

О.В.Мірошниченко

ДВНЗ „Українська академія банківської справи НБУ”, м. Суми

## **БАНКІВСЬКІ ПОСЛУГИ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКУ**

Конкурентоспроможність комерційного банку можна розглядати на трьох рівнях: конкурентоспроможність банківської послуги, конкурентоспроможність банку в цілому та конкурентоспроможність банківського сектору економіки на фінансовому ринку в середині країни та за її межами. Дослідження конкурентоспроможності комерційного банку по відношенню до інших комерційних банків наразі є найбільш актуальним для нашої країни, оскільки небанківські організації слабо розвинуті та конкуренція між банківськими організаціями є більш жорсткою, ніж серед небанківських.

Ряд економістів розглядають конкурентоспроможність банку як його здатність забезпечувати кращу позицію у порівнянні з конкурентами, його володіння конкурентними перевагами. Таке визначення висуває на перший план конкурентоспроможність послуги.

Існує тісний взаємозв'язок між конкурентоспроможністю банку в цілому та конкурентоспроможністю банківських послуг, при цьому досить складно визначити первинність тієї чи іншої категорії.

Конкурентоспроможність послуги можна визначити у порівнянні з аналогічними за ступенем задоволення конкретних потреб та за ціною споживання. Конкурентоспроможною є та послуга, комплекс споживчих та вартісних властивостей якої забезпечує їй комерційний успіх.

Деякі автори дають таке визначення конкурентоспроможності товарів та послуг – узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний та трудовий потенціал [1]. З таким твердженням погодитись важко, оскільки дане визначення деталізує сутність поняття «конкурентоспроможність підприємства».

Й. Шумпетер розглядає конкурентоспроможність як постійні радикальні нововведення, які забезпечують здатність товару займати деяку ринкову нішу [2].

Деякі автори вбачають у конкурентоспроможності продукції не тільки високу якість та технологічний рівень, але й вміння маневрувати на ринку максимально, враховуючи потреби та можливості конкурентних груп споживачів [3].

Конкурентоспроможність товару – це сукупність характеристик продукту, які відрізняють його від продуктів-аналогів за ступенем задоволення конкретних потреб індивідуального споживача та за рівнем витрат на його купівлю та подальше використання, а також визначають відповідність товару вимогам ринку та можливість його збуту на конкретному ринку, яку можна визначити, порівнюючи конкурентні товари між собою [4].

Конкурентоспроможність банківської послуги – це сукупність її якісних та вартісних характеристик, які забезпечують задоволення конкретної потреби

покупця. Відповідно до теорії Маслоу банківські послуги задовольняють наступні потреби:

- 1) використання конкретної банківської послуги дозволяє споживачу задовольнити потреби як фізіологічні, так і духовні;
- 2) банківська послуга повинна задовольняти потреби споживачів у безпеці користування послугою, вкладанні власних коштів;
- 3) банківська послуга повинна відображатись у соціальній потребі відчуття духовної близькості, що являє собою відповідальність банку за якість послуг, які надаються, та збереження наданих йому грошових коштів;
- 4) банківська послуга формує потребу у самоствердженні, визнанні статусу;
- 5) банківська послуга відображає стиль життя, показує найвищий за класифікацією вид потреби у самоствердженні, саморозвитку та самореалізації, приналежність до певного стилю життя [5].

На конкурентоспроможність банківської послуги впливає два чинника конкурентоспроможності – ціна та якість. Останнім часом актуальності набуває питання управління неціновим фактором конкурентоспроможності послуги – управління якістю. Критерії якості банківської послуги можна розглядати з двох позицій: з точки зору клієнта та з точки зору самого банку.

З точки зору клієнта до критеріїв якості банківської послуги можна віднести: швидкість обслуговування, терміновість здійснення операцій, наявність помилок та неточностей, тривалість операційного часу в банку, репутація та імідж банку, кваліфікованість персоналу банку, дотримання банківської таємниці, культура обслуговування, інфраструктура, яка забезпечує та супроводжує надання послуги, доступність та комплексність банківських послуг. Рівень якості банківської послуги зазвичай клієнти зіставляють з тарифами банку на послуги.

З точки зору самого банку на якість банківської послуги впливають: швидкість внутрішніх робочих процесів, рівень мотивації персоналу, продуктивність праці, ступінь ризику, раціональність витрачання часу на обслуговування, рівень програмного забезпечення. Для підвищення конкурентоспроможності банку варто враховувати обидві групи критеріїв якості банківської послуги.

#### *Література*

1. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: методологические исследования и оценки. – Харьков, 1996. – 118 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс – 1982. - 456 с.
3. Должанський І.Ж., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства. – К.: Центр навчальної літератури, 2006 – 384 с.
4. Економічний словник-довідник: За ред. д.е.н., проф.. С.В.Мочерного. – К.: Феміна, 1995
5. Маслоу А.Г. Мотивация и личность/ Пер. с англ. А.М. Татлыбаевой. – СПб: Евразия, 1999 – 203 с.