

УДК 658.012.32.011.1

ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ПРИ РОЗРОБЦІ ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ

**Брунько Д.О, студентка 5-го курсу,
спеціальність «банківська справа»,
ДВНЗ «УАБС НБУ»**

Національного банку України»

Науковий керівник: Криклій О.А.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри банківської справи ДВНЗ «УАБС НБУ»

Депозитні ресурси вважаються одним із найпопулярніших та найважливіших інвестиційних інструментів, роль та значення яких посилюється з кожним роком. Ринок депозитів посідав і буде посідати важливе місце як механізм перетворення заощаджень в інвестиції. Зважаючи на це, банки повинні ретельно підходити до питання формування депозитної політики, що є важливим та необхідним фактором формування їх ресурсної бази.

З метою розробки ефективної депозитної політики та формування механізмів її реалізації кожному банку необхідно враховувати зміни в зовнішньому середовищі та проводити ретельний аналіз достатності асортименту та якості депозитних послуг, визначати головні конкурентні переваги найкращих банків або банків-лідерів, що можливо при використанні такого інструменту, як бенчмаркінг.

Питання, що стосується депозитних послуг та депозитної політики в тих чи інших аспектах, розглядаються багатьма науковцями, серед яких можна виділити В. Кириленко, О. Дмитрієву, Т. Коробчук, А. Єпіфанова, О. Бартош, О. Лаврушина, І. Мельникова та інших. Дослідженням бенчмаркінгу займаються такі науковці, як Г. Ватсон, Ф. Котлер, Л. Балабанова, О. Щегельська та інші.

Незважаючи на значні напрацювання в сфері розробки депозитної політики банку, недостатньо дослідженими залишаються питання використання бенчмаркінгу для визначення й адаптації наявних ефективних технологій діяльності банків-лідерів на ринку депозитних послуг з метою підвищення конкурентоспроможності банку.

Депозитна політика – це заходи банку, пов’язані з розробкою та впровадженням депозитних послуг, залученням вкладників та подальшим управлінням депозитними ресурсами, що формують ресурсне забезпечення активних операцій банку. Дане визначення охоплює основні дії банку при здійсненні його депозитної діяльності та вказує на можливість подальшого використання ресурсів.

На формування депозитної політики банку впливає загальний розвиток фінансової системи в цілому та банківської системи, зокрема. Як свідчить проведений аналіз, у загальній структурі активів фінансового ринку України вагома частка належить банкам, тому саме вони конкурують за тимчасово вільні кошти суб’єктів господарювання та фізичних осіб. Відповідно, при розробці депозитної політики повинні обов’язково враховуватись параметри конкуренції на ринку депозитних послуг, зокрема сильні сторони банків-лідерів та головних банків-конкурентів.

Інструментом, що надасть можливість покращувати показники діяльності банку на ринку депозитних послуг та бути кращим за конкурентів, є бенчмаркінг, основні підходи до розуміння якого наведені в таблиці 1.

Таблиця 1 – Підходи до визначення бенчмаркінгу

Автор	Визначення бенчмаркінгу
Г. Ватсон [1]	процес систематичного й безперервного виміру: оцінка процесів підприємства і їхнє порівняння із процесами підприємств лідерів у світі з метою одержання інформації, корисної для вдосконалення власної діяльності.
Ф. Котлер [2]	процес порівняння товарів і бізнес-процесів компанії з товарами та процесами конкурентів чи провідних компаній інших галузей для пошуку шляхів підвищення якості цих товарів і ефективності роботи компанії.

Л. Балабанова [3]	мистецтво виявлення того, що інші роблять краще нас, вивчення, удосконалення та застосування методів роботи інших організацій
О. Щегельська [4]	безупинний, систематичний пошук, вивчення кращої практики конкурентів і підприємств із суміжних галузей, а також постійне порівняння бажаних змін і результатів бізнесу із створеною еталонною моделлю власної організації бізнесу.

Узагальнюючи зазначене вище в контексті теми дослідження, зазначимо, що бенчмаркінг – це управлінський механізм, що дозволяє проводити ретельний аналіз та співставлення бізнес-процесів депозитної діяльності та депозитних продуктів банків-лідерів й конкурентів з параметрами банку-розробника депозитної політики, та адаптації отриманих результатів з метою підвищення його конкурентоспроможності на ринку депозитних послуг.

За результатами проведеного дослідження нами визначено наявність різних видів бенчмаркінгу, які доцільно класифікувати за такими ознаками, як: середовище, об'єкт й суб'єкт проведення, рівні цілей та часові критерії, цільова орієнтація.

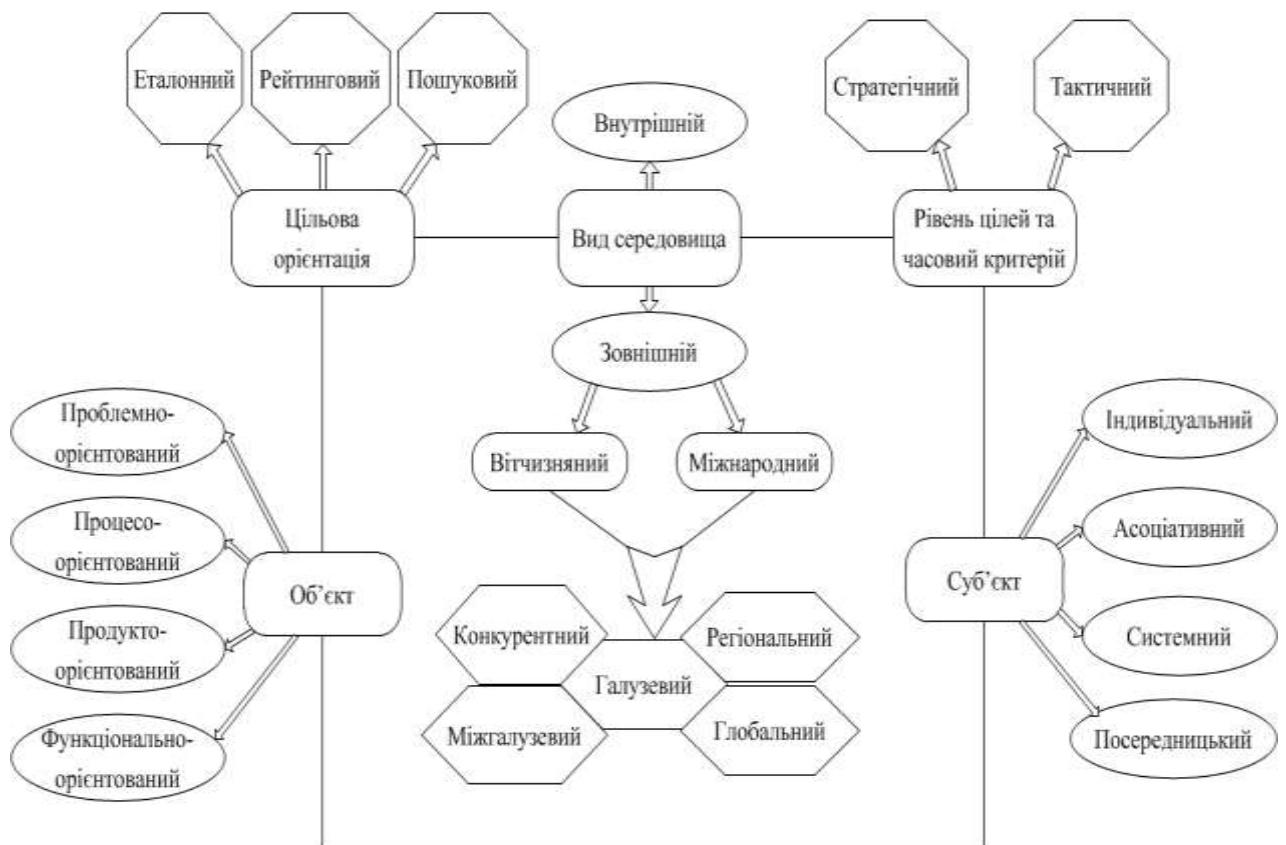


Рисунок 1 – Види бенчмаркінгу

Види бенчмаркінгу, що, на нашу думку, доцільно використовувати в процесі розробки депозитної політики банку, представлені на рисунку 2.



Рисунок 2 – Використання видів бенчмаркінгу при розробці депозитної політики банку

Під час визначення мети й завдань депозитної політики банку доцільно застосовувати стратегічний та тактичний бенчмаркінг. Це обумовлюється тим, що банк повинен обрати й обґрунтувати всі варіанти свого розвитку на основі чітко сформованої мети та детального переліку завдань. Застосовуючи стратегічний бенчмаркінг, банк зможе відштовхуватись від стратегій залучення ресурсів депозитного походження банків-конкурентів й лідерів, визначити можливі альтернативи щодо ведення депозитної діяльності та рішень, що стосуються змін у цільовій підсистемі. Для цього банк повинен виділити кращі досягнення та оцінити подальші альтернативні зміни мети чи завдань банків-конкурентів або успішних банків.

При цьому також доцільно використати тактичний бенчмаркінг, бо це допоможе деталізовано проаналізувати необхідну інформацію та більш повно обґрунтувати завдання депозитної політики.

При визначенні оптимального асортименту депозитних продуктів, на нашу думку, доцільним є використання конкурентного, глобального та проблемноорієнтованого бенчмаркінгу. Застосування конкурентного б дозволить банку проаналізувати найбільш вдалий асортимент свого головного конкурента та проаналізувати ті депозитні продукти, які мають найбільший попит серед споживачів. Для результативного проведення цього виду бенчмаркінгу банк повинен вивчити й зробити аналіз щодо депозитних продуктів конкурентів через інформаційні огляди, проекти, звіти, статистичні довідки. На основі отриманій інформації можна розробити оптимальний асортимент депозитних продуктів з коригуванням на специфіку діяльності банку. Глобальний бенчмаркінг дозволить банку розробити депозитні продукти не тільки на основі досвіду головного конкурента, але й тих банків, що домоглися кращих результатів в даному сегменті ринку банківських послуг. Також банку доцільно застосувати проблемноорієнтований бенчмаркінг, що дозволить розглянути депозитні продукти, реалізація яких призвела до виникнення певних проблем та недоліків, або не дала очікуваних результатів щодо залучення ресурсів.

При визначенні цільового призначення депозитних продуктів та їх переваг для клієнтів і банку доцільно використати внутрішній та продуктоорієнтований бенчмаркінг. Перший вид варто застосовувати для депозитного продукту, що на даний момент займає ліdersькі позиції, вивчити його сильні та слабкі сторони та розробити такий депозитний ряд, реалізація якого буде сприяти вирішенню довгострокових цілей банку на ринку депозитних послуг. Продуктоорієнтований бенчмаркінг забезпечить удосконалення асортиментного рядку банку шляхом вивчення депозитних продуктів конкурентів або передових банків, що мають високі якісні та кількісні характеристики, та адаптації їх у своїй діяльності.

У ході формування та реалізації цінової політики на ринку депозитних послуг доречно використовувати еталонний бенчмаркінг, що передбачає використання еталонних критеріїв, на основі яких менеджери банку можуть більш коректно охарактеризувати принципи та підходи цінової політики, встановити конкурентоспроможні ціни на депозитні продукти, при цьому знизивши витрати, обрати інший або удосконалити існуючий тип депозитної політики.

При формуванні основних методів та каналів збуту депозитних продуктів важливим є визначення методів мотивації клієнтів, для чого ми вважаємо за доцільне запропонувати процесоорієнтований бенчмаркінг. Завдяки використанню цього виду бенчмаркінгу банк може ґрунтуватись не лише на аналізі процесів банків, а також й інших фінансових інститутів (ломбардів, кредитних спілок, страхових компаній тощо). Тобто банк може удосконалити нецінові методи управління щодо залучення депозитів.

При визначенні заходів залучення персоналу, їх функцій та певних підрозділів, що здійснюють управління залученням ресурсів банку з депозитних джерел, доцільно використовувати функціональноорієнтований бенчмаркінг. Завдяки його використанню банк може проаналізувати найкращі методи залучення персоналу, певні технології щодо підвищення їх кваліфікації та розробити функції працівників і підрозділів на основі найкращого досвіду.

Для оптимізації витрат, пов'язаних з виготовленням та реалізацією депозитних продуктів банку, а також проведенням усіх маркетингових розробок та впровадженням нових депозитних продуктів банку доречно використовувати конкурентний бенчмаркінг.

Крім зазначених вище, банку доцільно індивідуальний бенчмаркінг, тобто банк сам проводить даний метод управління або асоціативний, тобто банки можуть об'єднатись з метою обміну та вивчення досвіду.

Отже, бенчмаркінг в системі управління залученням ресурсів банку з депозитних джерел – це управлінський механізм, що дозволяє проводити ретельний аналіз та співставлення бізнес-процесів депозитної діяльності та депозитних продуктів банків-лідерів й конкурентів з параметрами банку-

розробника депозитної політики, та адаптації отриманих результатів з метою підвищення його конкурентоспроможності на ринку депозитних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Watson, G. Strategic Benchmarking: How to Rate your Company's Performance Against the World's Best [Текст] / G. Watson // Practices. – New York: John Wiley, 1993.- p. 270
2. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент[Текст] : учебное пособие / Ф. Котлер, К. Келлер. – СПб. : Питер, 2009. – 816 с.
3. Балабанова Л. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга [Текст] : монографія / Л.Балабанова, А. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2004. – 147 с. – ISBN 966-7634-58-2.
4. Довгань Л. Конкурентоспроможність підприємств [Текст] : монографія / Л. Довгань – К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2004.- 144с. - ISBN 966-622-160-8.

Аннотация.

Брунько Д.А. Использование бенчмаркинга при разработке депозитной политики банка.

В статье рассматривается сущность бенчмаркинга и доказано, что его использование при разработке депозитной политики банка позволит повысить конкурентоспособность депозитных услуг. Обосновано использование соответствующих видов бенчмаркинга при разработке депозитной политики банка.

Ключевые слова: банк, депозитная политика банка, бенчмаркинг, меморандум депозитной политики банка.

Summary

Brunko D.O. The usage of benchmarking in the developing of bank deposit policy

In the article the essence of benchmarking is considered and it is proved that its use in the development of bank deposit policy will improve the competitiveness of deposit services. The usage of appropriate types of benchmarking in the development of bank deposit policy is substantiated.

Key words: bank, deposit policy, benchmarking, memorandum of deposit policy.
