

Князева О. А.

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри економіки підприємства
та корпоративного управління
Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова*

Сергеева О. С.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри банківської справи
Одеського національного економічного університету*

Літітанскас І. Ю.

*здобувач кафедри економіки підприємства
та корпоративного управління
Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова*

Kniazeva E. A.

*Doctor of Economic Science, Professor,
Professor of Economics Business
and Corporate Governance Department
Odessa National Academy of Telecommunications named after O. S. Popov*

Serheeva O. S.

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer of Banking Department
Odessa National Economic University*

Lititanskas I. U.

*Applicant of Economics Business and Corporate Governance Department
Odessa National Academy of Telecommunications named after O. S. Popov*

ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

DEVELOPMENT PLANNING OF THE ENTERPRISE IN THE MARKET OF FINANCIAL SERVICES

Анотація. Обґрунтовано необхідність планування розвитку Українського державного підприємства поштового зв'язку «Укрпошта» на ринку фінансових послуг. З огляду на зазначене, потребують поглибленого розгляду теорії та практики розвитку як безпосередньо поштового зв'язку, так і розвитку фінансових послуг підприємствами поштового зв'язку. Запропоновано підхід щодо планування розвитку підприємства поштового зв'язку на ринку фінансових послуг. Розглянута низка спільних чи взаємодоповнюючих чинників інтеграції поштового підприємства з державним банком АТ «Ощадбанк». Наведено ефект від функціонування підприємства на ринку фінансових послуг.

Ключові слова: планування, ринок фінансових послуг, підприємство, банк, ефект.

Вступ та постановка проблеми. Ринок фінансових послуг є одним із значних елементів у діяльності економічних систем багатьох країн. Складна, багаторівнева та динамічна сфера діяльності потребує свого дослідження та планування розвитку як в цілому, так і на рівні окремих підприємств – суб'єктів ринку фінансових послуг. Варто відзначити, що останнім часом на ринку фінансових послуг активізувалася діяльність нефінансових та парабанківських установ, частка доходів від діяльності яких сягає в середньому 35% від загальних доходів фінансового сектору економіки України [1]. При цьому суттєве місце у цих обсягах доходів належить Українському державному підприємству поштового зв'язку «Укрпошта» (далі – Національний оператор поштового зв'язку – НОПЗ), доля доходів якого від надання фінансових послуг (за даними 2014 р.) сягає понад 45% [2] та щороку збільшується, у тому числі і за рахунок міжнародної співпраці.

Так, у рамках запровадження системи Єврожиро в НОПЗ підписано Угоди та відкрито двосторонній обмін електронними переказами з Португалією, Словаччиною, Грецією, Румунією, Туреччиною, Бразилією та іншими країнами.

Тобто фінансові послуги є вагомим складовим фінансово-економічної результативності діяльності підприємства поштового зв'язку. Проте розвиток підприємства на ринку фінансових послуг ускладнюється низкою чинників: високий рівень конкуренції, нестача кваліфікованих кадрів та обігових коштів, відсутність ліцензії на деякі види фінансових послуг, недостатній досвід роботи у сфері фінансових послуг тощо. У цих умовах та з огляду на вагомий внесок доходів від фінансових послуг у загальні доходи підприємства виникає актуальне наукове та практичне завдання, пов'язане із необхідністю розробки підходів до планування подальшого ефективного розвитку підприємства у сфері надання фінансових послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначенню основних проблем та перспектив розвитку фінансового ринку взагалі та фінансових послуг у поштовому зв'язку країн пострадянського періоду присвятили свої праці такі науковці: Г.Ю. Мещеряков, Л.В. Ільченко-Сюйва, А.К. Мумінов, Г.М. Нелепа та ін. [3-5].

До наукових праць, присвячених розвитку підприємства поштового зв'язку у сфері надання фінансових послуг, можна віднести праці К.В. Захарченко та Н.Ю. Потапової-Синько, де розглядається питання створення підприємства поштового зв'язку як бізнес-моделі надання інтегрованих поштових і фінансових послуг [6]. Автори також присвятили свої попередні праці питанням розвитку фінансових послуг у діяльності підприємств поштового зв'язку [7; 8].

Вищезазначені автори зробили вагомий внесок у теорію та практику розвитку як безпосередньо поштового зв'язку, так і розвитку фінансових послуг підприємствами поштового зв'язку. Втім, серед низки наукових досліджень, присвячених різним аспектам розвитку ринку фінансових послуг та підприємств поштового зв'язку, недостатньо досліджено питання, пов'язані з визначен-

ням підходів щодо планування розвитку підприємства поштового зв'язку на ринку фінансових послуг.

Мета статті полягає у формуванні науково-прикладних підходів до планування розвитку підприємств поштового зв'язку на ринку фінансових послуг.

Результати дослідження. Підприємства поштового зв'язку у всьому світі являють собою потужну систему з надання поштових та інших послуг, зокрема фінансових. За даними Всесвітнього поштового союзу [9], у 2014 р. поштовими службами світу були оброблені мільйони фінансових трансакцій, що в середньому складає більше 20% доходів світової поштової служби. Фінансові послуги становлять майже половину доходів низки національних підприємств поштового зв'язку. Тому для подальшого впровадження фінансових послуг у діяльність НОПЗ доцільно сформувати відповідний науково-прикладний підхід до планування подальшого розвитку підприємства у сфері надання фінансових послуг із урахуванням особливостей діяльності як НОПЗ, так і ринку фінансових послуг країни.

Пропонований авторами підхід наведено на рисунку 1. Наведемо детальну характеристику кожного з елементів підходу.



Рис. 1. Науково-прикладний підхід до планування розвитку НОПЗ на ринку фінансових послуг

Власна розробка авторів

1. Дослідження світових тенденцій щодо розвитку ринку фінансових послуг, визначення найбільш актуальних напрямів розвитку підприємства поштового зв'язку на ринку фінансових послуг. На цьому етапі простежуються основні тенденції та стратегічні напрями розвитку світового ринку фінансових послуг, визначаються пріоритетні напрями розвитку в розрізі національних ринків. На цьому етапі потрібно приділити увагу міжнародному характеру багатьох фінансових послуг (наприклад, міжнародні перекази), оскільки при їх наданні потрібно дотримуватися міжнародних стандартів щодо якості послуг та обслуговування. Це не менш важливо і для усіх інших послуг з огляду на майбутнє членство України в ЄС.

2. Дослідження стану та структури національного ринку фінансових послуг. Цей елемент наведеного підходу складається з двох важливих складових – дослідження конкурентів та дослідження споживачів.

3. Дослідження конкурентів. Для здійснення цього етапу варто вдаватися до існуючих методів маркетингового дослідження, які докладно описані, **Є наприклад, в [10], а саме до SWOT-, GAP- чи PEST-аналізу, матриці Ансофа чи Бостонської консалтингової групи.** Ці методи є найбільш ефективними та розповсюдженими інструментами, якими користуються при проведенні аналогічних досліджень.

Усі з наведених методів можна застосовувати в ході маркетингового дослідження, але вибір конкретного методу чи методів залежить від конкретної цілі підприємства. На наш погляд, для проведення маркетингового дослідження ринкового середовища у сфері надання

фінансових послуг доцільно вдаватися не тільки до традиційного SWOT-аналізу, а й проводити PEST-аналіз, оскільки він надає більш повну інформацію про поточне становище підприємства із урахування політичних, економічних, соціальних та технологічних чинників, які останнім часом є дуже актуальними та значущими.

Також необхідно урахувати сучасні тренди, які притаманні ринку фінансових послуг, а саме скорочення кількості банківських установ внаслідок кризових явищ, наявність певних обмежень та регуляторного втручання в діяльність фінансових установ з боку держави, скорочення депозитних портфелів банків тощо.

4. Дослідження існуючих та потенційних споживачів, визначення ціннісних властивостей фінансових послуг для споживачів. Це дослідження доцільно проводити за допомогою анкетування. Задля цього потрібно розробити відповідну анкету, яка дасть змогу визначити потреби, пріоритети та цінності орієнтири споживачів. Результати анкетування можуть служити базою для формування шкали цінностей для різних категорій споживачів.

Ця шкала може бути підставою для визначення конкретних найбільш перспективних напрямів розвитку НОПЗ на ринку фінансових послуг з орієнтацією на споживачів.

5. Розрахунок ресурсного потенціалу щодо розвитку НОПЗ на ринку фінансових послуг. Для реалізації цього елементу потрібно сформувати науково-методичний підхід до діагностики достатності ресурсного потенціалу підприємства щодо впровадження фінансових послуг. Цей підхід дасть змогу провести комплексну діагностику ресурсного потенціалу підприємства та зробити висновки щодо достатності ресурсного потенціалу для просування підприємства на ринку фінансових послуг. До основних складових ресурсного потенціалу, який необхідно надавати діагностики, варто віднести у першу чергу кадрові ресурси, оскільки НОПЗ характеризується великою кількістю низько кваліфікованого персоналу, який не в повному обсязі володіє знаннями щодо специфіки надання сучасних фінансових послуг. Також важливо адекватно оцінити активи підприємства з огляду на наявність сучасного обладнання, обігових коштів, програмного забезпечення тощо.

6. Визначення достатності ресурсного потенціалу. На цьому етапі оцінка, отримана в ході розрахунку ресурсного потенціалу, порівнюється з мінімально-припустимою (обраною на етапі формування науково-методичного підходу до діагностики достатності ресурсного потенціалу). У разі недостатності ресурсного потенціалу – перехід до етапу 7. У разі достатності – перехід до етапу 8.

7. Підвищення рівня ресурсних складових. У випадку, якщо визначений ресурсний потенціал менше мінімально-припустимого, необхідно формування низки організаційно-економічних заходів щодо його нарощування, що сприятиме не тільки інтеграції підприємства на ринку фінансових послуг, а і загальному зростанню конкурентоспроможності підприємства. Після цього здійснюється перехід до етапу 2.

8. Формування інваріантних моделей розвитку НОПЗ на ринку фінансових послуг. У разі достатності ресурсного потенціалу відбувається формування основних елементів інваріантних моделей розвитку НОПЗ на ринку фінансових послуг та здійснюється вибір оптимальної моделі. До таких моделей може бути віднесено: формування відокремленого підрозділу з надання фінансових послуг, інтеграція НОПЗ із фінансовою установою, формування пакету агентських угод тощо. Ці моделі та підходи до їх вибору докладно описано у [7; 8].

9. Розробка прикладних механізмів реалізації моделі. На цьому етапі формуються конкретні прикладні механізми впровадження сформованої та обраної на етапі 8 моделі. Вони складаються з формування організаційних, фінансових та правових аспектів впровадження обраної моделі.

10. Оцінка очікуваного ефекту від функціонування НОПЗ на ринку фінансових послуг. На заключному етапі визначається ефект, який може бути отриманий в разі впровадження розробленої моделі. Цей ефект, на нашу думку, складається з ефекту для споживачів, для підприємства та для національної економіки.

11. Ефект для підприємства. Цей ефект полягає у підвищенні прибутковості та рентабельності звичайної діяльності. Тому для оцінки цього ефекту доцільно вдаватися для порівняльного аналізу та прогнозування очікуваного економічного ефекту. Прогнозування можна проводити із застосуванням кількісних та якісних методів. У ході застосування кількісних методів можна вдаватися до математичного прогнозування. Але, на нашу думку, в умовах невизначеності краще спиратися на метод експертного оцінювання майбутнього економічного ефекту та визначати не конкретні обсяги підвищення прибутку, а відсоток зростання прибутку.

12. Ефект для споживачів. Цей ефект може бути оцінений за допомогою визначення рівня задоволеності споживачів. Задля цього доцільно розробити поведінкову модель реакції споживача на отримані фінансові послуги, яка дозволяє визначити ступінь задоволеності споживачів.

13. Ефект для національної економіки. Оскільки НОПЗ є державною установою, ефект полягає у підвищенні обсягів надходжень до бюджету, підвищенню загального іміджу підприємств із державною формою власності, а також у загальному розвитку ринку фінансових послуг як складової економічної системи держави.

В загальному вигляді залежно від рівня погляду на проблему визначення ефекту від функціонування НОПЗ на ринку фінансових послуг можна навести у такому вигляді (табл. 1).

Як видно з наведених даних, ефективність інтеграції підприємств відбивають не лише економічні результати. Ці процеси можуть зменшувати потребу в поновлюваних ресурсах, поліпшувати умови життя і праці, формувати нові напрями науково-технічного розвитку, тобто мати значну соціальну ефективність.

Зазначимо, що соціальна ефективність призводить до виникнення вторинного економічного ефекту, який впливає на величину економічного результату виробництва. Тобто можна говорити про можливість виникнення синергетичного ефекту від розвинення фінансових послуг НОПЗ чи від його інтеграції із фінансовими установами.

Враховуючи складні умови функціонування державних підприємств, втрату НОПЗ частки мережі на тимчасово окупованих територіях, скорочення платоспроможного попиту населення та бізнес-структур, розвинення недержавних підприємств поштового зв'язку та інші чинники, актуальності набуває дослідження можливості інтеграції НОПЗ із іншими підприємствами задля розширення своїх фінансово-економічних, технологічних та інших можливостей та підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку фінансових послуг. Світовий досвід свідчить, що нині перспективним є варіант інтеграції підприємства поштового зв'язку з кредитно-фінансовою установою, тобто організація поштового банку. Яскравим прикладом успішної співпраці банку з поштою на території Євросоюзу є Post Bank (Німеччина), Alliance & Leicester (Великобританія) та інші. Як приклад вдалої інтеграції пошти і банку можна навести також поштовий

Ефект від функціонування НОПЗ на ринку фінансових послуг

Вид ефекту	Змістове наповнення	Рівень виникнення		
		Населення	Підприємства	Держава
Економічний	Враховує усі види результатів і витрат	Скорочення витрат населення на поїздки до поштових та фінансових установ	Підвищення прибутку, рентабельності, зростання продуктивності праці	Зростання ВВП та долі ВВП на душу населення, сталий розвиток держави
Науково-технічний	Відображає новизну послуги, простоту, корисність	Підвищення фінансової грамотності населення, зростання освіченості громадян	Відповідність технологій підприємства вимогам НТП, відповідність світовим стандартам	Вихід на світові ринки та відповідність світовим стандартам
Фінансовий	Відбиває показники фінансової ефективності впровадження послуги	Скорочення витрат домогосподарств, перерозподіл коштів	Покращення фінансових показників за рахунок економії	Зростання макроекономічних показників, покращення платіжного балансу країни
Ресурсний	Показує вплив послуг на обсяг виробництва і споживання того або іншого виду ресурсу	Більш ефективне використання фінансових ресурсів та ресурсів вільного часу у побуті	Оптимізація власної ресурсної бази, більш ефективне використання ІКТ та обігових коштів	Більш ефективне використання внутрішніх ресурсів, підвищення інвестиційної привабливості країни
Соціальний	Враховує нові соціальні результати	Соціальний захист громадян, скорочення корупційної складової	Підвищення іміджу підприємства, розвиток соціальної відповідальності бізнесу	Створення умов для розвитку соціальної відповідальності та ефективності взаємодії бізнесу
Екологічний	Показує вплив послуг на довкілля	Підвищення рівня ергономічності, скорочення шкідливих впливів на людину	Скорочення паперового документообігу та рівня забруднення довкілля автотранспортом	Скорочення шуму, продуктів роботи транспорту тощо

Джерело: власні розробки авторів

банк Японії – Yucho Bank – найбільший у світі банк за рівнем ринкової капіталізації [11].

На наш погляд, найбільш прийнятним для інтеграції з НОПЗ є державний банк АТ «Ощадбанк». На підтвердження цієї гіпотези свідчить низка спільних чи взаємодоповнюючих чинників, серед яких можна назвати такі:

- відносно низька вартість послуг є одним із ключових факторів на обох підприємствах;
- доступ до фінансових ресурсів Ощадбанку доповнюється низькою вартістю трудових ресурсів НОПЗ [12];
- досвід роботи із споживачами та у сільській місцевості обох підприємств, а також вигідне розташування відділень дають змогу надавати клієнтам більш широкі сфери послуг;
- гнучкість роботи підприємств, яка виникла під впливом розвитку конкуренції, може суттєво компенсувати консерватизм державного управління;
- приналежність обох підприємств до державної власності може призвести до появи додаткових переваг у вигляді державних гарантій, дотації тощо.

У результаті реалізації наведеного підходу зростають ефективність та інформативність процесів планування в діяльності підприємства, зокрема планування подальшого розвинення НОПЗ на ринку фінансових послуг з метою зростання економічного, соціального та інших видів ефекту.

Висновки. Діяльність НОПЗ на ринку фінансових послуг переслідує низку цілей від зростання доходів

самого підприємства до задоволення зростаючих потреб суспільства щодо отримання різноманітних фінансових послуг, створюючи при цьому підстави для підвищення рівня добробуту життя населення та зростання ВВП країни. Планування розвитку будь-якого підприємства на ринку фінансових послуг в складних конкурентних умовах та в умовах ризику є необхідним інструментом подальшого ефективного розвинення як самого підприємства, так і усієї сфери надання фінансових послуг. Безпосередньо для НОПЗ планування розвитку на ринку фінансових послуг є запорукою формування ефективних механізмів його сталого розвитку задля досягнення як соціально-економічного, так і інших видів ефекту.

У подальших дослідженнях планується проведення деталізації запропонованого науково-методичного підходу за визначеними напрямками, а саме: формування прикладних засад маркетингового дослідження споживачів фінансових послуг, розробка науково-методичних та прикладних підходів до діагностики достатності ресурсного потенціалу підприємства щодо впровадження фінансових послуг, розробка методичних підходів до формування моделі розвитку підприємства на ринку фінансових послуг та моделі, на підставі якої можна визначити ступінь задоволеності споживачів, а також методичної бази для оцінки усіх видів ефекту (у тому числі і синергетичного) від діяльності НОПЗ на ринку фінансових послуг.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Офіційний сайт УДППЗ «Укрпошта» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrposhta.com.ua>.
3. Мещеряков А.А. Методологічні засади підвищення ефективності роботи комерційного банку / А.А. Мещеряков // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 12(67). – С. 35-39.
4. Ільченко-Сюйва Л.В. Ринок фінансових послуг в Україні: проблеми та перспективи розвитку / Л.В. Ільченко-Сюйва // Вісник НАДУ. – 2007. – № 4. – С. 93-100.

5. Муминов А.К. Дальнейшее развитие финансовых услуг // Почтовая связь. Техника и технологии. – 2008. – № 1.
6. Ефективність розвитку фінансових послуг поштового розвитку : [монографія] / Захарченко К.В., Захарченко Л.А., Потапова-Синько Н.Ю. – Одеса : ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2012. – 256 с.
7. Князева О.А., Сергеева О.С. Підхід щодо вибору варіанту розвитку підприємства поштового зв'язку на ринку фінансових послуг // Збірник наукових праць. Економічні науки. Випуск 8. – Чернівці : Книги-XXI, 2012. – С. 56-64.
8. Літітанскас І.Ю. Світовий досвід та моделі інтеграції поштових підприємств з фінансовими установами / Науковий вісник Херсонського державного університету. – Випуск 7. – Херсон : ХДУ, 2014. – С. 90-95.
9. Материалы 25-го всемирного почтового конгресса «Дохинская почтовая стратегия на 2013–2016 г.». – ВПС. – Конгресс-Док 16. – 45 с.
10. Маркетинг поштового зв'язку / Н.О. Князева, С.Б. Горелкіна, В.П. Иванов, Л.В. Кузнецова. – К. : ТОВ «Аспект-Поліграф», 2003. – 264 с.
11. Ракель Феррари. Почтовый мир накануне конгресса / Ракель Феррари // Почтовая связь. Техника и технологии. – 2008. – № 7. – С. 4-6.
12. Сергеева О.С. Роль та планування та контролю над грошовими потоками банківських установ / О.С. Сергеева // Науковий вісник ОНЕУ. – 2013. – № 27(206). – С. 101-110.

Аннотация. Обоснована необходимость планирования развития Украинского государственного предприятия почтовой связи «Укрпочта» на рынке финансовых услуг. Учитывая указанное, требуется углубленное рассмотрение теории и практики развития как непосредственно почтовой связи, так и развития финансовых услуг предприятиями почтовой связи. Предложен подход к планированию развития предприятия почтовой связи на рынке финансовых услуг. Рассмотрен ряд совместных или взаимодополняющих факторов интеграции почтового предприятия с государственным банком АО «Ощадбанк». Приведен эффект от функционирования предприятия на рынке финансовых услуг.

Ключевые слова: планирование, рынок финансовых услуг, предприятие, банк, эффект.

Summary. It is substantiated the necessity of planning the development of Ukrainian State Enterprise of Posts «Ukrposhta» on the financial services market. Based on these facts, the theory and practice of development of postal services, both directly, and development of financial services enterprises of postal communication, is required an in-depth review. It is offered an approach to the planning of the development of post offices in the financial services market. It is reviewed a number of common or complementary factors of the integration of the postal enterprise with the Public Joint-Stock Company «State Savings Bank of Ukraine». It is exemplified an effect of the operation of the enterprise's functioning in the financial services market.

Key words: bank, effect, enterprise, financial services market, planning.