

УДК 336.717

М. Г. Олещук

Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», м. Суми

ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

***Анотація.** У статті розглянуто специфічні особливості проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб. Представлено існуючі методи оцінки конкурентоспроможності послуг в залежності від різних класифікаційних ознак. Запропоновано заходи щодо оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб.*

The article describe specific features to assess the competitiveness of banking services for individuals. The existing methods for evaluating the competitiveness of services in case of different classification attributes was presented. The other offered some measures to assess the competitiveness of banking services for individuals.

Ключові слова: конкурентоспроможність, банківські послуги, методи оцінки, класифікація методів.

Постановка проблеми. 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 та 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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг розглядається в наукових працях багатьох закордонних авторів, зокрема: А. Сміт, М. Портер, Д. Рікардо, Ф. Котлер, К. Сімпсон, Р. Фатхудінов та ін., а також українськими вченими: С. М. Козьменком, О. В. Дзюблюком, А. С. Гальчинським, О. І. Лаврушиним, Ю. М. Лисенковим, Д. Г. Лук'яненком та ін. Але поряд з цим, подальшого дослідження вимагає ряд питань щодо визначення специфіки оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб на українському ринку, розвиток існуючих моделей та визначення можливостей їх застосування. Актуальність і теоретико-практична значущість визначеного кола питань обумовили вибір теми статті, її мети та завдань.

Постановка завдання. Дослідження існуючих методик оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб та визначення можливостей їх застосування для банківських послуг українських банків.

Викладк основного матеріалу. Методи оцінки конкурентоспроможності відрізняються в залежності від підходів до розумінні об'єкту дослідження. Деякі автори [1, 2] вважають, що процес оцінки конкурентоспроможності послуг є вбудованим елементом загальної оцінки конкурентоспроможності організації, яка його створює та реалізує. Даний підхід має свої переваги, оскільки методика передбачає аналіз загальних факторів, які впливають на діяльність підприємства. Слід зазначити, що він базується на судженні про те, що конкурентоспроможність підприємства тим вище, чим вище конкурентоспроможність його продукції.

Для визначення конкурентоспроможності продукції використовуються різні маркетингові та статистичні методи, в основі більшості яких лежить пошук співвідношення ціна-якість. На нашу думку, даний підхід має певні недоліки: в разі якщо підприємство має дуже широку номенклатуру продукції, процес оцінки конкурентоспроможності певного продукту може мати похибку, оскільки загальні фактори найчастіше розраховуються в середньому для всіх видів продукції.

Інша група авторів [3, 4] стверджують, що оцінка конкурентоспроможності продукту повинна проводитись самостійно, і показник конкурентоспроможності підприємства розраховується без врахування продукту. На нашу думку, даний підхід до процесу оцінки не враховує певні особливості, які сформовані нижче:

- процес оцінки конкурентоспроможності підприємства дає змогу відповісти на питання «чи співпадає підприємство зі своїми пропозиціями умовам ринку?». В той же час, при дослідженні конкурентоспроможності продукту увага має бути сконцентрована на питанні «чи є сенс підприємству реалізувати даний товар?»;

- продукт є результатом діяльності підприємства, за допомогою якого він намагається отримати вигоди. В цьому випадку характеристики товару повинні задовольняти не лише вимоги споживачів, а й потреби підприємства. Тому відокремлення оцінки продукту від оцінки підприємства може повести за собою отримання розбіжних кінцевих результатів.

На нашу думку, використовуючи даний підхід до оцінки конкурентоспроможності продукту, слід враховувати комбінацію даних методів. Визначення рівня конкурентних переваг продукту, на певному сегменті ринку, повинно враховувати (а не бути елементом) оцінку конкурентоспроможності підприємства, яка в свою чергу повинна давати додаткову інформацію для оцінки продукту, а не використовувати даний показник в своїх інтересах. Поряд з цим, до кола розгляду доцільно включити ще один елемент, а саме «оцінку маркетингової діяльності». Одним із обов'язкових етапів оцінки маркетингової діяльності є оцінка конкурентоспроможності підприємства та продукту. Тому необхідно враховувати ті дані, які будуть отримані від оцінки. На рисунку 1 представлено взаємозв'язок визначених елементів, які пояснюються наступним чином:

- виділений елемент вважаємо за «комплексну оцінку конкурентоспроможності продукту»;
- кожен з елементів системи повинен враховувати останні, з метою комплексної оцінки;
- кожна з оцінок повинна використовувати отримані дані від інших елементів системи.

Поряд з даною класифікацією на рис. 1 представлено існуючі методи оцінки конкурентоспроможності послуг в залежності від різних класифікаційних ознак. Всі запропоновані методики можна використовувати з метою визначення рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб на різних етапах алгоритму роботи.

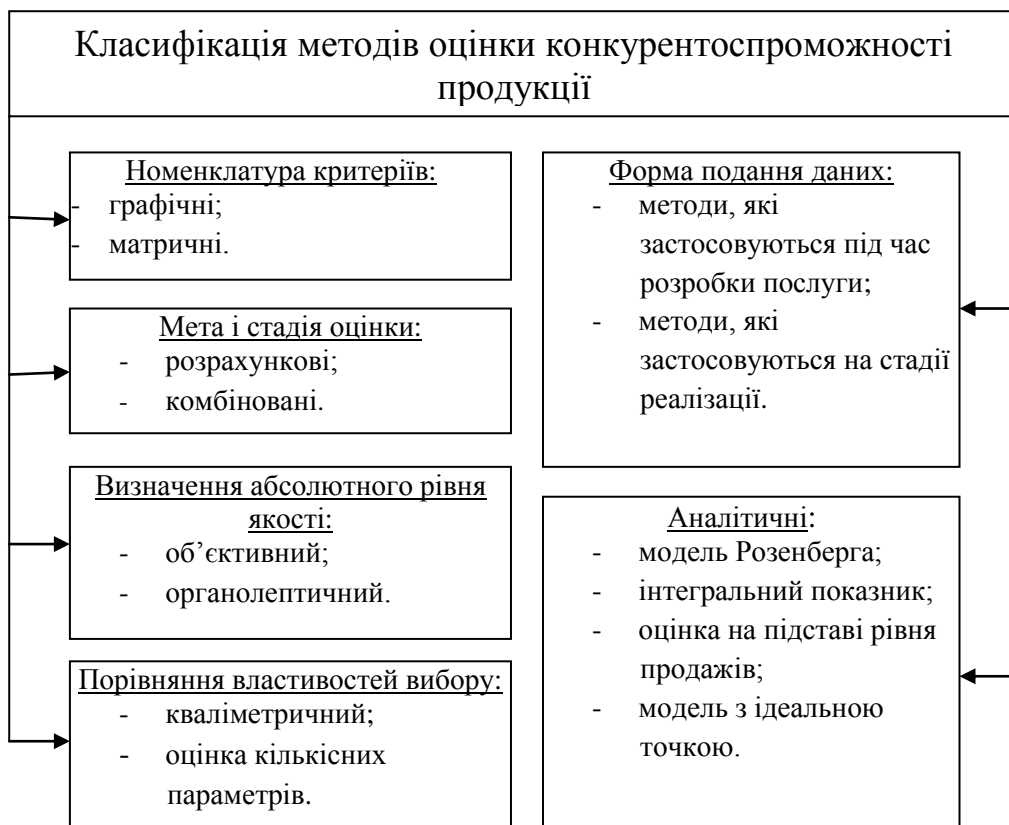
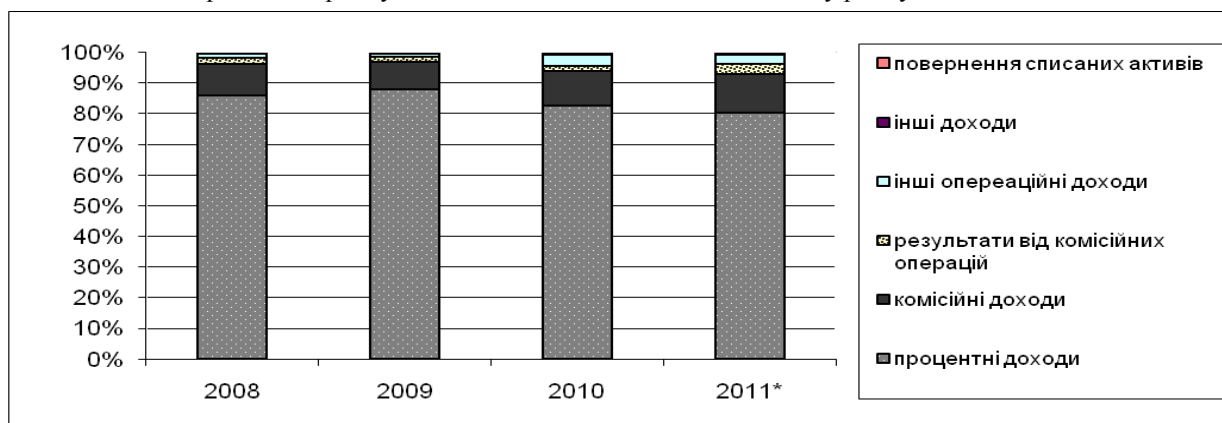


Рис. 1 – Класифікації методів оцінки конкурентоспроможності продукції [1. 4]

На сьогоднішній день банки надають широкий спектр послуг який динамічно трансформується у зв'язку з постійною зміною попиту на ринку та конкурентного середовища. В цілому, як видно з рис. 2, структура доходів банків України за останні роки значно не змінюється і близько 80 % всіх доходів належать до групи процентних доходів. Що стосується внутрішнього наповнення кожної з окремих статей, то визначені орієнтири постійно змінюються із виокремлення пріоритетності роботи з юридичними чи фізичними особами дає змогу зробити висновок про цільове призначення банку. В більшості випадків банки намагаються знайти власний баланс для роботи на ринку з метою завоювання певного сегменту ринку.



* – Структура доходів банків України за станом на 01.09.2011

Рис. 2 – Структура доходів банків України з 2008 по 2011 рр., % [5]

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.

Висновки. Як бачимо, специфіка проведення оцінки рівня конкурентоспроможності банківських послуг залежить не лише від економічних факторів, а й від психологічних. В дану 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 «добросесних позичальників» та встановлення для них сприятливих умов повернення кредитних виплат (наприклад, продовження термінів кредитування) з метою збереження майбутнє клієнтської бази;

– вдосконалення 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.

Література

1. Шевченко, Л. С. Конкурентное управление [Текст] : уч. Пособие / Л. С. Шевченко. – Х. : Эспада, 2004. – 520 с.
2. Дубовик, О. В. Зміст маркетингових досліджень при інноваційній діяльності підприємства [Текст] / О. В. Дубовик // Науковий вісник НЛУУ. – 2003. – Вип. 16.6 – С. 164-172
3. Гарковенко, С. С. Маркетинг [Текст] : підручник. / С. С. Гарковенко. – 4-те вид., перероб. і доп. – К. : Лібра, 2006. – 720 с.
4. Афанасьев, М. В. Економічна діагностика [Текст] : навчально-методичний посібник / М. В. Афанасьев, Г. В. Білоконенко. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 296 с.
5. Доходи та витрати банків з 2008-2011 рр. [Електронний ресурс] / Банківський нагляд Національного банку України. – Режим доступу : http://bank.gov.ua/Publication/bank_sup.htm

Олещук, М. Г. Оцінка рівня конкурентоспроможності банківських послуг для фізичних осіб [Текст] / М. Г. Олещук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т. 4. – С. 131-134.