

УДК 38.5:336.71

Павленко Л. Д.  
УАБС

## ВРАХУВАННЯ ЯКОСТІ ПРИ ВСТАНОВЛЕННІ ЦІНИ НА БАНКІВСЬКІ ПРОДУКТИ

Складність і багатоплановість проблем формування ціни на банківські продукти обумовлені широким спектром питань, пов'язаних із специфікою діяльності банків, як фінансових посередників в умовах глобалізації. В більшості праць науковців розглядаються або окремі методи ціноутворення і формування якості банківських продуктів (послуг), або проблеми реалізації маркетингового підходу в банках, але немає таких, де реалізується комплексний підхід, що дозволяє формувати ціни на продукти (послуги) банку в умовах маркетингового підходу та з урахуванням їх якості.

У різні історичні періоди поняття якості постійно змінюється та удосконалюється. Існує декілька концепцій якості.

1. Якість - відповідність стандарту. Визначає якість як продукт, який діє відповідно до намірів банківських установ.

2. Якість - відповідність застосуванню є засобом гарантування задоволення потреб ринку.

Спрямована на реальні потреби або бажання клієнта, а не лише на стандарти, встановлені банком.

3. Якість - відповідність вартості. Відповідність вартості означає високу якість і низьку ціну. Ці дві вимоги є найбільш універсальними фактично для всіх споживачів продуктів і послуг. Однак слабе місце залишається. При високій якості і низькій ціні рентабельність дуже падає, і конкуренція стає сильнішою.

4. Якість - відповідність прихованим потребам. Означає задоволення потреб споживача раніше ніж він їх усвідомлює. Якщо банк зможе знайти приховані потреби фінансового ринку, то він на якийсь час матиме краще положення. Банк зможе встановити вищу ціну, що безперечно буде більш вигідно.

Відповідно до цих концепцій змінювалося і визначення поняття "якість", під якою пропонується розуміти сукупність властивостей об'єкта, що виявляються в процесі його використання за призначенням. Це визначення значно відрізняється від інших тим, що в ньому якість - це тільки те, що проявляється об'єктом при його використанні за призначенням. Воно пов'язане з поняттям корисності і має як об'єктивну, так і суб'єктивну частину в значенні цього слова.

Поняття якості продукту з позицій його відповідності вимогам споживача склалося саме в умовах ринкової економіки. Для того, щоб міркувати про якість продукту, недостатньо лише даних про його властивості. Разом з тим не можна розглядати якість ізольовано з позицій виробника і споживача. Якість з боку виробника повинна забезпечувати функціональність продукту, його відповідність цільовому призначенню. Якість з боку споживача - це оцінка продукту на ступінь задоволення потреб.

Таким чином, теорія формування ціни з урахуванням якості враховує особливості ціноутворення на банківські продукти в умовах глобалізації.