

УДК 334.7.009.12:336.71.009.6(477)

Рибінцев В. О., Головань О. О.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ФІЗИЧНИМ ОСОБАМ

Запропоновано методика оцінки конкурентоспроможності банківських послуг з погляду клієнтів-фізичних осіб на основі розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності, що враховує індекси якісних та вартісних показників.

Ключові слова: банківські послуги, конкурентоспроможність, якісні показники, вартісні показники, ваговий коефіцієнт, інтегральний показник конкурентоспроможності.

Предложена методика оценки конкурентоспособности банковских услуг с точки зрения клиентов-физических лиц на основе расчета интегрального показателя конкурентоспособности, учитывающего индексы качественных и стоимостных показателей.

Ключевые слова: банковские услуги, конкурентоспособность, качественные показатели, стоимостные показатели, весовой коэффициент, интегральный показатель конкурентоспособности.

There has been developed the method of evaluating bank services' competitive ability from their clients' the point of view on the estimating basis of their competitive ability's integral value using quality and value indexes.

Key words: *bank services, competitive ability, quality indicators, price indicators, weight coefficient, competitive ability's integral value.*

Постановка проблеми. Підвищення рівня конкурентоспроможності банків, оптимізація їх функціонування та елементарне виживання в ринковому середовищі є фундаментальною проблемою сучасної економіки. Від її вирішення багато в чому залежить якість відтворювальних процесів, прибутковість банків, їх адаптація до ринкових умов і подальше економічне зростання. Проблема забезпечення конкурентоспроможності українських банків гостро постала під час світової фінансової кризи. Вітчизняні банки стикаються з великими труднощами, що ускладнюються також нестабільністю у фінансовій системі країни. Ключем виходу з кризи, як показує досвід багатьох країн світу, є саме забезпечення та управління конкурентоспроможністю банківських послуг.

Посилений вплив на український ринок зарубіжних банків під час переходу країни до ринкових відносин виявив вузькість вітчизняного асортименту банківських послуг і продуктів, неефективність використовуваних технологій, а також ряд проблем, які пов'язані з якістю і безпекою пропонованих банківських послуг і продуктів. Тому питання надання технологічних та доступних послуг клієнтам у банківському секторі є одним з основних і безпосередньо пов'язано з необхідністю підвищення рівня конкурентоспроможності банківських послуг та створення конкурентних переваг.

Для досягнення і збереження конкурентоспроможності банків необхідний механізм управління, що включає організацію та проведення комплексу заходів щодо збереження конкурентного положення. Одним з елементів такого механізму є оцінка конкурентоспроможності, що спрямована на виявлення факторів, які сприяють оптимізації діяльності банків.

Аналіз літератури. Теоретичні та практичні аспекти конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів з різним ступенем повноти розглядалися в працях Н. К. Мойсєєвої, Р. А. Фатхутдінова, Н. Д. Еріашвілі, А. Ю. Юданова та ін. Розробка методики оцінки конкурентоспроможності банківської організації багато в чому залежить від диференційованого підходу до адекватного аналізу всіх без винятку напрямків її діяльності. Детальний аналіз банківської діяльності дозволяє виділити наступні фактори, що мають вирішальний вплив на ефективність роботи і конкурентоспроможність банку: достатність капіталу; загальний рейтинг по надійності; економія, обумовлена зростанням масштабу виробництва; економія, обумовлена широким профілем послуг; експертиза ринку, галузі та

продукції; репутація; запозичення на міжнародному ринку капіталу; стратегічні цілі банку.

У багатьох методиках, які пропонуються вітчизняними та зарубіжними вченими, для визначення конкурентоспроможності банків використовується зважена сума експертних оцінок внутрішнього середовища банку (критерії якості активів і пасивів, достатності капіталу, прибутковості і рентабельності діяльності, іміджу банку, конкурентоспроможності банківських послуг та ін.) та зовнішнього середовища (критерії динаміки стану населення, реального сектора економіки, результати державного регулювання тощо) [1–4]. На відміну від цих методик, ми оцінюємо конкурентоспроможність банківських послуг з погляду клієнтів-фізичних осіб, які часто не є експертами, професіоналами у банківській сфері.

Метою статті є розробка методики оцінки конкурентоспроможності банківських послуг на основі розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності банківських послуг, що надаються фізичним особам.

Виклад основного матеріалу. Дана методика оцінки конкурентоспроможності банківських послуг враховує як якісні, так і вартісні показники якості банківських послуг та дозволяє визначити оцінку привабливості банку для потенційних клієнтів-фізичних осіб. Етапи визначення інтегрального показника конкурентоспроможності банківських послуг за запропонованою нами методикою наведено на рис. 1.

Методика передбачає шість етапів для визначення інтегрального показника конкурентоспроможності банківських послуг. Перевагою методики є те, що вона дозволяє порівнювати банки як за загальним рівнем конкурентоспроможності надаваних банківських послуг, так і за окремими показниками. На основі отриманих оцінок можна будувати карту конкурентних переваг для наочного позиціонування банків-конкурентів.

Етап 1. *Формування вибірки банків-конкурентів.*

Етап 2. *Вибір показників, які характеризують якість банківських послуг.* Всі показники банківських послуг можна поділити на якісні та вартісні.

До якісних показників банківських послуг відносять (2а):

1) надійність та репутація банку; цей показник включає такі характеристики:

- гарантія виплат;
- досвід роботи на ринку банківських послуг;
- положення в рейтингах;

- відгуки клієнтів банку (відгуки клієнтів дозволяють зробити висновки про обслуговування в банку, ще не ставши його безпосереднім клієнтом. Найчастіше вони мають велике значення для прийняття рішення про початок відношень з банком);
 - підтримка ЗМІ (позитивні чи негативні відгуки);
- 2) якість та зручність обслуговування; цей комплексний показник включає наступні характеристики:
- режим роботи банку: дні та години роботи (зручні для клієнтів);
 - кількість відділень у місті;
 - кількість операторів у відділенні (має бути достатньою, щоб не створювати величезні черги та обслуговувати максимальну кількість клієнтів);
 - наявність терміналів самообслуговування (термінал самообслуговування дозволяє скористатися широким спектром банківських послуг без черг, він являє собою автономний комп'ютеризований високотехнологічний апа-

- ратно-програмний комплекс, який має досить широку функціональність – термінал дає можливість клієнтам отримати якісне та оперативне банківське обслуговування без звернення до операційного співробітника банку);
- кількість банкоматів;
 - робота персоналу з клієнтом (уважне ставлення до кожного клієнта);
- 3) набір банківських продуктів і послуг; якщо раніше банк пропонував вкладникам і позичальникам стандартний набір банківських продуктів, то сьогодні він повинен розробляти нові види послуг, які спеціально адресовані конкретним групам клієнтів – крупним корпоративним фірмам, дрібним підприємствам, окремим категоріям фізичних осіб (студентам, молодим сімейним парам, пенсіонерам) тощо;
- 4) інформаційна підтримка банківських послуг (попередні консультації та розрахунки можливості надання кредитів, продажі банківських послуг, призначення зустрічей у відділеннях, інформаційна підтримка клієнтів банку через «гарячі лінії» банку або Call-центри та ін.).



Рис. 1. Етапи оцінки конкурентоспроможності банківських послуг.

Вибір вартісних показників банківських послуг (2б). Вартісні показники – це показники, що характеризують економічні явища у вартісному (грошовому) вираженні і які визначаються за

допомогою цін (наприклад, відсоткові ставки по депозитам у національній та іноземній валюті, кредитам, середній розмір комісії за надання послуг тощо).

Етап 3а. Розрахунок коефіцієнтів значущості для якісних показників.

Етап 3б. Розрахунок коефіцієнтів значущості для вартісних показників. Коефіцієнти значущості w_i – це числові коефіцієнти, параметри, що відображають значущість, відносно важливість, «вагу» даного чинника, показника у порівнянні з іншими чинниками, що впливають на конкурентоспроможність банківських послуг.

Сума коефіцієнтів значущості дорівнює 1:

$$\left(\sum_i w_i = 1\right).$$

Для розрахунку коефіцієнтів значущості можна використовувати матрицю попарних порівнянь. Так, для якісних показників вона може набути наступного вигляду (табл. 1).

Таблиця 1.

Матриця попарних порівнянь якісних показників.

Показники	Надійність та репутація банку	Якість та зручність обслуговування	Набір банківських продуктів та послуг	Інформаційна підтримка	Сума
Надійність та репутація банку	–	1	2	2	5
Якість та зручність обслуговування	1	–	2	2	5
Набір банківських продуктів та послуг	0	0	–	1	1
Інформаційна підтримка	0	0	1	–	1

В табл. 1 на перетині рядків та стовпців відповідних показників виставляємо оцінки за принципом:

- а) показник 1 < показник 2 \Rightarrow 0;
- б) показник 1 = показник 2 \Rightarrow 1;
- в) показник 1 > показник 2 \Rightarrow 2.

Позначення <, =, > означають, відповідно, «менш важливий», «рівноважливий» та «більш важливий».

Таким чином, можна отримати оцінки для показників:

- надійність та репутація – 5,
- якість обслуговування – 5,
- набір банківських продуктів та послуг – 1,
- інформаційна підтримка – 1.

Отримані оцінки переводяться у частки від 1, що є стандартним значенням для визначення значущості критерію у загальному процесі:

- надійність та репутація $w_1 = 5/12 = 0,42$;
- якість обслуговування $w_2 = 5/12 = 0,42$;
- набір банківських продуктів та послуг $w_3 = 1/12 = 0,08$;
- інформаційна підтримка $w_4 = 1/12 = 0,08$.

Етап 4а. Визначення індексу якісних показників. Індекс якісних показників визначається за формулою:

$$I_{\text{якісн. показн.}} = \sum_{i=1}^4 w_i \cdot Q_i, \quad (1)$$

де w_i – відповідні коефіцієнти значущості якісних показників;

Q_i – відповідне середнє значення якісного показника.

Етап 4б. Визначення індексу вартісних показників. Індекс вартісних показників визначається за формулою:

$$I_{\text{вартісн. показн.}} = \sum_{i=1}^4 w'_i \cdot C_i, \quad (2)$$

де w'_i – відповідні коефіцієнти значущості вартісних показників;

C_i – відповідне середнє значення вартісного показника.

Для розрахунку середніх значень відповідних якісних показників на попередніх етапах можна використовувати стандартні оцінки на шкалі бажаності (табл. 2).

Таблиця 2.

Оцінки якості та відповідні їм стандартні оцінки на шкалі бажаності.

Оцінка якості	Відмітки на шкалі бажаності	
	Діапазон	Середнє значення
Відмінно	Більше 0,950	0,975
Дуже добре	0,875–0,950	0,913
Добре	0,690–0,875	0,782
Задовільно	0,367–0,690	0,530
Погано	0,066–0,367	0,285
Дуже погано	0,0007–0,066	0,033

Використання функції бажаності дозволяє перевести експертні оцінки якісних показників

у кількісні в інтервалі від 0 до 1.

Етап 5. Побудова карти конкурентних пе-

преваг. Отримана під час попередніх кроків згрупована інформація про конкурентів дає можливість побудувати конкурентну карту ринку. По осі x відзначаються індекси вартісних показників, по осі y – індекси якісних. Карта дозволяє визначити позицію для кожного банку за показниками «якість/вартість» та побачити, які переваги мають конкуруючі банки.

Етап 6. *Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності банківських послуг.* Інтегральні показники обчислюються для всіх банків-конкурентів, що увійшли до вибірки, за формулою:

$$K = \alpha_1 \cdot I_{\text{якісн.показн.}} + \alpha_2 \cdot I_{\text{вартісн.показн.}} \quad (3)$$

В формулі (3) параметри α_1 і α_2 є коефіцієнтами значущості якісних та вартісних показників відповідно. Оскільки експертним шляхом було визначено, що для українських споживачів більш важливою є ціна надання послуг, то коефіцієнт значущості для якісних показників становить 0,4; а для вартісних – 0,6. Таким чином, формула (3) набуває вигляду:

$$K = 0,4 \cdot I_{\text{якісн.показн.}} + 0,6 \cdot I_{\text{вартісн.показн.}} \quad (4)$$

Розрахувавши за формулою (4) інтегральні показники для всіх банків-конкурентів, можна визначити найбільш конкурентоспроможний банк з погляду фізичних осіб ($K \rightarrow \max$).

Висновки.

1. В роботі запропоновано методику визначення конкурентоспроможності банківських послуг з погляду клієнтів-фізичних осіб на основі розрахунку інтегрального показника конкурен-

тоспроможності банківських послуг.

2. За допомогою запропонованої методики можна визначити конкурентні переваги окремих банків у наданні банківських послуг фізичним особам; побудувати карту конкурентних переваг, яка дозволяє визначити позицію банку по відношенню до банків-конкурентів.

3. Методика визначення конкурентоспроможності банківських послуг дає можливість отримувати значення інтегрального показника конкурентоспроможності банківських послуг, варіюючи значення вхідних якісних та вартісних показників: наприклад, визначити як зміниться інтегральний показник конкурентоспроможності банківських послуг відповідного банку після покращення деяких якісних або вартісних показників.

ЛІТЕРАТУРА

1. IBM: конкурентоспособность банка = гибкий бизнес – модели + грамотное управление рисками [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.plusworld.ru/journal/page173_1485.php.
2. Уткин Э. А. Инновационный менеджмент [Електронний ресурс] / Э. А. Уткин, Н. И. Морозова, Г. И. Морозова. – Режим доступу : <http://bibliotekar.ru/biznes-37/index.htm>.
3. Бачалов А. Г. Банковская конкуренция / А. Г. Бачалов, Г. О. Самойлов. – М. : Экзамен, 2002. – 256 с.
4. Тулембаева А. Н. Банковский маркетинг. Завоевание рынка / А. Н. Тулембаева. – Алматы : Триумф «Т», 2007. – 448 с.