

УДК 336.71:336.77

**О.О. Босенко, студент 4 курсу**

**Науковий керівник – Н.Г. Євченко, канд. економ. наук, доцент**

*ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»*

### **УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ**

### **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕПОЗИТНИХ ПРОДУКТІВ БАНКУ**

Наявність великої кількості банків-конкурентів, що пропонують однотипні продукти за відсутності привілеїв і штучних бар'єрів, зумовлює надзвичайно високий рівень конкуренції. В умовах високої конкуренції на ринку депозитних ресурсів і банківських послуг, рівень якої поступово зростає, перед банками постійно постають питання пошуку нових шляхів збільшення доходів та зменшення витрат, розширення традиційних та впровадження нових банківських послуг та продуктів, встановлення конкурентних цін на них.

Система управління залученням депозитних ресурсів банку в таких умовах повинна бути:

- стійкою до впливу зовнішніх та внутрішніх факторів;
- гнучкою, тобто здатною адаптуватися до різних ситуацій;
- цілеспрямованою, що передбачає розробку цілей та визначення їх досягнення;
- надійною, що дозволяє їй функціонувати постійно;
- економічною, тобто система має враховувати варіант отримання максимально бажаного результату за мінімальних витрат.

На основі проведеного дослідження, можна дійти висновку, що сьогодні банки України потребують удосконалення оперативного рівня управління залученням депозитних ресурсів, обов'язковою складовою якого є оцінка конкурентоспроможності депозитних продуктів.

За результатами проведеного дослідження вважаємо за доцільне для оцінки конкурентоспроможності депозитного продукту застосовувати комбінований метод, за яким використовується частина параметрів, розрахованих диференціальним методом, й частина параметрів, розрахована комплексним методом.

Методика оцінки конкурентоспроможності депозитного продукту має включати часткові, групові та інтегральні показники.

В якості групових показників пропонуємо враховувати:

- Цінові характеристики депозитного продукту;
- Продуктовий асортимент;
- Якість обслуговування;
- Умови обслуговування;
- Інформаційне забезпечення.

Як часткові показники визначено:

- базову ціну депозитного продукту
- широту асортименту (кількість запропонованих груп депозитних продуктів); глибина асортименту (кількість позицій для конкретного виду депозитних продуктів);
- новизну асортименту (кількість інноваційних депозитних продуктів у загальному асортименті);
- час обслуговування; час, необхідний для проведення розрахунків; заходи, прийняті для усунення затрат часу
- зручність місця розташування точки продажу; віддаленість від зупинок громадського транспорту; наявність місць для паркування;

– наявність інформації про діяльність точки продажу (час обслуговування, місцезнаходження регіональних підрозділів, банкоматів, ідентифікація підрозділів і працівників, що обслуговують клієнтів);

Основним фактором, який визначає конкурентоспроможність депозитних продуктів є їх якість. Оцінка якості депозитних продуктів є досить складним завданням, оскільки безпосередня участь клієнта в процесі придбання дає можливість говорити не про якість як спектр певних об'єктивних характеристик, що відповідають визначеним стандартам, а про якість у сприйнятті клієнтом депозитних продуктів, що реалізується за двома головними напрямками:

- що саме клієнт отримує від депозитного продукту (технічний аспект якості);
- як саме клієнт отримує депозитний продукт (функціональний аспект якості).

Для визначення технологічного аспекту якості пропонуємо досліджувати продуктивний асортимент банку. З метою визначення функціонального аспекту якості пропонуємо досліджувати якість обслуговування клієнта в банку (як процес) та умови обслуговування клієнта в банку (характеристики місця обслуговування).

Необхідно врахувати, що перелік параметрів оцінки конкурентоспроможності депозитного продукту має бути гнучким та адекватним, щоб враховувати особливості кожного депозитного продукту.

У результаті виділення параметрів конкурентоспроможності депозитного продукту визначаються часткові, групові та інтегральний показник конкурентоспроможності депозитного продукту.

Інтегральний показник конкурентоспроможності депозитного продукту дозволяє порівняти продукти з конкурентами за економічними, технічними та функціональними параметрами. Чим вище значення інтегрального показника конкурентоспроможності депозитного продукту, тим більш конкурентоспроможним буде депозитний продукт.

Результати визначення часткових та групових показників конкурентоспроможності депозитного продукту можуть використовуватися в банку для проведення такого методу оцінки якості депозитних послуг, як: «таємний покупець» (Mystery Shopping). «Таємний покупець» або Mystery Shopping – це формалізований та узаконений метод маркетингової розвідки. Здійснюється за ініціативою керівництва банку. Одна з цілей таємного покупця: показати керівництву як в дійсності виконують свої обов'язки співробітники банку, що прямо впливає на якість надання банківських послуг, а отже – на конкурентоспроможність банківських продуктів, зокрема депозитних.

Окрім цього, виділення часткових та групових показників можуть бути використані для розробки спеціальної форми стандарту якості депозитного продукту.

Можна провести оцінку конкурентоспроможності депозитного продукту за допомогою побудови «багатокутника» конкурентоспроможності. Графічний метод оцінки конкурентоспроможності депозитних продуктів є простим та наочним, що є головною його перевагою, проте неможливість встановлення значення узагальненого критерію конкурентоспроможності і її рівня є головним його недоліком.

#### Бібліографічний список:

1. Дребот Н.П. Сутність конкурентоспроможності та оцінка конкурентної позиції банку на ринку депозитних послуг [Текст] / Н.П. Дребот // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2009 – № 2 – С. 94-99.
2. Крухмаль О.В. Депозитна стратегія як фактор підвищення конкурентоспроможності банків в умовах фінансової кризи / О.В. Крухмаль, Н.Г. Євченко, О.В. Мірошніченко // Економічний простір. – 2010. – № 33 – С. 168-178.