

СПЕЦИФІКА ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

Одним із елементів ефективного функціонування банку та забезпечення конкурентних переваг на ринку є дослідження рівня конкурентоспроможності банківських послуг. Сьогодні конкуренція на ринку фінансових послуг загострюється, банки вже частіше починають займати меншу частку ринку в порівнянні з іншими його учасниками. Оцінка рівня конкурентоспроможності послуг – це систематизований аналіз, який включає в себе не лише дослідження стану на певний проміжок часу, а й протягом всього життєвого циклу існування послуги. Сьогодні при дослідженні рівня конкурентоспроможності банківських послуг банки повинні враховувати:

- відсутність єдиних методичних розробок з оцінки конкурентоспроможності банківських послуг, адже кожен банк виробляє власні послуги, перелік якісних та кількісних характеристик яких є різним. Поряд з цим, дуже важко визначити пріоритетність характеристик, які необхідно враховувати при оцінці конкурентоспроможності банківських послуг;

- суб'єктивність оцінки рівня конкурентоспроможності (практично кожна методика використовує експертну, тобто залежну в певній мірі від суб'єкта, оцінку для визначення впливу окремих факторів). При цьому суб'єктивна оцінка не здійснює негативного впливу. З одного боку, використання досвіду експерта чи групи експертів в певній галузі дає змогу оцінити та в подальшому врахувати специфічні особливості, які неможливо визначити іншими методами. З іншого боку, найчастіше вартість використання експертного методу оцінки достатньо висока, і банки намагаються знизити собівартість процесів прогнозування за рахунок «зниження якості» експертної групи, що знижують об'єктивність розрахунків оцінки;

- специфічність банківських послуг. На сьогодні видозміна банківських послуг проводиться в найкоротші терміни і проведення оцінки конкурентного середовища стає набагато складнішим;

- мінливість та турбулентність конкурентного середовища. В після кризовий період в структурі конкурентного середовища відбулися зміни – значно підвищилась частка непрямих конкурентів, тобто страхових та інвестиційних компаній, недержавних пенсійних фондів та ін., які можуть задовольняти той самий набір потреб споживачів за рахунок товарів-субститутів;

- необхідність пошуку оптимуму в координатах «попит-пропозиція». При створенні нових банківських послуг банк має бути впевненим, що потреби покупців даних послуг та можливості банку будуть врівноважені.

Визначення рівня конкурентних переваг банківських послуг на певному сегменті ринку повинно враховувати (а не бути елементом) оцінки конкурентоспроможності банку, яка, в свою чергу, повинна давати додаткову інформацію для оцінки послуги, а не використовувати даний показник в своїх інтересах. При проведенні аналізу також необхідно враховувати результати, які

банк отримує від проведення маркетингових досліджень, які включають в себе дослідження: ринку за елементами конкурентного середовища, елементів конкурентного ціноутворення, елементів просування та стимулювання (підвищення рівня конкурентоспроможності) товару на ринок банківських послуг та ін.

Отже, підводячи підсумок, слід зазначити, що процес оцінки конкурентоспроможності банківських послуг повинен включати наступні елементи: визначення та оцінку потреб, які повинні задовольняти послуги, аналіз послуги (її життєвий цикл, основні кількісні та якісні характеристики, які можна змінювати зі зміною потреб споживача), системний аналіз ринку банківських послуг, рівень конкурентоспроможності банку (який прямо впливає на продукт), визначення системи контролю за визначеним процесом.

Леонов, С.В. Специфіка дослідження рівня конкурентоспроможності банківських послуг [Текст] / С.В. Леонов, М.Г. Олещук // Економіка та менеджмент: перспективи розвитку: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 18-20 травня 2011 р. / за заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.Ю. Троян. - Суми: СумДУ, 2011. - Т. 1. - С. 32-33.