

**А.С. Шпанко,**  
*Київський національний торговельно-економічний університет*

## **ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ**

Трансформація корпоративного управління вітчизняних суб'єктів господарювання до принципів функціонування в ринкових умовах розширює перелік економічних категорій, якими необхідно активно оперувати сучасним менеджерам. Серед нововведень – поняття “конкурентоспроможність”. Протягом останнього часу дана категорія активно досліджувалась як закордонними, так і вітчизняними науковцями, серед яких: Р.А. Фатхутдінов, Ю.Б. Іванов, Л.В. Балабанова, І.В. Смолін тощо.

Одним із результатів дослідження цих науковців стала класифікація конкурентоспроможності за рівнями: конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі, держави.

В нашому дослідженні увага буде зосереджена на найнижчому рівні – конкурентоспроможності товару. Причина полягає в тому, що, будучи базовим рівнем, конкурентоспроможність товару відіграє визначальну роль у формуванні конкурентоспроможності вищих рівнів, що вимагає правильного підходу до тлумачення сутності даної категорії.

Аналіз сучасних досліджень показує, що науковці в процесі дослідження конкурентоспроможності товару в основу ставили матеріальний продукт, і, відштовхуючись від цього, формували сутність поняття. Такий підхід обмежує визначення конкурентоспроможності товару, оскільки не враховує послуг як специфічного товару.

Таким чином, метою дослідження є виявлення сутності конкурентоспроможності послуги та характеристика особливостей даної категорії. Актуальність роботи полягає в тому, що у структурі суспільного виробництва поступово збільшується частка послуг, де одну з головних ролей відіграють фінансові послуги. В такому випадку лише знання особливостей сутності конкурентоспроможності послуг дозволить продуцентам фінансових послуг правильно будувати стратегії підвищення власної конкурентоспроможності.

Зважаючи на те, що конкурентоспроможність послуг є складовою конкурентоспроможності товару, загальне визначення поняття конкурентоспроможності товару характерне також для послуги, а саме: “конкурентоспроможність товару відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку”.

Особливості конкурентоспроможності послуги впливають із специфічних рис послуг, які виявляються в наступному: виробничий процес повністю збігається з процесом споживання, і на відміну від галузей матеріального виробництва, де продукт набуває конкретної товарної форми, послуга не виробляється про запас, основним елементом витрат з надання послуг є трудові ресурси. Вищевказані особливості змінюють акценти у

формуванні конкурентоспроможності послуг, де на перше місце потрапляють такі фактори, як кваліфікація та продуктивність праці співробітників суб'єкта господарювання, швидкість та якість обслуговування, комфортні умови процесу виробництва, оскільки він одночасно співпадає з процесом споживання. Врахування цих факторів у процесі діяльності дозволить суб'єктам фінансового ринку забезпечити високий рівень конкурентоспроможності пропонуванних послуг. Слід зазначити, що кожний фінансовий посередник повинен самостійно визначати механізми реалізації вказаних факторів, але без їх досягнення компанії не зможуть ефективно конкурувати на ринку фінансових послуг.