



Оцінка рівня конкурентоспроможності банківських послуг

Марія Геннадіївна Олещук,

викладач-стажист кафедри банківської справи

ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України» (м. Суми),

аспірант

ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України» (м. Суми)

Анотація. Розглянуто сучасні підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності банківських послуг. Виокремлено сучасні проблеми, які виникають при дослідженні рівня конкурентоспроможності банківських послуг для банків. Запропоновано проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг залежно від суб'єктів використання та характеру операцій.

Ключові слова: конкурентоспроможність, банківські послуги, методи оцінювання.

Вступ. У сучасних умовах ринкової економіки банк одночасно виконує функції виробництва, розподілу і споживання банківських послуг. Тобто для отримання та завоювання ринкової ніші банку потрібно не лише звертати увагу на процеси розподілу власної продукції (як це роблять більшість банків), а й починати впроваджувати та розвивати інші, не менш значущі функції. Перш за все, слід звернути увагу на те, що ринок банківських послуг є динамічним, кількість і структура суб'єктів конкурентного середовища постійно змінюється і врахування цих змін дасть змогу банку отримати вигравні та пріоритетні можливості перед конкурентами. Оцінювання рівня конкурентоспроможності послуг – це систематизований аналіз, який включає в себе не лише дослідження стану на певний проміжок часу, а й протягом усього життєвого циклу існування послуги.

Вагомий внесок у розвиток методології формування та конкурентоспроможності послуг зробили такі зарубіжні дослідники, зокрема: А. Сміт, М. Портер, Д. Рікардо, Ф. Котлер, К. Сімпсон, Ж. Ламбен, Р. Фатхудінов та ін., а також українські вчені: С. М. Козьменко, О. В. Дзюблюк, А. С. Гальчинський, О. І. Лаврушин, Ю. М. Лисенков, Д. Г. Лук'яненко та ін. У той же час, незважаючи на значну кількість наукових розробок у зазначеній сфері, ця проблематика розглядається фрагментарно. Подальшого дослідження вимагає комплекс питань, пов'язаних із визначенням чіткої схеми оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг. Актуальність і теоретико-практична значимість визначеного кола питань зумовили вибір теми статті, її мети і завдань.

Постановка завдання. Мета статті – дослідження існуючих методик оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг і визначення ефективності їх використання для послуг українських банків.

Результат дослідження. Одним з 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. Сьогодні при дослідженні рівня конку-

рентоспроможності банківських послуг для банків виникають такі проблеми:

- відсутність єдиних методичних розробок з оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг, адже кожен банк виробляє власні послуги, перелік якісних і кількісних характеристик яких є різним. Поряд із цим, дуже важко визначити пріоритетність характеристик, які потрібно враховувати при оцінюванні конкурентоспроможності банківських послуг;
- суб'єктивність оцінки рівня конкурентоспроможності (практично кожна методика використовує експертну, тобто залежну певною мірою 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 у певній галузі дає змогу оцінити і в подальшому врахувати специфічні особливості, які неможливо визначити іншими методами. З іншого боку, найчастіше вартість використання експертного методу оцінювання достатньо висока, і банки намагаються знизити собівартість процесів прогнозування за рахунок «зниження якості» експертної групи, що знижує 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 і турбулентність конкурентного середовища. У післякризовий період у структурі конкурентного середовища відбулися зміни – значно підвищилася частка непрямих конкурентів, тобто страхових та інвестиційних компаній, недержавних пенсійних фондів та інших, 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 таких послуг і можливості банку будуть урівноважені.

На жаль, на сьогодні існує проблема низького рівня конкурентоспроможності банківських послуг і високого рівня конкуренції на ринку фінансових послуг, де банки вже частіше починають займати меншу

частку на ринку в порівнянні з іншими конкурентами (існуючими непрямыми та потенційними). У сучасній літературі існує велика кількість методів оцінювання конкурентоспроможності (рис. 1), які відрізняються залежно від підходів до розуміння об'єкта дослідження (табл. 1).

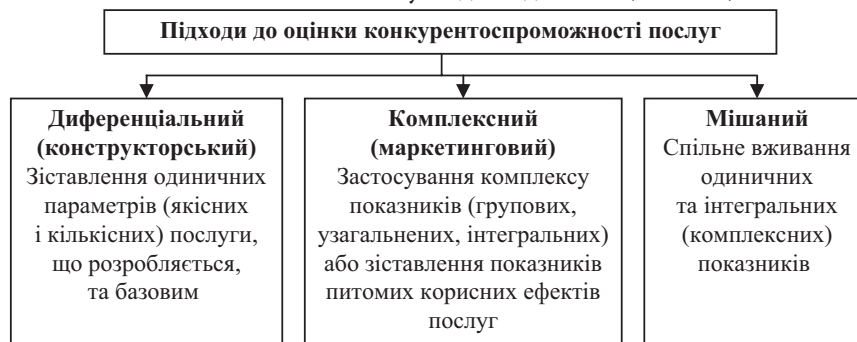


Рис. 1. Підходи до оцінювання конкурентоспроможності послуг [1]

Таблиця 1

Підходи до оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг

Автор	Назва підходу	Особливості	Позитивні сторони	Негативні сторони
Шевченко Л., Дубовик О.	Загальна оцінка конкурентоспроможності підприємства	В основі моделі закладено принцип: що вища конкурентоспроможність продукту, то вища конкурентоспроможність підприємства	Аналіз загальних факторів, які впливають на діяльність підприємства	За широкої номенклатури продукції процес оцінювання конкурентоспроможності певного продукту може мати похибку, оскільки загальні фактори найчастіше розраховуються в середньому для всіх видів продукції
Гарковенко С., Афанасьев М.	Оцінка конкурентоспроможності послуг	Показники конкурентоспроможності підприємства та продукції розраховуються без урахування один одного	Дослідження дає змогу відповісти на питання про автономність (незалежність) рівня конкурентоспроможності даного продукту від підприємства	Не враховується зв'язок між продуктом і підприємством (наприклад фактор іміджу підприємства)

Джерело. Складено за [2-5].

Диференціальний метод проводиться з метою оцінювання впливу одиничного параметра, що визнається заздалегідь, на загальний рівень конкурентоспроможності банківської послуги. До одиничних параметрів відносять: ціну, географічне розміщення банку, якість обслуговування та багато інших. Слід зазначити, цей метод має свої переваги перед двома іншими: по-перше, це відсутність складності в розрахунках, а по-друге – на базі отриманих результатів проводиться прогнозування рівня конкурентоспроможності банківських послуг за окремими параметрами на плановий період. Поряд з цим, недоліком цього підходу можна вважати те, що висновки здійснюються на основі порівняння з попередніми результатами, а отже, за відсутності аналітичних розрахунків за попередній період неможливо побудувати прогноз на запланований період.

Комплексний метод. Метод відрізняється від попереднього використанням методики оцінювання впливу групи показників. Найчастіше при використанні цього підходу для кожної групи створюються інтегральні показники і проводиться порівняльний аналіз впливу кожного окремо на рівень конкурентоспроможності банківських послуг. Таким чином, отриманий результат дає змогу зробити висновки щодо взаємозв'язку конкурентоспроможності та інтегрального показника, а також визначити стратегіч-

ні орієнтири підвищення рівня конкурентоспроможності банківської послуги. Недоліком підходу слід вважати можливість появи недостовірності результатів у зв'язку із суб'єктивністю (на етапі присвоєння питомої ваги показникам у відповідних групах) первинних даних.

Мішаний метод оцінювання оснований на поєднанні двох попередніх методів. При цьому першочергово використовується комплексний метод для виявлення потенційних проблем у розрізі аналізу. При ідентифікації взаємозв'язків між груповим показником і рівнем конкурентоспроможності банківських послуг проводиться аналіз впливу кожного окремого показника, що були віднесені до цієї групи. Недоліком методу слід вважати масштабність і довготерміновість розрахунків, що не завжди зручно для банку.

Слід зазначити, що конкурентоспроможність товару на різних сегментах споживчого ринку є абсолютно різною. Споживачі, які належать до певного сегмента, наприклад за різними рівнями доходів, мають різну структуру потреб, тому по-різному оцінюватимуть конкурентні переваги і недоліки товару.

Тому, на нашу думку, потрібно проводити розмежування методів оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг залежно від суб'єктів використання (рис. 2).



Рис. 2. Оцінювання рівня конкурентоспроможності банківських послуг залежно від суб'єктів використання та характеру операцій

Як видно з рис. 2, основним критерієм для юридичних осіб виступає ціна, оскільки для підприємства не є принциповим, де розташована найближча банківська установа чи на якому рівні здійснюється обслуговування. Якщо зробити припущення, що перелік банківських послуг є константою, то практично всі підприємства намагаються досягти мети: мінімізацію витрат і максимізацію прибутку. При цьому ціну можливо розглядати з двох позицій:

- як показник витрат, коли банківські послуги виступають як «сировина для виробництва», юридична особа намагається знайти найоптимальніші, за вигідною для себе ціною;
- як показник доходності, коли банківські послуги виступають як «стаття доходу».

Що стосується фізичних осіб, то, поряд із фактором ціни, потрібно виокремлювати такі параметри, які впливають на рівень конкурентоспроможності банківських послуг. До них відносять:

- *доступність*. На сьогодні велика кількість банківських послуг, які мають попит у населення, не завжди перебувають у діапазоні доступності (наприклад іпотечне кредитування);
- *місце розміщення банку*. Для фізичних осіб географічне розміщення банку має важливе значення і впливає на кінцеве рішення щодо придбання банківської послуги. У такому разі основними критеріями вибору місця «купівлі» виступає або територія поблизу місця роботи, або поблизу місця проживання;

- *часові межі надання банківських послуг*. Цей параметр має важливе значення при прийнятті рішення фізичною особою щодо вибору між конкурентоспроможними послугами різних банків. При цьому слід звернути увагу, що зниження часового проміжку щодо оформлення будь-якої банківської послуги може призвести до зниження якості самої послуги;
- *якість обслуговування*. На сьогодні цей параметр є одним із головних при прийнятті рішення щодо «купівлі» банківських послуг. При цьому слід звернути увагу, що обслуговування можна розділити на два види: первинне і поточне. Первинне обслуговування впливає на рішення щодо «купівлі» послугою, поточне – щодо довготривалості користування цією послугою;
- *можливість отримання додаткових послуг*. До основних додаткових (безкоштовних) послуг найчастіше відносять: консультування в розрізі ефективності користування обраною банківською послугою; повідомлення заздалегідь клієнтів щодо певних параметрів банківських послуг, якими вони користуються; повідомлення про банківські послуги, які з'являються в банківській установі, та ін.

Висновки. Визначення рівня конкурентних переваг банківських послуг на певному сегменті ринку повинно враховувати (а не бути елементом) оцінки конкурентоспроможності банку, яка, у свою чергу,



повинна давати додаткову інформацію для оцінювання послуги, а не використовувати цей показник у своїх інтересах. При проведенні аналізу також слід ураховувати результати, які банк отримує від проведення маркетингових досліджень, що включають у себе дослідження: ринку за елементами конкурентного середовища, елементів конкурентного ціноутворення, елементів просування і стимулювання (підвищення рівня конкурентоспроможності) товару на ринок банківських послуг та ін.

Отже, підсумовуючи, слід зазначити, що процес оцінювання конкурентоспроможності банківських послуг повинен включати такі елементи: визначення та оцінювання 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.

Список використаних джерел

1. Гринько Т. В. Комплексний метод оцінки конкурентоспроможності інноваційної продукції як конкурентної переваги / Т. В. Гринько // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5, т. 3. – С. 142–145.
2. Шевченко Л. С. Конкурентное управление : уч. пособие / Л. С. Шевченко. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с.
3. Дубовик О. В. Зміст маркетингових досліджень при інноваційній діяльності підприємства / О. В. Дубовик // Науковий вісник НЛУУ. – 2003. – Вип. 16.6. – С. 164–172.
4. Гарковенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гарковенко. – 4-те вид., перероб. і доп. – К. : Лібра, 2006. – 720 с.
5. Афанасьев М. В. Економічна діагностика : навч.-метод. посібник / М. В. Афанасьев, Г. В. Білоконенко. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 296 с.

Summary. The article discusses current approaches to assessing the competitiveness of banking services. Was outlined modern challenges that arise in case of researching the competitiveness of banking services for banks. Was proposed to assess the competitiveness of banking services based on the using subjects and nature of operations.

Keywords: competitiveness, banking, valuation methods.