срібна К.А. [1], Гриньова В.М., Колодізев О.М. [2], Грудзевич Я.В. [3], Кучеренко В.В. [4], Рисін В.В., Рисін М.В. [5] та інші. Однак питання регіонального розвитку кредитно-інвестиційної діяльності банків дослідженні ще не в повному обсязі, що обумовлено складністю цієї проблематики, відсутністю необхідної інформації для розрахунків та теоретичного узагальнення.

Мета роботи. Дослідження регіональних особливостей кредитно-інвестиційної діяльності банків обумовлено необхідністю розробки наукових положень та практичних рекомендацій щодо ефективності банківської діяльності в умовах нестабільності світового та національного фінансового ринків. Метою статті є обґрунтування наукових положень щодо виявлення регіональних особливостей, які найбільше впливають на кредитно-інвестиційну діяльність.

Основні результати дослідження. Дослідження щодо регіональних особливостей кредитно-інвестиційної діяльності базується на необхідності наукового осмислення впливу регіональних чинників на розташування банківських установ та здійснення ними кредитно-інвестиційної діяльності, особливо в умовах виходу з фінансової кризи, яка негативно позначилась на банках, позичальниках, інвесторах.

Кредитно-інвестиційний потенціал банків істотно відрізняється за регіонами країни через наявність специфічних особливостей, які притаманні кожній території. Як зазначає Гриценко Р., «Починаючи з 1996 року, практично в усіх регіонах України була помітна тенденція: чим більше банків у регіоні, тим більший розмір кредитних вкладень у цьому регіоні, оскільки банки направляють акумульовані з даної території фінансові ресурси, як правило, на розвиток цієї території. Територіальна нерівномірність розміщення банків може істотно впливати на економічний розвиток регіону [6, с. 7-8]».

З цим положенням абсолютно можливо було погодитись в період до жовтня 2008 року, тобто до початку фінансової кризи. Якщо подивитись на географічне розташування банківських інститутів, то вони у більшості випадків зосереджені в м. Києві, а також в деяких великих містах (табл. 1).

Таблиця 1. Розташування головних банків за регіонами України

№№ пп	Регіон	Кількість банків	У т.ч. великих	Кількість банків, що ліквідовані в наслідок фінансово-економічної кризи
1	Дніпропетровськ	15	1	1
2	Донецьк	10	2	–
3	Запоріжжя	5	–	–
4	Івано-Франківськ	1	–	–
5	Іллічевськ	1	–	–
6	Київ	117	22	10
7	Кременчук	1	–	–
8	Луганськ	2	–	–
9	Луцьк	2	–	–
10	Львів	5	1	1
11	Одеса	9	–	1
12	Полтава	1	–	–
13	Рівно	1	–	–
14	Севастополь	1	–	–
15	Сімферополь	2	–	–
16	Суми	3	–	–
17	Ужгород	2	–	–
18	Харків	11	1	–
19	Чернігів	3	–	–
	Разом	182	27	14

* Складено автором за даними НБУ [7]

На першому місці за кількістю банків знаходиться м. Київ. В столиці України більше всього великих банків, а також тих банків, що були ліквідовані внаслідок фінансово-економічної кризи. Із 14 ліквідованих банків, 10 банків припадає на м. Київ. Велика кількість банків, що були створені у м. Києві, пояснюється наступними міркуваннями: 1) в м. Києві розташовані всі державні власні структури, що в умовах українських реалій є важливим для забезпечення господарської діяльності; 2) столиця України з самого початку створення незалежної країни концентрувала основні фінансові потоки, що дуже важливо для банків; 3) в столиці мають свої головні офіси переважна більшість найкрупніших вітчизняних і зарубіжних компаній; 4) в м. Києві є більша можливість впливати на усі регіони; 5) населення м. Києва більш заможне аніж в інших регіонах України.

На другому місці за кількістю банків знаходиться м. Дніпропетровськ. В цьому регіоні було засновано 15 банків, серед яких найбільший банк в Україні – Приватбанк. Лише один банк Дніпропетровщини був ліквідований внаслідок фінансової кризи. У Дніпропетровську банки створювались внаслідок того, що це великий промисловий центр, який потребує масштабних фінансових ресурсів. Крім того, Дніпропетровськ велике місто України, а тому створення такої кількості банків має об'єктивні причини.

На третьому місці за кількістю банків м. Харків – 11 банків, серед яких є один дуже потужний банк. При цьому в м. Харкові відсутні банки, які були ліквідовані через фінансово-економічну кризу. Харків, як і Дніпропетровськ, велике місто, а тому наявність такої кількості банків обумовлено об'єктивними причинами. В Харкові є великі підприємства. Цей регіон має значні економічні зв'язки з Росією. Отже, регіону потрібні власні банківські установи.

На четвертому місці за кількістю банків м. Донецьк – 10 банків, серед яких 2 банки, що відносяться до групи крупніших. Донецьк – це велике місто з розвинутою промисловістю та широкими економічними зв'язками з іншими державами, зокрема з Росією. Незважаючи на фінансово-економічну кризу, не один регіональний банк не був ліквідований.

На п'ятому місці за кількістю банків м. Одеса – 9 банків. В Одесі не має великих банків, хоча це крупний промисловий і транспортний центр України. Навколо Одеси зосереджено кілька морських портів, що забезпечують транспортний зв'язок із багатьма країнами світу. Крім того, Одеса велике українське місто. Отже, для цього регіону наявність регіональних банків обумовлена об'єктивними обставинами. Проте один з регіональних банків внаслідок фінансово-економічної кризи був ліквідований.

На шостому місці за кількістю банків м. Львів – 5 банків, серед яких один великий банк, і один банк, що був ліквідований внаслідок фінансово-економічної кризи. м. Львів – це центр Західної України, а, отже, для цього регіону також важливо мати свої регіональні банки. Проте місто не займає значної позиції серед промислових міст країни, хоча тут розташовані і помітні промислові підприємства. Однак за останні роки економічні можливості Львова помітно зменшились через втрату попиту на власну продукцію.

Інші регіони мають один або два-три банки. Причому ці банки відносяться до середніх або малих банків. Частина регіонів України не має власних регіональних банків. До таких регіонів належать: Вінницька, Житомирська, Кіровоградська, Миколаївська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька області. Регіональні банки можуть ефективно конкурувати з банками, що створені в м. Києві. Особливо це наглядно доводять такі банки як Приватбанк, ПУМБ, УкрСиббанк. Але у більшості випадків регіональні банки поступаються регіональній мережі великих банків, що створені у м. Києві.

На основі зростання обсягів банківського кредитування в регіонах України Воробйов Ю.М. і Срібна К.А. формулюють основні особливості розвитку цього процесу на рівні окремого регіону (АР Крим) [1, с. 65].

Визначені зазначеними авторами особливості були характерні не лише для АР Крим, а й і для інших регіонів України. Однак з періоду дослідження минуло практично 4 роки, які суттєво змінили погляди на розвиток банківського кредитування в регіонах. Крім того, необхідно зазначити, що автори наведеної монографії практично не приділяли уваги банківській інвестиційній діяльності.

Кожен регіон України має свої, лише йому притаманні особливості, які тією чи іншою мірою впливають на кредитно-інвестиційну діяльність банків, тобто впливають на формування і використання кредитно-інвестиційного потенціалу. Серед безлічі особливостей характерних для регіонів, необхідно виділити ті, що, в першу чергу, можуть справити найбільший вплив на обсяги, структуру та напрями кредитно-інвестиційної діяльності банківських інститутів. На нашу думку, до особливостей, які характерні для усіх регіонів України і впливають на обсяги та результативність кредитно-інвестиційної діяльності банків, можливо віднести (табл. 2).

У сукупності зазначені особливості регіонів суттєво відбиваються на кредитно-інвестиційному потенціалі банків, але для одних банків ці особливості мають незначний вплив, для других – потребують своєчасного урахування в процесі кредитно-інвестиційної діяльності, для третіх – вони стають суттєвою перешкодою для нормальної праці.

Досліджуючи регіональні особливості впливу на кредитно-інвестиційну діяльність банків, необхідно чітко уявляти, які з існуючих особливостей мають найбільший вплив, а які найменший. Це можливо зробити шляхом визначення якісних характеристик тих чи інших регіональних особливостей. У зв'язку з цим проведемо поділ груп особливостей за відповідним ранжиром, тобто за впливом на обсяги кредитно-інвестиційної діяльності. Ранжир буде зроблений від найбільш впливових груп особливостей до найменш впливових (табл. 3).

Таблиця 2. Основні особливості регіонів, які впливають на кредитно-інвестиційну діяльність банків України *

Групи особливостей	Види особливостей
1. Природно-географічні	1. Наявність природно-географічних ризиків, що впливають на кредитно-інвестиційну діяльність банків
	2. Природно-географічні обмеження щодо видів економічної діяльності або виробництва продукції
	3. Наявність або відсутність природних ресурсів
2. Соціальні	1. Рівень доходів населення
	2. Схильність населення до використання позикових коштів
	3. Рівень безробіття в регіоні та попиту на трудові ресурси
	4. Рівень соціальних конфліктів
	5. Рівень платоспроможності населення в регіоні
	6. Рівень соціальних гарантій і соціальної захищеності в регіоні
3. Демографічні	1. Щільність населення по території регіону
	2. Кількість та питома вага населення у працездатному віці
	3. Статеві-вікова структура населення
	4. Питома вага міського та сільського населення
	5. Рівень освіти, кваліфікації та професійні особливості
	6. Рівень приросту або зменшення населення
	7. Рівень механічної міграції населення
4. Політичні	1. Політична стабільність в регіоні
	2. Рівень взаємодії регіональної влади з державною владою
	3. Рівень взаємодії регіональної влади з підприємцями
	4. Рівень взаємодії регіональної влади з населенням
5. Правові	1. Рівень виконання законодавства держави в регіоні
	2. Рівень криміналізації в регіоні
	3. Рівень тіньової економіки в регіоні
	4. Рівень корупції в регіоні
6. Організаційно-управлінські	1. Довіра з боку індивідуальних інвесторів і позичальників
	2. Розташування банків в регіоні та розвиток банківської мережі
	3. Наявність великих, середніх та малих підприємств
	4. Професійні здібності банківських працівників в регіоні
Групи особливостей	Види особливостей
7. Фінансово-економічні	1. Ресурсна база банків в регіоні
	2. Види економічної діяльності, що приваляють в регіоні
	3. Наявність у суб'єктів реальної застави для одержання кредиту
	4. Рівень конкуренції між банками за ресурсну базу та позичальників
	5. Рівень рентабельності підприємств
	6. Вартість банківських кредитів на кредитному ринку регіону
	7. Обсяги та структура фінансових потоків в регіоні
	8. Інвестиційний клімат в регіоні та наявність інвесторів

* Складено автором статті

Найбільший вплив на кредитно-інвестиційну діяльність банків в регіоні, за нашою думкою, здійснюють фінансово-економічні, організаційно-управлінські, політичні та соціальні особливості. Найменший вплив на кредитно-інвестиційний потенціал мають правові і природно-географічні особливості.

За період 2008-2010 рік, регіональні особливості негативно впливали на кредитно-інвестиційну діяльність банків в регіонах. Крім того, регіональні банківські структури фактично втратили можливість здійснювати самостійну фінансово-господарську політику, у тому числі в кредитно-інвестиційній діяльності. Головні управління банків, які розташовані в Києві, Дніпропетровську, Донецьку чи Харкові не завжди враховують регіональні особливості, керуючись загальними підходами до всієї мережі банку. Внаслідок такого підходу банки в регіонах не можуть своєчасно скорегувати свою політику, що при досить швидких змінах фінансово-економічної ситуації також негативно позначилось на регіональних банківських мережах.

Таблиця 3. Ранжирування регіональних особливостей, що впливають на кредитно-інвестиційну діяльність банків

№ пп	Групи особливостей	Зміст впливу
1	Фінансово-економічні	Забезпечують максимальний вплив на формування і використання кредитно-інвестиційного потенціалу
2	Організаційно-управлінські	Стимулюють формування умов для збільшення клієнтської бази банків в регіоні
3	Політичні	Забезпечують реальну стабільність і надійність кредитно-інвестиційної діяльності
4	Соціальні	Забезпечують формування банківських ресурсів, стимулюють збільшення кредитування
5	Демографічні	Впливають на збільшення користувачів банків
6	Правові	Забезпечують умови для надійної діяльності
7	Природно-географічні	Впливають на рівень ризикованості банківської діяльності

* Складено автором статті

Помилки в кредитно-інвестиційній діяльності, що були допущені практично усіма банківськими мережами в регіонах, пов'язані з бажанням керівництва головних банків мати за рахунок кредитно-інвестиційної діяльності якнайбільші суми процентних доходів. У зв'язку з цим регіональні банківські

мережі видавали кредити без ґрунтовної оцінки позичальника, його можливостей своєчасно розраховуватися з банком. Практично не були враховані ризики, що пов'язані з коливаннями курсів іноземних валют, можливостями втрати позичальниками місць роботи та своїх доходів, виникнення масового безробіття, падіння попиту на об'єкти іпотеки.

Висновки. На основі проведеного досліджено визначено, що на кредитно-інвестиційну діяльність впливає група регіональних особливостей, серед яких найбільше значення мають фінансово-економічні, організаційно-управлінські, політичні та соціальні особливості. Недостатнє врахування банками особливостей кожного регіону призводять до втрати як можливостей щодо здійснення кредитно-інвестиційної діяльності, так і фінансових результатів.

Джерела та література:

1. Воробйов Ю. М. Кредитування суб'єктів підприємництва в економіці регіону : монографія / Ю. М. Воробйов, К. А. Срибна. – Сімферополь : Доля, 2008. – 224 с.
2. Гриньова В. М. Проблеми та перспективи структурної перебудови банківської системи України / В. М. Гриньова, О. М. Колодізев // Фінанси України. – 2006. – № 1. – С. 94-100.
3. Грудзевич Я. В. Проблеми та можливі перспективи розвитку малих та середніх банків України / Я. В. Грудзевич // Регіональна економіка. – 2002. – № 3. – С. 162-164.
4. Кучеренко В. В. Вплив фінансової кризи на банківську систему України / В. В. Кучеренко // Вісник Донецького університету. Серія : Економіка і право. – 2009. – № 2. – С. 257-260.
5. Рисін В. В. Регіональні особливості довгострокового кредитування (на прикладі Львівської області) / В. В. Рисін, М. В. Рисін // Регіональна економіка. – 2008. – № 2. – С. 159-167.
6. Гриценко Р. Структуризація та консолідація банківського сектору України / Р. Гриценко // Вісник Національного банку України. – 2004. – № 4. – С. 4-9.
7. Національний банк України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

Желамская Е.М., Жаворонкова О.Р.

УДК 659.4:366.14

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Постановка проблемы. В современном мире человек ежедневно сталкивается с большим количеством рекламных объявлений, которые вызывают определенные эмоциональные реакции. Общепринято считать под эмоциональным откликом на рекламу – реакцию, вызывающую слезы или улыбки. На самом деле, любая реклама оказывает эмоциональное влияние и, поскольку является раздражителем, порождает инстинктивную эмоциональную реакцию. С этой точки зрения, эмоции, вызванные рекламным обращением, не менее важны, чем его содержание. Эмоциональные реакции являются составной частью мозга, необходимой для нашего выживания [1].

Первоначальный инстинктивный «эмоциональный» отклик определяет три вещи: как много внимания человек будет уделять событию, которое вызвало этот отклик, какой будет реакция его сознания и как глубоко укоренятся воспоминания об этом событии. Отклик может быть положительным или отрицательным, интенсивным или слабым. Большинство событий, касающихся брендов и рекламы, не вызывают интенсивный отклик. Но даже если реакция потребителей ярко выражена, она все равно остается «эмоциональной». Поэтому в рекламном обращении большое внимание следует уделять эмоциональному воздействию, что является актуальным вопросом для рекламодателей.

Анализ основных исследований и достижений. Вопросы эмоционального воздействия в рекламе рассматривали многие экономисты и психологи. Работы П. В. Симонова и В. М. Вундта посвящены управлению поведением потребителей под воздействием рекламы. Такие ученые как А. Н. Леонтьев и С. Л. Рубинштейн уделяли внимание функциям эмоций в деятельности человека. Большое внимание экспериментальным методам оценки рекламной продукции с точки зрения эмоционального отношения к ней потребителей уделял Ч. Э. Осгуд.

Несмотря на разностороннее изучение данного вопроса, он остается открытым. От части это вызвано тем, что процессы человеческого сознания остаются не изученными, поэтому сложно точно прогнозировать реакцию потребителей. Кроме того, потребитель претерпевает изменения в своем развитии, становясь более грамотными, требовательными, с новыми вкусами и предпочтениями. Все это требует постоянного мониторинга за уровнем мотивации потребителей, за возможностями эмоционального воздействия на их поведение и за ответной реакцией.

Основной материал исследования. Эмоциональный компонент рекламного воздействия определяет отношение к объекту рекламной информации: относится ли к нему субъект с симпатией, антипатией, нейтрально или противоречно. Исследование психологических аспектов рекламной деятельности предполагает анализ таких ее сторон, которые вызывают у человека эмоциональное отношение к рекламе, к самому товару, формирующее, в конечном счете, желание или нежелание купить его. Многочисленные человеческие эмоции могут быть описаны основными составляющими: любовь, радость, счастье, удивление, печаль, страдание, страх, гнев, ярость, отвращение, презрение, вина. Причем Положительные эмоции стимулируют субъект достичь цели, отрицательные – избегать объектов, вызывающих неприятные состояния [2].