

УДК 338.138; 336.7 (476.5)

АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ В Г. ВИТЕБСКЕ

А.А. Мартусевич, О.В. Шакалисова, О.Н. Жучкевич

УО «Витебский государственный технологический университет»

Целью исследования явилось изучение рынка банковских услуг и выявление основных факторов их выбора с учетом предпочтений населения. Опрос жителей г. Витебска (233 человека) показал, что большая часть опрошенных (52%) отмечает недостаточное развитие рынка банковских услуг в нашем городе. При этом среди основных недостатков сложившейся банковской системы потребители выделяют следующие: слишком большое количество банков, многие из которых неизвестны; ненадежность банков; недостаток информации, низкий уровень рекламы; сложность в ориентации между различными предложениями.

По результатам опроса был определен рейтинг банков г. Витебска, который представлен на рисунке 1.

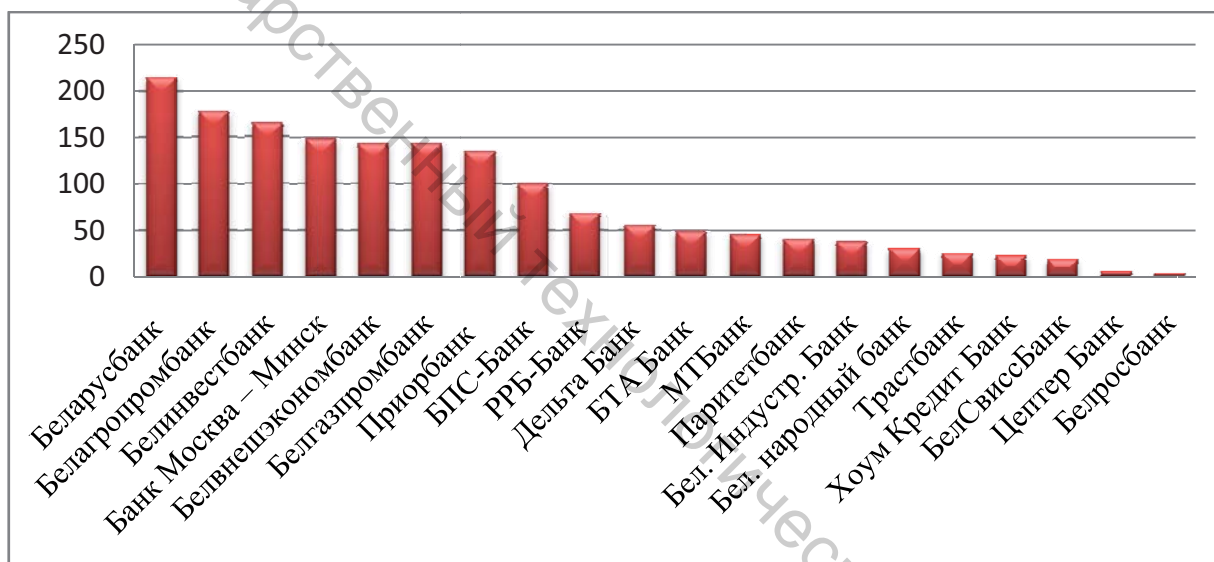


Рисунок 1 – Рейтинг банков г. Витебска (по количеству голосов)

Лидерами среди банков, по мнению потребителей, являются: ОАО «Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белинвестбанк», ОАО «Банк Москва-Минск», ОАО «Белвнешэкономбанк», ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «Приорбанк» и ОАО «БПС – банк».

Более точная оценка ситуации предполагает расчет и анализ следующих показателей:

- показателя известности марки (рассчитывается как доля респондентов, спонтанно назвавших банк в числе трех первых);
- индекса покупательских предпочтений (рассчитывается как доля клиентов, использующих услуги, предоставляемые данным банком).

В целях сравнительного анализа эффективности маркетинговых коммуникаций банков была построена карта связи уровня известности банков и использования их услуг. Карта делится на четыре квадранта линиями, проведенными по средним значениям уровня известности и уровня потребительских

предпочтений (для удобства на карту нанесены только те банки, для которых уровень известности составляет более 1%).



Рисунок 2 – Карта связи уровня известности банков и использования их услуг

По рисунку 2 возможна следующая интерпретация квадрантов:

1.Квадрант «Эффективные». Банк имеет относительно высокий уровень известности и высокий уровень продаж. Это характерно для ОАО «Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белинвестбанк». Маркетинговая политика таких банков является достаточно эффективной.

2.Квадрант «Сверхэффективные». Банк, попавший в данный квадрант, имеет относительно невысокий уровень известности и высокий уровень продаж. Маркетинговая политика банка относительно конкурентов очень эффективная. В г.Витебске в данный квадрант не попадает ни один банк.

3.Квадрант «Экономные». Эта характеристика применима для ОАО «Банк Москва-Минск», ОАО «Белвнешэкономбанк», ОАО «Белгазпромбанк», ОАО «Приорбанк» и ОАО «БПС – банк». Данные банки имеют относительно невысокий уровень известности и невысокий уровень продаж. Эффективность маркетинговой деятельности банков неопределенная.

4.Квадрант «Транжиры». Банк, попавший в данный квадрант, имеет относительно высокий уровень известности и невысокий уровень продаж. Маркетинговая политика банка относительно конкурентов неэффективна. В г. Витебске в данный квадрант не попадает ни один банк.

Таким образом, банковская конкуренция в г. Витебске развита недостаточно: имеют место явные лидеры, среди которых ОАО «Беларусбанк», ОАО «Белагропромбанк», ОАО «Белинвестбанк» и др. По результатам опроса на эти 3 банка приходится 76% опрошенных жителей города, пользующихся их услугами. В то же время наличие на рынке разнообразных субъектов банковских услуг значительно расширяет сферу банковского обслуживания.