

А. А. Ашурбекова,

ДВНЗ “Українська академія банківської справи НБУ”

ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В ДЕПОЗИТНІЙ ПОЛІТИЦІ БАНКУ

Глобалізація економіки, сучасні реалії розвитку банківської системи, зокрема жорстка конкуренція між банківськими установами, вимагають якісно нових підходів до управління залученими ресурсами.

Оскільки депозитна політика банку є основою управління залученням депозитних ресурсів, то доцільно за даних економічних умов застосовувати новітні інструменти аналізу депозитної політики для виходу на якісно новий конкурентний рівень.

Бенчмаркінг депозитної політики – це, по-перше, порівняння своїх депозитних показників з показниками інших банків: конкурентами й організаціями-лідерами і, по-друге, вивчення й застосування успішного досвіду розробки та впровадження депозитної політики інших у себе в банку.

Основну увагу бенчмаркінг приділяє проблемам дослідження причини того, як інші банки працюють більш ефективно. Основний зміст та мета бенчмаркінгу депозитної політики полягають в ідентифікації відмінностей з порівнюваним аналогом (еталоном), визначення причин цих відмінностей та виявлення можливостей щодо вдосконалення об'єктів бенчмаркінгу. Об'єктами бенчмаркінгу при аналізі депозитної політики можуть бути мета та інструменти її реалізації.

Сформовані теорія й практика розглядають типи бенчмаркінгу залежно від об'єкта порівняння й від того, що порівнюється. Кращі результати виходять у комбінації загального бенчмаркінгу, у якому беруть участь підприємства з інших галузей, і бенчмаркінгу процесу, при цьому розглядаються доречність та цінність дослідження.

При кожному етапі розробки депозитної політики можна застосувати окремий вид бенчмаркінг, який здійснюватиме ефективний вплив на кожен окремо взятий етап.

Застосування бенчмаркінгу в антикризовому управлінні депозитною політикою дозволяє визначити такі переваги методу:

- створення конкурентної переваги за рахунок використання постулату “не копіюйте, а створюйте”. Банку не слід копіювати депозитну політику, прийняті іншими банками, оскільки вони можуть не відповідати її діловому середовищу, продукції, ринку або культурі. А дає можливість обрати певні інструменти, які покращать депозитну політику даного банку;
- рішення і підходи реалізації депозитної політики мають бути спрямовані у майбутнє;
- об'єктом для еталонного зіставлення мають бути показники, що корелюють з ключовими чинниками успіху в конкурентній боротьбі;
- бенчмаркінг – це процес, що приносить користь, але він вимагає правильного застосування.

Бенчмаркінг не повинен розглядатись тільки як інструмент для збору інформації. Адже якщо в ньому задіяна значна кількість кваліфікованих співробітників банку, тоді вдається одержати велику кількість корисних пропозицій, використання яких може змінити не тільки тактичні, але і стратегічні установки. Отже, бенчмаркінг сприяє формуванню іншого стилю роботи, нової стимулюючої і конкурентної внутрішньо-банківської культури ведення бізнесу.

Ашурбекова, А.А Використання бенчмаркінгу в депозитній політиці банку / А.А.Ашурбекова // Міжнародна банківська конкуренція: теорія і практика: зб. тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції (24-25 травня 2012 р.): у 2 т. – Суми: УАБС НБУ, 2012.– Т.2.– С.11–12.