

УДК 339.137.2:336.71(477)

М.Г. Олещук, аспірант

Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», м. Суми, Україна

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕЦІНОВИХ КРИТЕРІЇВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕПОЗИТНИХ ПОСЛУГ ФІЗИЧНИМ ОСОБАМ В УКРАЇНІ

У статті запропоновано науково-методичний підхід до застосування функції корисності при формалізації якісних параметрів конкурентоспроможності депозитних послуг для фізичних осіб в Україні. Виділено якісні критерії, які впливають на рівень конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб. Запропоновано алгоритм побудови багатомірної функції корисності депозитної банківської послуги для споживача-фізичної особи. Представлено результати досліджень щодо побудови одномірної функції корисності та визначення релевантних факторів впливу на рішення купівлі конкретної банківської послуги в банку.

Ключові слова: конкурентоспроможність, депозитні банківські послуги, функція корисності.

В статье предложен научно-методический подход к применению функции полезности при формализации качественных параметров конкурентоспособности депозитных услуг для физических лиц в Украине. Выделены качественные критерии, которые влияют на уровень конкурентоспособности депозитных банковских услуг для физических лиц. Предложен алгоритм построения многомерной функции полезности депозитной банковской услуги для потребителя-физического лица. Представлены результаты исследований по построению одномерной функции полезности и определение релевантных факторов влияния на решение покупки конкретной банковской услуги в банке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, депозитные банковские услуги, функция полезности.

The paper presents a scientific and methodical approach to the use of utility functions for the formalization of qualitative parameters of competitive of deposit banking services for individuals in Ukraine. Highlighted qualitative criteria that affect the level of competitiveness of deposit banking services for individuals. An algorithm for constructing multidimensional utility function of deposit banking services to the consumer - the individual. The results of studies on the construction of one-dimensional utility function and determine the relevant factors influencing the decision of buying particular banking services in the bank.

Key words: competitiveness, deposit banking, utility function.

Постановка проблеми. На вітчизняному ринку депозитних банківських послуг для фізичних осіб на сьогодні не існує єдиного явного лідера за ціновим критерієм (тобто за рівнем процентів). У 2012 р. серед найбільших банків України (за розміром активів), спостерігається тенденція до зниження рівня процентів за депозитами для фізичних осіб. До першої десятки лідерів за часткою охоплення ринку увійшли: ПАТ КБ «ПриватБанк» – 22,6 %, АТ «Ощадбанк» – 8,2 %, АТ «Райффайзен Банк Аваль» – 4,83 %, ПАТ «Укресімбанк» – 4,35 %, ПАТ «Укрсиббанк» – 3,66 %, ПАТ «Укрсоцбанк» – 3,44 %, ПАТ «Промінвестбанк» – 2,90 %, ПАТ «ПУМБ» – 2,78 %, АТ «Дельта» – 2,63 % та АТ «Брокбізнесбанк» – 2,36 %. Дослідження свідчать, що на сьогодні на ринку депозитних банківських послуг відсутні чіткі кореляційні зв'язки між рівнем процентних ставок за депозитами та часткою банку на цьому сегменті ринку. Тому особливої актуальності сьогодні набуває пошук нецінових критеріїв прийняття клієнтами банку – фізичними особами рішення щодо розміщення депозитних вкладів.

Сучасні споживачі – фізичні особи починають приділяти все більше уваги якості депозитних банківських послуг та при прийнятті остаточного рішення щодо розміщення своїх заощаджень звертають все більше уваги на розміщення банку, якість обслуговування та асортиментний ряд банку. Всі ці фактори, в сукупності з ціновими параметрами, формують функцію корисності окремої депозитної банківської послуги для окремого її споживача – фізичної особи.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Фундаментальні засади формалізації рівня конкурентоспроможності за допомогою функції корисності були закладені в наукових підходах класиків економічної теорії – С.Л. Брю [1], К.Р. Макконнелла [1], А. Маршалла [2], С. Фішера [3], А. Сміта [4] та ін. У той же час, проблема побудови функції корисності саме для споживача банківських послуг поки що залишається малодослідженою. Цікавим є підхід вітчизняних науковців І. О. Лютого та О. О. Солодкої [5] до визначення рівня конкурентоспроможності банківських послуг за допомогою побудо-

ви функції споживчої корисності, але, на жаль, цей підхід не враховує специфічні особливості кожного виду банківських послуг.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не можна не брати до уваги, що депозитні банківські послуги для фізичних осіб займають відокремлене місце серед інших банківських послуг, оскільки вибір споживачем конкретного банку для інвестування своїх заощаджень є абсолютно суб'єктивним та дуже слабо піддається формалізації. Саме тому побудова функції корисності, яка б дозволила обґрунтувати якісні критерії конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб, є складною науково-прикладною задачею. Актуальність та теоретико-практична значущість її вирішення обумовила вибір теми статті, її мети та завдань.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розвиток науково-методичного підходу до застосування функції корисності при формалізації якісних параметрів конкурентоспроможності депозитних послуг для фізичних осіб в Україні.

Виклад основного матеріалу. Одним із основних етапів побудови функції корисності є ідентифікація якісних критеріїв конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб. У роботі [6] для виміру якості банківських послуг запропонована методика SERVQUAL, відповідно до якої критеріями оцінки споживачами функціональних та технічних аспектів якості банківської послуги є матеріальність, надійність, чуйність, впевненість та співчуття.

На нашу думку, ця сукупність показників характеризує не стільки якісні параметри послуги як такої, а більшою мірою – параметри її надання в кожному конкретному банку. Саме тому перелік цих критеріїв пропонується розширити та привести до загального виду, представленого в таблиці 1.

Таблиця 1

Якісні критерії, які впливають на рівень конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб

Назва критерію	Економічна сутність	Об'єкт аналізу
1	2	3
Матеріальна база банку	Активи (матеріальні, речові елементи та «засоби виробництва» банківських послуг), які знаходяться на балансі банку та використовуються на всіх етапах управління КДБПФО	- оновлюваність оргтехніки, яка використовується під час обслуговування споживача цієї банківської послуги; - зовнішній та внутрішній вид будівлі, де знаходиться банк
Кваліфікація персоналу банку	Рівень професійної підготовки персоналу банку	- зовнішній вигляд персоналу; - рівень кваліфікації персоналу; - швидкість роботи персоналу
Швидкість обслуговування клієнта під час купівлі банківської послуги	Часовий лаг, який витрачається на обслуговування клієнта під час купівлі-продажу банківської послуги	- наявність/відсутність черг; - постійна робота всіх кас у банку
Графік роботи банку	Проміжок часу, який визначає початок та кінець роботи банку на кожний день календарного місяця, а також вихідні дні з врахуванням обідніх та технічних перерв	- час відкриття банку; - час припинення роботи банку; - операційний час роботи банку; - наявність перерв (технічних, обідніх)
Розміщення банку	Фізичні характеристики розташування банку, які дають можливість споживачу скористатися запропонованими банківськими послугами	- наявність банку або відділень у різних районах міста; - наявність розгалуженої системи банкоматів
Позиція банку в рейтингу щодо конкурентів	Оцінка діяльності цього банку в порівнянні з іншими	- конкурентна позиція банку визначена за глобальною шкалою Moody's

Продовження табл. 1

1	2	3
Репутація банку	Цінні нематеріальні активи, що накопичуються роками бездоганної діяльності банку	- впізнаваність логотипу банку; - рівень довіри до банку; - рівень впізнання інформаційних матеріалів банку та ставлення до них
Надійність банку	Здатність розрахуватися за своїми зобов'язаннями в зазначений термін та в необхідному обсязі	- виконання зобов'язань банку точно в термін; - виконання зобов'язань банку у встановлених обсягах; - оцінка рівня стабільності банку
Реклама банківської послуги	Засіб інформування про банківську послугу, яку надає банк	наявність різних засобів просування банківської послуги, а саме: - реклама на місцях продажу; - реклама в Інтернеті; - реклама в інших ЗМІ тощо
Асортимент банківських послуг	Набір різних груп банківських послуг, об'єднаних за споживчою ознакою	- оцінка диференціації асортиментного ряду банківських послуг; - поява нових модифікацій банківських послуг
Додаткове сервісне обслуговування під час надання банківської послуги	Набір додаткових банківських послуг (операцій), які споживачеві надає банк на безоплатній основі	- використання інтернет-банкінгу; - наявність безкоштовної послуги смс-повідомлення на мобільний телефон щодо надходження та використання коштів з депозитної картки; - використання нефінансових інструментів підвищення рівня комфортності клієнта (надання за бажанням клієнта прохолоджуючих напоїв, чаю чи кави)

Пропонований підхід до формування нецінових критеріїв конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб відрізняється від підходу, покладеного в основу методики SERVQUAL, цілим рядом положень, представлених на рисунку 1.



Рис. 1. Пропонована система якісних критеріїв конкурентоспроможності депозитної банківської послуги для фізичних осіб

Після формування загального переліку оцінки якісних критеріїв депозитних банківських послуг необхідно формалізувати внутрішні явні зв'язки в системі цих критеріїв.

При побудові багатомірної функції корисності депозитної банківської послуги для споживача – фізичної особи першочерговим є визначення вагових коефіцієнтів кожного з критеріїв та їх ранжування залежно від рівня впливу на прийняття споживачем остаточного рішення. Основою для реалізації цього завдання є анкетування споживачів конкретної банківської послуги в конкретному банку.

Для анкетування необхідно обрати п'ятибальну шкалу, за якою клієнти банку будуть оцінювати вплив окремого фактора на вибір ними конкретної депозитної банківської послуги саме в цьому банку (п'ятибальна шкала від 1 до 5 в порядку зростання рівня впливу). Групова оцінка може бути розрахована як середньоарифметичне значення.

Для визначення ступеня узгодженості думок експертів, слід застосувати коефіцієнт конкордації Кендалла (1) [7]:

$$W = \frac{12}{n^2(m^3 - m)} \sum_{i=1}^m \left(\sum_{j=1}^n d_{ij} - \frac{n(m+1)}{2} \right)^2, \quad (1)$$

де n – кількість експертів, m – кількість критеріїв, d_{ij} – узгоджений ранг об'єкта дослідження за думкою кожного з n -експертів, який визначається як порядковий номер m -критерію в ряду інших критеріїв, які записуються в порядку збільшення значень. Його мінімальною граничною межею слід обрати 0,6.

Для перевірки обґрунтованості представленого в таблиці 1 складу критеріїв якості конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб, проведемо опитування клієнтів банку, які протягом 6 місяців звернулися до Сумського відділення банку ПАТ «Альфа-банк» та купили депозитну банківську послугу (приблизно 1000 осіб). Якщо зробити припущення, що такі обмеження формують генеральну сукупність і характеризують раціональну поведінку споживачів – фізичних осіб у розрізі прийняття рішення щодо прийняття рішення про вибір певної депозитної банківської послуги в конкретному банку, то для репрезентативності отриманих результатів достатньо зробити аналіз близько 10 % генеральної вибірки (100 анкет). Якщо середньоарифметичне значення балів, виставлених респондентами як характеристики значущості певного критерію під час прийняття ними остаточного рішення про укладання депозитної угоди, буде менше або дорівнювати 2, то такий критерій будемо вважати нерелевантним та таким, що не має враховуватись у подальших дослідженнях. Як видно з таблиці 2, середньоарифметичне значення балів, виставлених респондентами незалежно від віку, за всіма критеріями перевищує граничний рівень. Виходячи з цього, можна стверджувати, що система критеріїв якості конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб була сформована правильно і до неї було включено лише ті критерії, які дійсно є релевантними для споживачів.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на побудову функції корисності для кожного з якісних критеріїв конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб. Для визначення залежності впливу якісного критерію на ціну банківської послуги визначимо п'ять критичних значень діапазону виміру кожного з критеріїв. Це можна зробити за допомогою використання детермінованого еквіваленту критичних точок для кожного з критеріїв – тобто суми, отримання якої для споживача є еквівалентом участі в лотереї випадіння діапазонного значення. Це дозволить побудувати одномірну функцію корисності, тобто функцію корисності для кожного якісного критерію депозитної банківської послуги.

Для побудови одномірних функцій корисності введемо такі умовні позначення: x_1 – мінімальне граничне значення якісного критерію оцінювання конкурентоспроможності депозитної банківської послуги; x_2 – детермінований еквівалент лотереї вибору в діапазоні від x_1 та x_5 включно; x_3 – детермінований еквівалент лотереї вибору в діапазоні від x_2 та x_4 включно; x_4 – детермінований еквівалент лотереї вибору в діапазоні від x_3 та x_5 включно; x_5 – максимальне граничне значення якісного критерію конкурентоспроможності депозитної банківської послуги.

Таблиця 2

*Середньоарифметичне значення балів, виставлених клієнтами Сумського відділення банку ПАТ «Альфа-банк» під час опитування щодо визначення релевантних факторів впливу на рішення купівлі конкретної банківської послуги в цьому банку**

Назва критерію	По всій вибірці	Вік респондентів		
		18-26	26-40	41-...
1	2	3	4	5
Кваліфікація персоналу банку	4,25	4,14	4,26	4,38
Розміщення банку	4,01	3,86	3,97	4,37
Надійність банку	4,23	4,16	4,26	4,27
Позиція банку в рейтингу щодо конкурентів	4,01	3,85	4,09	4,06
Додаткове сервісне обслуговування під час надання банківської послуги	3,66	3,48	3,77	3,93

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5
Графік роботи банку	3,76	3,62	3,83	3,76
Асортимент банківської послуги	3,40	2,92	3,55	3,71
Матеріальна база банку	3,50	3,63	3,40	3,59
Швидкість обслуговування клієнта під час купівлі банківської послуги	3,80	3,71	3,98	3,44
Реклама банківської послуги	2,90	2,49	3,04	3,18
Репутація банку	2,75	2,88	2,63	2,88

* – під час дослідження були враховані результати анкет лише тих споживачів Сумського відділення банку ПАТ «Альфа-банк», коефіцієнт конкордації Кендалла для яких перевищував граничний рівень 0,6.

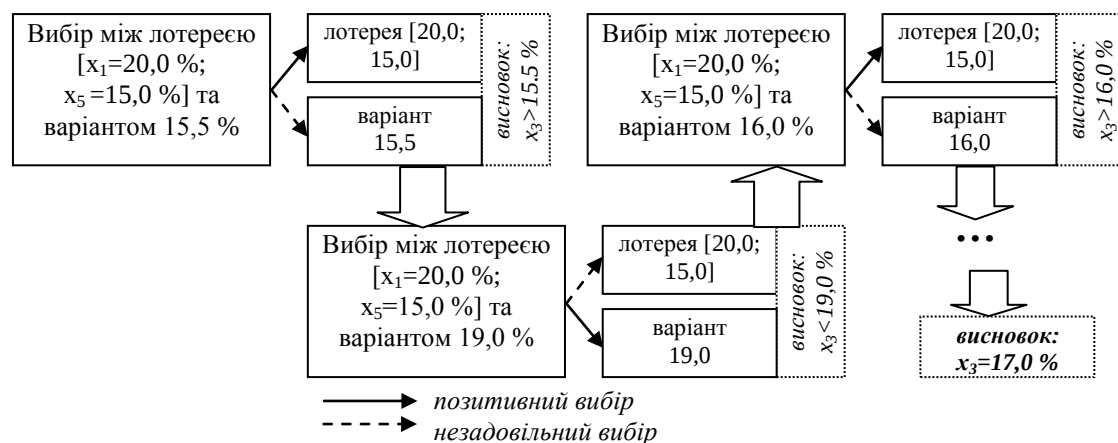
На цьому етапі специфічною особливістю опитування респондентів є те, що необхідно дізнатися, чи готовий споживач жертвувати якістю при розміщенні депозиту за умови збільшення розміру процента по ньому. За умови позитивної відповіді, під час опитування респонденту пропонується виразити ціновий вираз комбінації якісних характеристик кожного з критеріїв. Для отримання граничних (переломних) значень ціни ($x_1, x_2 \dots x_5$), за яких споживач готовий «жертвувати» якісними характеристиками банківської послуги на користь цінових, пропонуємо таку послідовність дій:

1. Знайдемо значення x_i шляхом визначення детермінованого еквівалента діапазону $[x_1, x_5]$, в якому функція корисності для цих значень буде складати $U(x_1) = 0$ та $U(x_5) = 1$ відповідно, тобто особі все одно, що вибрати x_i або лотерею $[x_1, x_5]$ (тобто ймовірність настання події у варіантах x_1 та x_5 становить по 50 %).

2. Використовуючи результати анкетування, визначимо детермінований еквівалент показника x_3 та рівень корисності, який повинен дорівнювати рівню корисності лотереї $[x_1, x_5]$.

3. Враховуючи умовні обмеження ймовірності настання події x_1 та x_5 , значення функції корисності в точці x_3 можна представити у вигляді $U_1(x_3) = 0,5 U(x_1) + 0,5 U(x_5) = 0,5$.

Для більш наочного представлення поетапності отримання результатів значення детермінованого еквівалента розглянемо умовний приклад. Нехай граничні значення критерію X знаходяться в діапазоні від 15,0 % до 20,0 %. Необхідно визначити, за якого набору якісних характеристик критерію X споживач не відчує різниці під час вибору між детермінованим еквівалентом та лотереєю. Результати опитування респондентів представлені на рисунку 2.

Рис. 2. Алгоритм визначення значення детермінованого еквіваленту x_3

Цей алгоритм використаємо для визначення значень x_2 та x_4 та на основі отриманих результатів здійсимо перевірку функцій на монотонність. Враховуючи отримані результати, здійснюється побудова кривої функції корисності для кожного окремого критерію якості депозитних банківських послуг для фізичних осіб за допомогою використання математичного апарату побудови функції-наближення.

Після цього виникає потреба у побудові багатомірної функції корисності депозитних банківських послуг для фізичних осіб, яка дозволяє узагальнити якісні параметри цієї послуги за всією сукупністю критеріїв. Оскільки кожен з критеріїв має різний ступінь впливу, то при побудові багатомірної функції корисності доцільно використати вагові коефіцієнти.

Враховуючи, що кожен з критеріїв має різну значущість для кожного із споживачів, то питому вагу цього критерію в багатомірній функції корисності пропонується розраховувати таким чином (2):

$$W_k = \frac{v_k}{\sum_{k=1}^{11} v_k}, \quad (2)$$

де w_k – ваговий коефіцієнт k -го критерію ($\sum_{k=1}^{11} W_k = 1$);

v_k – середньоарифметичне значення k -го критерію, отримане за висновками проведеного опитування споживачів.

Отже, багатомірна функція корисності з врахуванням вагових коефіцієнтів має вигляд (3):

$$U_{\text{багатомірна}}(x_1, \dots, x_{11}) = \sum_{k=1}^{11} W_k U_k(x_k). \quad (3)$$

На нашу думку, використання такого алгоритму формалізації якісних критеріїв конкурентоспроможності депозитних банківських послуг для фізичних осіб дає змогу отримати цінове вираження оптимального співвідношення цінових та нецінових параметрів.

Висновки і пропозиції. Результати дослідження дають змогу формалізувати якісні параметри конкурентоспроможності депозитних послуг для фізичних осіб в Україні за допомогою застосування багатомірної функції корисності. Поряд з цим, подальших досліджень потребує практична апробація отриманих результатів, що в подальшому дасть змогу обрати стратегію банку щодо управління конкурентоспроможністю окремими банківськими послугами та отримати додатковий прибуток з врахуванням специфіки діяльності банку на конкретному сегменті ринку.

Список використаних джерел:

1. Макконнелл К. Р. Экономика: принципы, проблемы и политика: пер. с 14-го англ. изд. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 211 с.
2. Маршалл А. Принципы экономической науки: пер. с англ. / А. Маршалл. – М.: Прогресс, 1993. – Т. 1. – 416 с.
3. Фишер С. Экономика: пер. со 2-го англ. изд. / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи. – М.: Дело, 2001. – 864 с.
4. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Кн. 1-3 / А. Смит. – М.: Наука, 1993. – 175 с.
5. Лютий І. О. Банківський маркетинг: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Лютий, О. О. Солодка. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 776 с.
6. Parasuraman A. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality / Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. // Journal of Retailing. – 1988. – Vol. 69 (Spring). – P. 12-40.
7. Пістунов І. М. Порядок коректного застосування методу експертних оцінок конкурентоздатності продукції та надійності підприємства / І. М. Пістунов // Тези доповіді на Міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційний розвиток економіки регіону» (22-24 травня 2008 р., Дніпропетровськ). – Дніпропетровськ: НГУ, 2008. – Т. II. – С. 158-160.