

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ

Банківська система України, незважаючи на труднощі, обумовлені політичною ситуацією у державі, посилення нестабільності валютного та фінансового ринків, протягом останніх років розвивалася динамічніше, ніж інші сегменти економіки. На нашу думку, для того ж, щоб прискорити реалізацію інноваційних трансформацій в діяльності комерційних банків, необхідно забезпечити, перш за все, певний рівень його конкурентоспроможності, що, відповідно, полегшить залучення нових джерел фінансування розробки інновацій, які надалі, в свою чергу, сприятимуть її зміцненню. Крім того, конкурентоспроможній банківській установі легше швидко впровадити інновації та отримати від них віддачу.

Звертаючись до визначення змісту конкурентоспроможності (от лат. сопсиго – зіткнення, змагання), слід відмітити, що викликають інтерес наступні трактування цього поняття:

– здатність конкурувати на ринках певних товарів і послуг, забезпечуючи комбінацію їх ціни і якості [1, с. 225];

– здатність витримувати конкуренцію й протистояти конкурентам [1, с. 525];

– здатність до досягнення власних цілей організації в умовах протидії конкурентів і задоволення потреб споживачів через пропозицію на ринку товарів, кращих, ніж у конкурентів [2, с. 304];

– здатність використовувати свої сильні сторони й концентрувати свої зусилля в тій сфері проведення товарів або послуг, де можна зайняти позиції лідера на внутрішніх і зовнішніх ринках [3, с. 62];

– можливість і динаміка пристосування до умов ринкової конкуренції [3, с. 72].

Отже, конкурентоспроможність банківської установи – це і здатність дивитися в перспективу, це і перехід до оцінки банку за ринковою, справедливою вартістю. Тобто досягнення конкурентоспроможності – це перехід на кращі лекала управління й функціонування, оцінки бізнесу банку та рівня його ризиків [5, с. 280].

На нашу думку, під оцінюванням рівня конкурентоспроможності банківських послуг, необхідно розуміти механізм визначення явних та потенційних конкурентів на ринку банківських послуг за кожним видом послуг, які банк пропонує або може запропонувати споживачу. Враховуючи специфіку українського ринку банківських послуг, надалі пропонуємо зосередити увагу саме на кредитних послугах, зважаючи на їх домінуючу роль у структурі послуг. Основною метою механізму оцінювання конкурентоспроможності є об'єктивне зіставлення конкурентних рівнів витрат, які споживач понесе при купівлі банківських послуг в різних банках. Даний процес повинен здійснюватися залежно від потреб банку на етапі планування асортиментної та цінової стратегії банку.

Для визначення основних параметрів виявлення конкурентних переваг окремої банківської послуги, порівняно з конкурентними, на нашу думку, ключовим фактором, який впливає на кінцевий результат прийняття рішення щодо придбання конкретної банківської послуги, є його ціна [6]. Клієнт намагається мінімізувати власні витрати у випадку, коли банківська послуга виступає ресурсом, і максимізувати – у випадку отримання доходу.

Ми вважаємо, що надалі приведені параметри є вирішальними у становленні рівня конкурентоспроможності кредитних послуг банку.

Вартість кредиту для клієнта має важливе значення, оскільки наразі рівень доходів середньостатистичного українця знаходиться за межами середнього. Кожен намагається економити, тому шукає для себе найбільш оптимальний, у нашому випадку найбільш дешевий варіант.

Запровадження системи знижок впливає з попереднього твердження, оскільки дана умова допомагає українцям заощадити частину грошей, що у подальшому майбутньому сприятиме тому, що клієнт звернеться до банку повторно. Перейдемо до якості обслуговування.

Час – дуже важлива одиниця виміру на сьогодні. Не дарма кажуть: «Час – гроші». Це саме та валюта, яка є безцінною для кожного з нас. Тож заощадження часу – пріоритетний напрям розвитку для багатьох фінансових установ.

Оформлення кредиту в режимі онлайн саме і допомагає заощаджувати час клієнта, оскільки зараз майже кожен користується послугами у мережі Інтернет. Це допомагає виконати певні необхідні операції не виходячи із свого дому.

Стосовно якості кредитних послуг. Як відомо, для того, щоб зберегти свого клієнта йому необхідно пропонувати послуги високої якості. Та, звичайно, надавати йому право обирати дані послуги. Тому розширення кредитного асортименту впливатиме на рішення майбутнього клієнта фінансової установи.

Можливість оформлення кредитних канікул не можна випускати в огляду. Кредитні канікули – відстрочка платежу по кредиту для позичальників, що опинилися в складній життєвій ситуації.

На даний момент особи, що звертаються до банку з питанням про кредит, не завжди можуть виплатити його одразу. В повсякденному житті можуть виникнути передбачає складні ситуації, коли особа не може розрахуватися за власними зобов'язаннями.

Звичайно, кредит стає не на перше місце у черзі потреб. А навпаки, віддаляється далі. Тобто виплати кредиту – це проблема для клієнтів. У такому випадку було б доцільно отримати кредитні канікули. Оскільки за певний час клієнти можуть вирішити свої проблеми, та надалі виплачувати кредит без перешкод.

Тож, банк, а саме його кредитні послуги будуть залишатися конкурентоспроможними, тільки якщо приділяти даному питанню достатньо уваги, тобто звернути уваги саме на ці три пункти, наведені вище.

Конкурентоспроможність банку є показником, що характеризує ефективність його роботи. Саме тому доцільним є моніторинг даного показника та впровадження у випадку його зменшення певних заходів з приводу підвищення ефективності роботи банку.

Список використаних джерел:

1. Осадчая И.М. Экономика. Толковый словарь / И.М.. Осадчая. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 356 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с
3. Качалина Л.Н. Конкурентоспособный менеджмент / Л.Н. Качалина. – М.: Эксмо, 2006. – 464 с.
4. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции конкурентоспособности в научных исследованиях / А.И. Коваленко // Теоретическая конкуренция. – 2013. – № 6. – С. 72 – 82.
5. Медведєв М.В. Сутність конкурентоспроможності банку / М.В. Медведєв // Управління розвитком. – 2013. – №12. – С. 38–39.
6. Коломиец И.В. Модели оценки конкурентоспособности банка / И.В. Коломиец // Управління розвитком. – 2012. – № 19 (140). – С. 52–54.