

І.А. Аванесова, канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет

ЛІДЕРСТВО НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Відомо, що на відміну від конкуренції (від лат. *concurrentia* – змагання, суперництво), лідерство (від англ. *lead* – вести, керувати) – це здатність вести вперед. Лідер – фінансовий посередник, яким в першу чергу є банківська установа, – це юридична особа, яка здатна бути попереду на десять кроків від інших фінансових установ. Іти вперед для того, щоб інші особи (виконавці та замовники фінансових послуг) могли бачити позитивні наслідки вчинених дій лідером – фінансовим посередником на ринку фінансових послуг та наслідувати їх. Сформульовані автором десять кроків відповідають Посланню Президента України Віктора Ющенка до Верховної Ради України про внутрішнє і зовнішнє становище України від 16 травня 2008 року та обумовлені специфікою діяльності лідера-фінансового посередника, в результаті якої формується попит і пропозиція на фінансові послуги. Перші сім кроків визначають лідера – фінансового посередника який спроможний сповідувати людську гідність, цінності життя, національну єдність, соціальну справедливість, моральні цінності, безперервну освіту, репутацію. Останні три кроки є результатом попередніх та визначаються такими показниками, як захист родини для фізичної особи або інноваційний розвиток – допомога в розвитку для юридичної особи, збереження активів, прибуток.

Необхідно зазначити, що взаємодія виконавців та замовників фінансових послуг базується на трьох принципах: надійність виконавців фінансових послуг, задоволення потреб замовників фінансових послуг, захищеність прав виконавців та замовників фінансових послуг.

Оскільки фінансовими послугами автор вважає особливу споживчу вартість процесу діяльності фінансових посередників, яка належить до сфери нематеріального виробництва та призначена для задоволення потреб замовників фінансових послуг, лідер – фінансовий посередник повинен мати дві головні ознаки:

- 1) постійно формувати навички адекватної відповіді на потреби замовників фінансових послуг через моделювання та пропозицію таких послуг на фінансовому ринку;
- 2) володіти інструментарієм, що дозволяє використовувати фінансові послуги як один із засобів збільшення вартості та/або одержання додаткового доходу юридичними та фізичними особами – замовниками фінансових послуг.