

Мирошниченко А.В.,

*Государственное высшее учебное заведение «Украинская академия
банковского дела Национального банка Украины»*

Украина, Сумы

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВЕ ОБЩЕГО ИНДЕКСА КАЧЕСТВА

Особенную актуальность приобретает вопрос оценки конкурентоспособности банковских услуг в условиях финансового кризиса. Это предопределяет стратегическую ориентацию банков на сохранение ведущих позиций в конкурентной среде, а также сохранение и повышение своей конкурентоспособности.

Банковский продукт (услуга) – разнообразные действия на финансовом рынке, денежные операции, осуществляемые коммерческими банками за определенную плату по доверенности и в интересах своих клиентов.

Седых О.Е. рассматривает конкурентоспособность продуктового ряда банка как совокупность количественных и качественных признаков услуг финансового учреждения, которые создают определенную ценность для существующих или потенциальных клиентов и делают банковские продукты данного учреждения привлекательными.

Особенности современных банковских услуг заключаются в следующем:

- 1) банковские услуги, в основном, абстрактные и часто не имеют материальной субстанции;
- 2) предоставление банковских услуг связано с использованием денег в разнообразных формах и качествах (денежные средства предприятий, коммерческих банков, центрального банка, бухгалтерских записей и платежно-расчетных документов);
- 3) абстрактные банковские услуги приобретают конкретный характер на основе договорных отношений;
- 4) купля-продажа большинства банковских услуг характеризуется длительностью во времени.

Исследование конкурентоспособности товара может осуществляться с помощью следующих методов: дифференцированный, комплексный и смешанный. Дифференцированный метод заключается в использовании единичных параметров анализируемого товара. В целом этот метод позволяет констатировать факт конкурентоспособности анализируемой продукции при наличии недостатков или преимуществ по сравнению с конкурентами. Комплексный метод основан на использовании совокупности групповых, обобщенных, интегральных параметров. Смешанный метод основан на совместном использовании единичных и комплексных показателей. Также существуют и графические методы оценки конкурентоспособности товара.

Другой способ оценки конкурентоспособности товара или услуги связан с определением внутренней структуры двух основных параметров конкурентоспособности – цены (ценовые параметры) и качества (неценовые параметры). При оценке конкурентоспособности ценовые параметры характеризуются структурой полных расходов потребителя (цены потребления) по приобретению и пользованию услугой на протяжении срока использования и определяется свойствами услуги, условиями ее приобретения и потребления. При оценке второго параметра – неценового – возникают определенные трудности, поскольку их сложно оценить и сравнить. Распространенный подход к их оценке – экспертная оценка.

Рассмотрим метод расчета общего индекса качества (К) банковских услуг на основе опроса потребителей с помощью фокус-группы.

Расчет общего индекса качества состоит из нескольких этапов.

Первый этап. Выбирается 10 основных параметров, которые характеризуют услуги банков:

- внутренняя атмосфера банка;
- скорость оформления документов;
- внешний вид рабочего персонала;
- компетентность рабочего персонала;
- быстрое и качественное обслуживание;

- возможность получить полную информацию по интересующим вопросам;

- местонахождение банка;
- время работы банка;
- внешний вид здания банка;
- размер процентных ставок по кредитам.

Из этих параметров формируется классификационный ряд, по которым будет происходить оценка конкурентоспособности услуг.

Второй этап. Каждый параметр распределяется на уровни качества. Они представляют собой 5-ти бальную шкалу при шести уровнях, где «0» - очень плохо; «1» - плохо; «2» - неудовлетворительно; «3» - удовлетворительно; «4» - хорошо; «5» - отлично. Именно по этой шкале и происходит оценивание услуг.

Третий этап. Строится матрица-таблица «Параметры*Уровни» (10 * 6 = 60 ячеек) и по матрице оценивается уровень конкурентоспособности каждого из банков. А именно, каждый участник фокус-группы указывает свой порядковый номер на пересечении ячеек соответствующего параметра услуги и той оценки, которую он считает нужным присвоить данному банку.

Четвертый этап. Рассчитывается общий индекс качества К (как среднее арифметическое показателей качества), строится графическое изображение матрицы по каждому из банков.

Пятый этап. По итоговым показателям индекса качества К оценивается конкурентоспособность услуг в соответствии с интервалами:

- 5,00 – 4,51: очень высокая конкурентоспособность услуг;
- 4,50 – 3,51: высокая конкурентоспособность услуг;
- 3,50 – 2,51: средняя конкурентоспособность услуг;
- 2,50 – 1,51: низкая конкурентоспособность услуг;
- 1,50 – 0,00: отсутствие конкурентоспособности услуг.

Литература

1. Седих О.Є. Оцінка ефективності управління продуктами банку // Економічний простір. – 2009. – №22/1. – С. 176-184.