

УДК 336.71

Специфічні особливості проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб

Марія Геннадіївна ОЛЕЩУК,

викладач-стажист кафедри банківської справи ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ», аспірант

Динамічність ринку банківських послуг та загострення конкуренції на ньому змусили банки вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг. Більшість банків обирає стратегічні орієнтири роботи на ринку в залежності від суб'єктів використання: юридичні чи фізичні особи. Після наслідків світової фінансової кризи, з метою завоювання нових сегментів фінансового ринку, банки починають переорієнтовувати власну стратегію щодо роботи з фізичними особами, оскільки визначені напрямки роботи до кризи стали неефективними (в розрізі кредитної та депозитної політики). Створення нових послуг і підвищення конкурентоспроможності вже існуючих, суттєво залежить від кон'юнктури ринку банківських послуг. Тому актуальним питанням на сьогодні для банків стає проведення аналізу рівня конкурентоспроможності банківських послуг які надаються саме фізичним особам.

З метою оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб слід звернути увагу на наступне:

– по-перше, рівень конкурентоспроможності банківських послуг з боку фізичної особи можна визначити як встановлення відповідності потреб споживача та пропозиції банку. Фізична особа починає оцінку рівня конкурентоспроможності в тому випадку, коли запропонована банківська послуга вже існує на ринку і за більшістю параметрами підходить фізичній особі для майбутнього користування;

– ідентифікація параметрів прихованих потреб споживача здійснюється за рахунок аналізу ринку. Найчастіше виділяють кількісні та якісні фактори, які можуть вплинути на оцінку рівня конкурентоспроможності. До кількісних (цінових) відносять: тарифи

банку на виконання операції, тобто ті витрати, які клієнт несе за оформлення послуги; витрати часу клієнтом, тобто розрахунок втраченої виходи в грошовому еквіваленті. До якісних можна віднести: отримання моральної вигоди, яка задовольняє визначені заздалегідь потреби споживача; якість обслуговування, місце розміщення банку та ін.

Як бачимо, специфіка проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг залежить не лише від економічних факторів, а й від психологічних. У даному випадку процес оцінки ускладнюється необхідністю ідентифікації психологічних особливостей потенційних клієнтів та дослідження їх потреб. З метою привернення уваги до банківської послуги (а значить підвищення рівня конкурентоздатності її на ринку) можливе застосування наступних заходів:

- пошук оптимальних шляхів зниження собівартості банківської послуги та залучення більш дешевих ресурсів;

- пошук нових інноваційних послуг з метою задоволення потреб споживачів та завоювання певного сегменту на ринку фінансових послуг;

- надання додаткових послуг не безоплатній основі з метою отримання конкурентних переваг на ринку банківських послуг;

- в розрізі кредитування, виявлення «доброчесних позичальників» та встановлення для них сприятливих умов повернення кредитних виплат (наприклад, продовження термінів кредитування) з метою збереження майбутнє клієнтської бази;

- удосконалення технічної сторони проведення розрахунків і платежів з метою скорочення терміну надання банківських послуг.

Підводячи підсумок слід зазначити, що специфіка проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг полягає у складності ідентифікації факторів конкурентоспроможності та взаємозв'язок їх з психологічними особливостями клієнтів. В подальшому актуальним питанням стає апробація вже існуючих моделей оцінки рівня конкурентоспроможності та визначення методів підвищення рівня конкурентоздатності банківського продукту на ринку фінансових послуг.