



Столыпинский

вестник

Научная статья

Original article

УДК 336.717.32

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЕПОЗИТНЫХ ПРОДУКТОВ **ANALYSIS OF COMPETITIVENESS OF DEPOSIT PRODUCTS**

Гунгер Александра Андреевна, студент 5 курс, факультет корпоративной экономики и предпринимательства, направление подготовки «Экономика», профиль «Банковское дело», Россия, г. Новосибирск, alya.gunger@mail.ru

Протас Нина Геннадьевна, научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедры «Финансовые рынки и финансовые институты» Новосибирского государственного университета экономики и управления, Россия, г. Новосибирск, n.protas1@mail.ru

Gunger Alexandra Andreevna, supervisor, 5th year student, Faculty of Corporate Economics and Entrepreneurship, field of study "Economics", profile "Banking" Russia, Novosibirsk, alya.gunger@mail.ru

Protas Nina Gennadyevna, PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department "Financial Markets and Financial Institutions" of Novosibirsk State University of Economics and Management, Russia, Novosibirsk, n.protas1@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена разработке методического подхода к анализу конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц. В рамках методического подхода была разработана методика анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц. Несмотря

на наличие различных методик анализа конкурентоспособности банковских продуктов, большинство из них ориентированы на отдельные показатели (например, процентную ставку). Однако для более полного анализа необходимо учитывать дополнительные факторы, такие как узнаваемость банка, качество мобильного приложения, репутация и др. В связи с этим разработана комплексная методика, позволяющая учитывать множество факторов, представляет собой научную и практическую значимость. В ходе исследования рассмотрены основные подходы к определению конкурентоспособности банковского продукта и на основе анализа данных определений сформулировано авторское определение конкурентоспособности депозитного продукта. Выделены ключевые факторы, влияющие на выбор депозитных продуктов физическими лицами. Также были рассмотрены существующие методики анализа конкурентоспособности депозитных продуктов, что позволило разработать авторскую методику, включающую комплексный набор показателей. Разработанная методика позволяет анализировать конкурентоспособность депозитных продуктов и формировать объективный рейтинг вкладов на основе множества параметров. Методика была апробирована на примере депозитных продуктов 14 кредитных организаций РФ. В отличие от традиционных подходов, акцентирующих внимание лишь на процентной ставке, предложенная методика учитывает связь конкурентоспособности банковского продукта с конкурентоспособностью кредитной организации, предлагающей данный продукт.

Annotation. The article is devoted to the development of a methodological approach to the analysis of the competitiveness of deposit products for individuals. As part of the methodological approach, a methodology for analyzing the competitiveness of deposit products for individuals has been developed. Despite the availability of various methods for analyzing the competitiveness of banking products, most of them are focused on individual indicators (for example, the interest rate). However, for a more complete analysis, additional factors must be taken into account, such as the recognition of the bank, the quality of the mobile application, reputation, etc. In this

regard, the development of a comprehensive methodology that allows taking into account many factors is of scientific and practical importance. In the course of the research, the main approaches to determining the competitiveness of a banking product are considered and, based on the analysis of these definitions, the author's definition of the competitiveness of a deposit product is formulated. The key factors influencing the choice of deposit products by individuals are highlighted. The existing methods of analyzing the competitiveness of deposit products were also reviewed, which made it possible to develop an author's methodology that includes a comprehensive set of indicators. The developed methodology allows analyzing the competitiveness of deposit products and forming an objective rating of deposits based on a variety of parameters. The methodology was tested using the example of deposit products of 14 credit institutions of the Russian Federation. Unlike traditional approaches that focus only on the interest rate, the proposed methodology takes into account the relationship between the competitiveness of a banking product and the competitiveness of a credit institution offering this product.

Ключевые слова: конкурентоспособность, депозитные продукты, депозиты, банковский продукт, методика, кредитная организация, банк.

Keywords: competitiveness, deposit products, deposits, banking product, methodology, credit institution, bank.

Существенный рост процентных ставок за последний год по депозитам физических лиц оказывает прямое влияние на конкурентоспособность депозитных продуктов. В условиях повышенной инфляции и экономической нестабильности банки стремятся привлечь больше вкладчиков, предлагая более выгодные условия. Это приводит к усилению конкуренции между кредитными организациями и требует пересмотра методических подходов к анализу конкурентоспособности депозитных продуктов.

Целью исследования является разработка методического подхода к анализу конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц.

2. Проанализировать существующие методики анализа конкурентоспособности депозитных продуктов и предложить авторскую методику анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц.

3. Апробировать авторскую методику анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц.

Научная новизна исследования заключается в разработке методического подхода к анализу конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц, в рамках которого сформирована методика анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц, учитывающая не только финансовые параметры, но и факторы, отражающие репутацию банка, удобство цифровых сервисов и уровень узнаваемости. Разработанный методический подход позволит выбрать наиболее оптимальный депозитный продукт для физического лица.

В исследовании использованы общенаучные методы – индукция, дедукция, сравнение, анализ и синтез, а также статистические методы – относительные и средние величины.

Для начала рассмотрим теоретические аспекты конкурентоспособности депозитных продуктов. В научной литературе данная тема исследована фрагментарно, и на сегодняшний день отсутствует единое представление о сущности конкурентоспособности депозитных продуктов. Различные точки зрения на определение конкурентоспособности депозитных продуктов не сформированы, что затрудняет разработку универсального подхода к их анализу.

В связи с этим в исследовании будет использован общенаучный метод дедукции: опираясь на существующие подходы к определению конкурентоспособности банковских продуктов, мы сформулируем собственное определение конкурентоспособности депозитных продуктов, учитывая их специфику и особенности конкурентной среды.

В таблице 1 приведены определения конкурентоспособности банковских продуктов, представленные в научной литературе [2, 3, 6, 7, 9].

Таблица 1 – Подходы к определению понятия конкурентоспособности банковского продукта или услуги в современной научной литературе

Автор	Определение
Е. М. Коликова	«Их соответствие по ценовым и качественным характеристикам в сравнении с предлагаемыми конкурентами, либо их превосходство»
О. О. Солодка	«Наличие совокупности параметров определённого продукта или услуги, которые могут быть выделены клиентами, выгодно отличают этот продукт или услугу от аналогов конкурентов в конкретном сегменте рынка банковских продуктов и услуг в заданный промежуток времени. Количественно конкурентоспособность банковского продукта или услуги определяется как соотношение полезного эффекта и цены»
В. А. Перехожев	«Комплексная характеристика, позволяющая оценить необходимость применения и использования клиентом банковского продукта в сравнении с продуктами-аналогами, удовлетворяющими одинаковые потребности»
Э. А. Гасанбекова	«Характеристика, отражающая его отличие от продукта (услуги) конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на её удовлетворение»
Ю. А. Васильева	«Востребованность и прибыльность банковской услуги (продукта), которые достигаются за счёт увеличения числа совершенных сделок и увеличения доходности каждой из них»

Анализ определений конкурентоспособности банковского продукта по выделенным критериям представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ подходов авторов к определению конкурентоспособности банковского продукта (услуги)

Критерии	Авторы					
	Е. М. Коликова, канд. экон. наук, доцент	О. О. Солодка, д-р экон. наук, профессор	В. А. Перехожев, канд. экон. наук	Э. А. Гасанбекова, канд. экон. наук, доцент	Ю. А. Васильева, канд. экон. наук, доцент	Автор исследования
Сравнение с конкурентами	+	+	+	+	-	+
Качественные характеристики	+	+	+	+	-	+

Ценовые характеристики	+	+	-	+	-	+
Потребности клиентов	-	+	+	+	-	+
Прибыльность и востребованность	-	-	-	-	+	-

Таким образом, проанализировав существующие определения конкурентоспособности банковских продуктов, сформулируем определение понятия конкурентоспособность депозитного продукта – это его привлекательность для клиентов по сравнению с аналогичными предложениями на рынке, основанная на оптимальном сочетании качественных и ценовых характеристик.

С целью дополнения определения конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц, рассмотрим основные факторы, влияющие на их конкурентоспособность.

Так, конкурентоспособность банковского продукта неразрывно связана с конкурентоспособностью самой кредитной организации, которая его предоставляет [19]. Даже если финансовый продукт имеет выгодные условия, недостаточная репутация, слабая финансовая устойчивость или низкий уровень доверия к банку могут снизить его привлекательность для клиентов.

Таким образом, можно выделить два уровня влияния:

- 1) Факторы, непосредственно определяющие конкурентоспособность банковского продукта (внутренние характеристики продукта).
- 2) Факторы, влияющие на формирование конкурентоспособности банковского продукта (общий уровень конкурентоспособности кредитной организации) [5].

Рассмотрим факторы, непосредственно определяющие конкурентоспособность банковского продукта:

- 1) Финансовые условия продукта:

- процентная ставка (для вкладов – доходность, для кредитов – стоимость заемных средств);

- комиссии и дополнительные платежи (отсутствие скрытых платежей, прозрачность условий);

- гибкость условий (возможность досрочного снятия, пополнения) [8].

2) Доступность и удобство использования:

- разветвленная сеть отделений и банкоматов;
- наличие цифровых сервисов (интернет-банкинг, мобильное приложение);
- простота оформления и управления продуктом (например, возможность открыть депозит онлайн за 5 минут).

3) Дополнительные преимущества:

- программы лояльности (кешбэк, бонусы, премиальные условия для долгосрочных клиентов);
- уникальные предложения (мультивалютные депозиты, инвестиционные накопительные счета).

Чем выгоднее и удобнее условия продукта, тем выше его конкурентоспособность. Однако эти факторы не работают в изоляции – на восприятие продукта влияет общее положение банка на рынке [18].

Рассмотрим факторы, оказывающие влияние на формирование конкурентоспособности банковского продукта.

Эти факторы касаются самого банка, его репутации, финансовой устойчивости и конкурентного положения. Даже самый выгодный банковский продукт может быть непривлекательным, если банк не соответствует ожиданиям клиентов.

К этим факторам относятся:

1) Репутация банка и доверие клиентов:

- уровень надежности и рейтинг банка;
- история работы на рынке;
- количество судебных споров и отзывов клиентов [4].

2) Маркетинговая стратегия

- эффективность рекламных кампаний и продвижения банковских продуктов;

- привлекательность бренда банка и его позиционирование на рынке;
- ориентация на клиентские потребности (например, фокус на молодежные или премиальные сегменты).

3) Технологическая оснащённость:

- наличие современных цифровых сервисов;
- скорость обработки заявок и взаимодействие с клиентами;
- развитие автоматизированных систем принятия решений [11].

Таким образом, чем сильнее сам банк на рынке, тем выше конкурентоспособность его продуктов. Например, два банка могут предлагать одинаковые условия по депозиту, но клиенты выберут тот, который имеет более надёжную репутацию, удобные цифровые сервисы и высокую степень доверия.

Итак, сформулируем наиболее полное определение конкурентоспособности депозитного продукта, опираясь на вышеизложенную информацию: это его привлекательность для клиентов по сравнению с аналогичными предложениями на рынке, основанная на оптимальном сочетании качественных и ценовых характеристик. Она определяется выгодными условиями вклада (процентная ставка, возможность пополнения и снятия), уровнем затрат на размещение средств и во многом зависит от репутации и узнаваемости кредитной организации, а также удобства её мобильного приложения, которое обеспечивает простой и быстрый доступ к управлению вкладом.

Далее рассмотрим методики анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц из научной литературы. Характеристики данных методик представлены в таблице 3 [1, 10, 11].

Таблица 3 – Методики анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц

Методика анализа	Характеристика
Сравнительный многокритериальный анализ	Анализ основан на сравнении продуктов и услуг банка с аналогичными продуктами и услугами банков-конкурентов на основе множества критериев зачастую с применением балльной системы оценки
SWOT-анализ	Анализ основан на выявлении внутренних факторов конкурентоспособности (сильных и слабых сторон)

	банковского продукта (услуги), а также возможностей и угроз (внешних факторов)
Методика Ткаченко И.С., д-р экон. наук	Методика базируется на выборе кредитной организации для вложения денежных средств. В методике с помощью метода анализа иерархий производится выбор банка на основании нескольких критериев: рейтинг, ситуация, активы, портфель банка и т.д.
Методика Хасановой Л.Т., канд. экон. наук	Рейтинговая оценка, основанная на расчёте интегрального показателя, сформированного по следующим показателям: процентная ставка, активы банка, ликвидность банка, удобство пользования банковской услугой, репутация банка, удобство послепродажного обслуживания и т.д.
Методика Литвиновой А.В., д-р экон. наук	Методика построения рейтинга депозитных продуктов для физических лиц, основанная на таких параметрах, как первоначальная сумма вклада, условия пополнения вклада, процентная ставка, условия частичного снятия вклада, возможность автоматической пролонгации вклада. Каждому показателю присваивается оценка от 0 до 2, рассчитывается интегральный показатель, в соответствии с которым производится ранжирование.
Методика Аристовой Е.М., канд. экон. наук	Методика основана на выборе депозитного продукта путем их рейтингования при помощи алгоритмов многокритериальной оптимизации. В методике используются такие показатели, как процентная ставка по депозиту, расположение банка, репутация банка, которые оцениваются экспертом по баллам от 1 до 4.

Результаты сравнительного анализа методик представим в таблице 4.

Таблица 4 – Сравнительный анализ рассматриваемых методик анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц

Критерии сравнения	Методика Литвиновой А.В., д-р экон. наук	Методика Аристовой Е.М., канд. экон. наук	Методика Хасановой Л.Т., канд. экон. наук	Методика Ткаченко И.С., д-р экон. наук
Применимость	+	-	+	-
Комплексность	-	+	+	-
Объективность	+	-	+	+
Практичность	+	-	-	-
Актуальность	-	+	+	+

В большинстве методик рассматриваются лишь показатели, основанные на характеристиках самого депозитного продукта, однако показатели конкурентоспособности кредитной организации, предоставляющей данную услугу, отсутствуют

Таким образом, необходимо создание комплексной методики анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц, которая будет учитывать не только факторы конкурентоспособности банковского продукта, но и факторы конкурентоспособности кредитной организации, что позволит сделать выбор в пользу наиболее оптимального депозитного продукта для физического лица.

Рассмотрим предложенную автором блок-схему методического подхода к анализу конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц, представленную на рисунке 1.

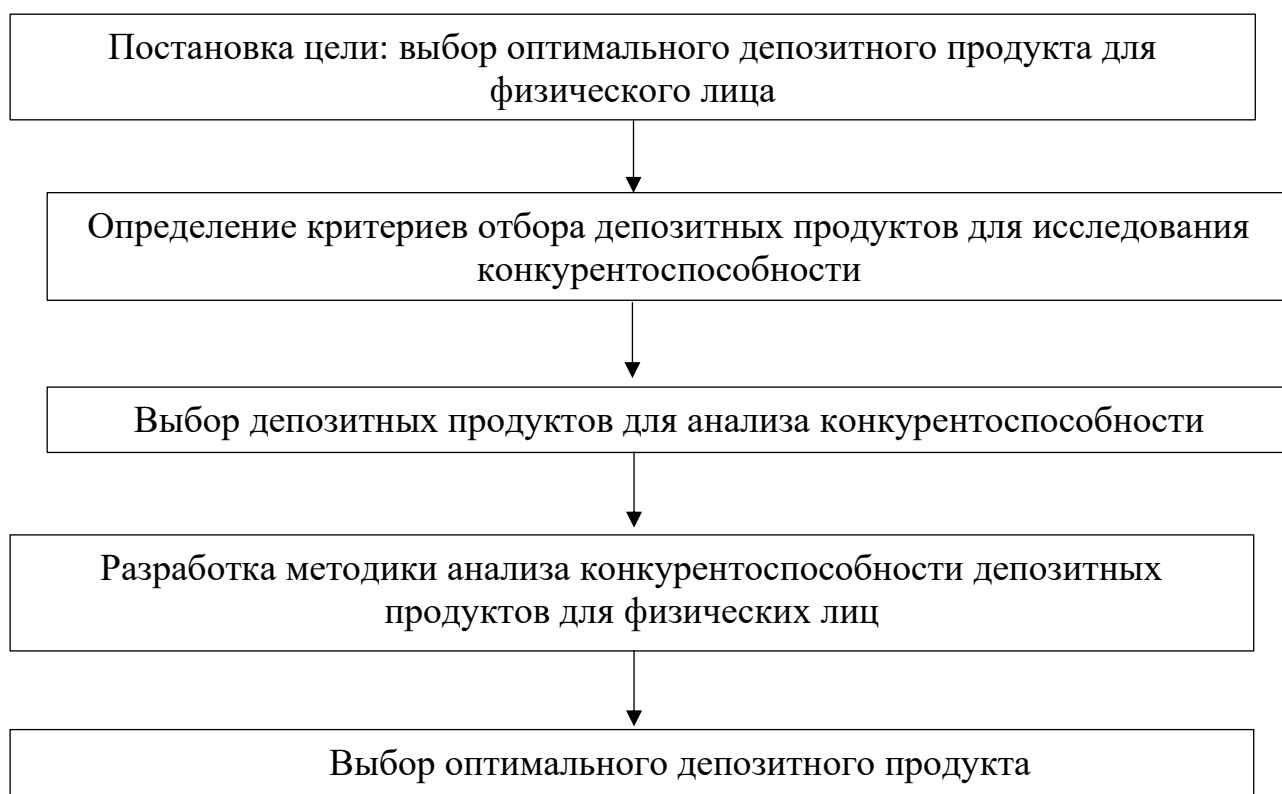


Рисунок 1 – Блок-схема методического подхода к анализу конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц

Первым этапом методического подхода является постановка цели. Целью

является выбор оптимального депозитного продукта для физического лица. Под оптимальным депозитным продуктом автор исследования подразумевает депозитный продукт, который обеспечивает максимальную доходность при одновременном учёте факторов конкурентоспособности кредитной организации, предлагающей данный депозитный продукт.

Следующим шагом методического подхода является определение критериев отбора депозитных продуктов для исследования конкурентоспособности. Результатом данного этапа является формирование перечня конкретных характеристик, на основе которых будет осуществляться отбор депозитных продуктов для анализа. Этот этап позволит сузить круг исследуемых депозитных продуктов, выделив только те, которые соответствуют заданным параметрам, что повысит точность и объективность анализа их конкурентоспособности.

Так, для исследования были отобраны депозитные продукты согласно следующим критериям:

- 1) наличие капитализации;
- 2) срок – 3 месяца;
- 3) возможность снятия (частичного снятия) и пополнения денежных средств;
- 4) депозитные продукты не обременены дополнительными условиями по их использованию (к примеру, необходимое условие открытия депозита – зарплатный проект с банком);
- 5) депозитный продукт предназначен для всех категорий физических лиц;
- 6) первоначальная сумма открытия депозита – не более 50 000 руб.

В соответствии с выделенными критериями был осуществлён отбор депозитных продуктов для анализа конкурентоспособности – третий этап методического подхода.

Так, среди 14 рассматриваемых кредитных организаций данным критериям удовлетворили 29 депозитных продуктов. В их число вошли 4 вклада и 25 накопительных счетов.

Следующим этапом методического подхода является разработка авторской методики анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц, результатом которой является ранжированный список депозитных продуктов, позволяющий определить наиболее оптимальный депозитный продукт для физического лица.

Блок-схема разработанной методики анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц представлена на рисунке 2.

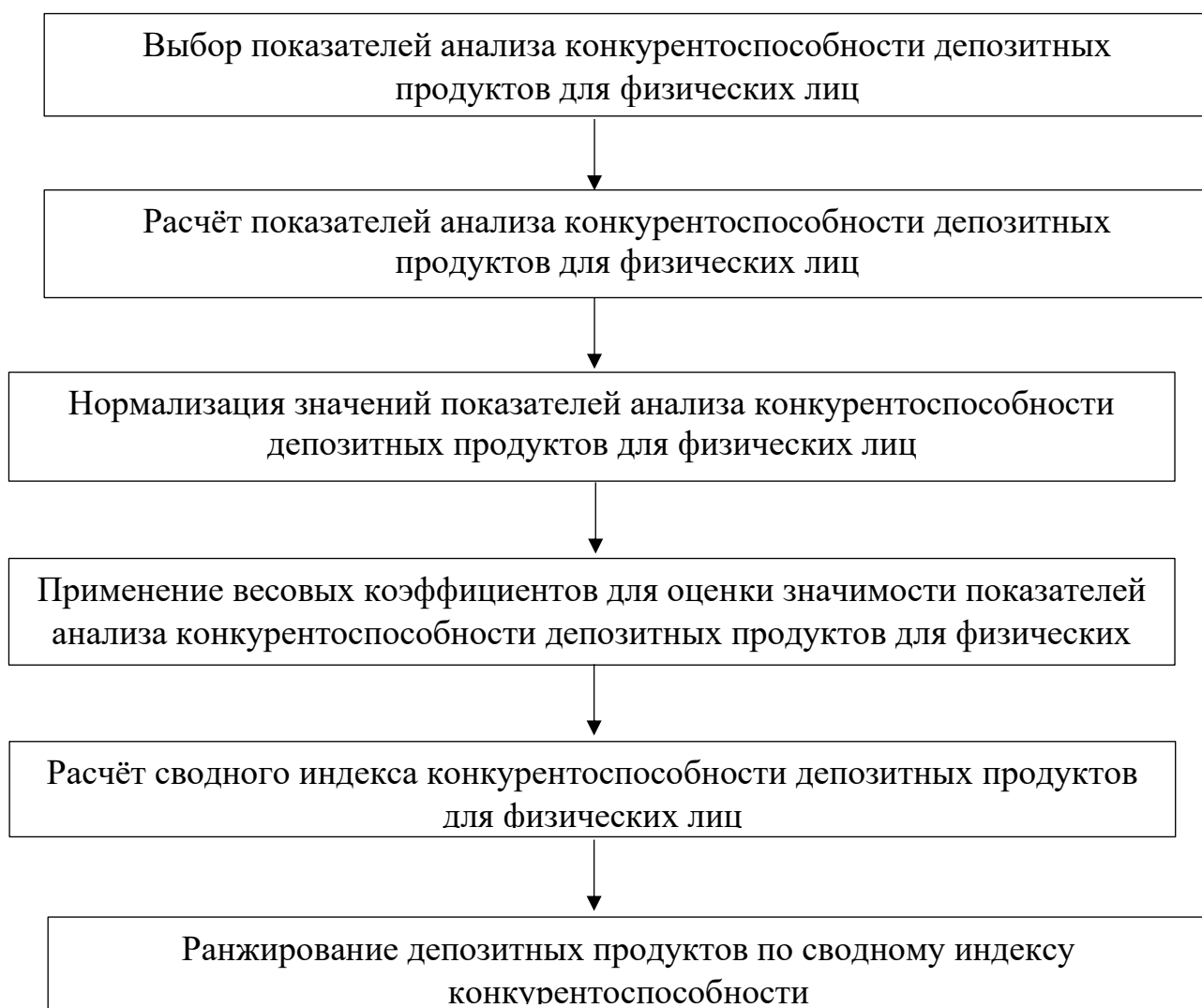


Рисунок 2 – Методика анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц

Первым этапом методики является выбор показателей. Всего в методику было отобрано 5 показателей, из них 3 показателя, относящихся к анализу

конкурентных позиций кредитной организации, депозитные продукты которой участвуют в рейтинге, и 2 показателя, отобранные в соответствии с рассматриваемой группой депозитов, это показатель дохода от вложения денежных средств на депозит на определённый срок и минимальная сумма открытия депозита. К первым трём упомянутым показателям относятся показатель, оценивающий уровень репутации кредитной организации, показатель, оценивающий узнаваемость кредитной организации и показатель, оценивающий качество мобильного приложения кредитной организации.

В таблице 5 приведены отобранные показатели и присвоенные им весовые коэффициенты.

Таблица 5 – Показатели, используемые в методике анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц

Наименование показателя	Сокращение	Описание	Вес показателя
Доход от хранения депозитных средств	П1	Расчёт производится по одной из двух формул, в зависимости от способа начисления процентов	0,4
Первоначальная сумма	П2	В соответствии со значением показателя выставляется 0-4 балла, большему значению первоначальной суммы соответствует меньшее количество баллов	0,15
Узнаваемость кредитной организации	П3	Статистические данные по ключевым запросам на сервисе Яндекс Вордстат	0,15
Репутация кредитной организации	П4	Репутация в сети. Рейтинговое значение банка «Народного рейтинга банков» российской финансовой платформы онлайн-сервисов Банки.ру	0,15
Качество мобильного приложения	П5	Оценка приложения кредитной организации официального российского магазина приложений RuStore	0,15

Расчёт дохода от хранения депозитных средств производился по одной из двух формул, в зависимости от способа начисления процентов. Данные формулы представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Формулы для расчёта дохода от хранения депозитных средств анализа конкурентоспособности депозитных продуктов

Способ начисления процентов	Формула	Значение переменных
На ежедневный остаток	$S = S1 \times \left(\frac{P}{12 \times 100} \right)$	S1 – наименьшая сумма, находящаяся на депозите за один расчётный период p – годовая процентная ставка
На минимальный остаток	$S = S1 \times \left(\frac{P}{100 \times k} \right) \times n$	S1 – сумма на депозите в конце дня; p – годовая процентная ставка; k – количество дней в текущем году; n – количество дней в текущем месяце

После расчёта показателей была проведена их нормализация для приведения к сопоставимому виду и получения корректны результатов ранжирования в дальнейшем.

Для этого использовалась формула 1, которая основывается на методе минимально-максимальной нормализации.

$$x' = \frac{x - x_{min}}{x_{max} - x_{min}}, \quad (1)$$

где x' – нормализованный показатель

x – исходное значение показателя;

x_{max} – максимальное значение показателя;

x_{min} - минимальное значение показателя.

После приведения показателей к сопоставимым значениям к ним были применены весовые коэффициенты. В соответствии с тем, что результат ранжирования депозитных продуктов будет в большей степени зависеть от дохода по депозиту, показателю «доход от хранения депозитных средств» будет присвоен максимальный вес – 0.4. Остальным показателям методики предлагается присвоить равные весовые коэффициенты – по 0.15, в соответствии с чем они будут в равной степени влиять на результат ранжирования.

После нормализации показателей необходимо рассчитать сводный индекс конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц. Для этого использовалась формула (2).

$$I_k = 0,4\Pi_1 + 0,15\Pi_2 + 0,15\Pi_3 + 0,15\Pi_4 + 0,15\Pi_5, \quad (2)$$

где I_k – сводный индекс конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц;

Π_n – нормированные значения показателей

Далее исследуемые депозитные продукты необходимо разбить на группы по уровню конкурентоспособности, для этого определим величину интервала значений сводного индекса, входящую в каждую группу, обратимся к формуле (3).

$$i_h = \frac{k_{max} - k_{min}}{n}, \quad (3)$$

где i_h – длина интервала;

k_{max} – максимальное значение сводного индекса конкурентоспособности;

k_{min} – минимальное значение сводного индекса конкурентоспособности;

n – число групп ранжирования.

Результаты расчёта нормализации показателей сводного индекса конкурентоспособности представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Результаты расчёта сводного индекса конкурентоспособности депозитных продуктов

Наименование КО	Наименование депозитного продукта	Нормализованные показатели методики					I_k
		П1	П2	П3	П4	П5	
Дом.РФ	Накопительный счёт	0,91	1,00	0,02	0,11	0,00	0,53
ЛОКО-Банк	Накопительный счёт «Локо. Мой выбор»	1,00	1,00	0,00	0,01	0,65	0,65
ЛОКО-Банк	Накопительный счёт	0,89	1,00	0,00	0,01	0,65	0,60
Транскапиталбанк	Накопительный счёт «ТКБ.Выгодный»	0,96	1,00	0,00	0,00	0,06	0,54
Транскапиталбанк	Накопительный счёт «ТКБ.Свободные средства»	0,93	1,00	0,00	0,00	0,06	0,53
Банк Зенит	Счёт «Новый горизонт»	0,90	1,00	0,00	0,04	0,24	0,55
Банк Зенит	Счёт «Накопительный онлайн»	0,72	1,00	0,00	0,04	0,24	0,48
Совкомбанк	Накопительный счёт «Онлайн-копилка»	0,76	1,00	0,07	1,00	0,65	0,71
Росбанк	Накопительный счёт	0,26	1,00	0,03	0,01	0,47	0,33
Росбанк	Накопительный счёт «#ЛегкоКопить»	0,73	1,00	0,03	0,01	0,47	0,52
Росбанк	Накопительный счёт «#МожноСчёт»	0,03	1,00	0,03	0,01	0,47	0,24
Россельхозбанк	Накопительный счёт «Моя копилка»	0,93	1,00	0,04	0,15	0,59	0,64
Россельхозбанк	Накопительный счёт «Мой счёт»	0,52	1,00	0,04	0,15	0,59	0,48
Россельхозбанк	Вклад «Свой вклад»	0,35	0,33	0,04	0,15	0,59	0,31
Газпромбанк	Накопительный счёт	0,88	1,00	0,07	0,01	0,18	0,54
Газпромбанк	Накопительный счёт «Ежедневный процент»	0,74	1,00	0,07	0,01	0,18	0,49
ВТБ	Накопительный ВТБ-Счёт	0,99	1,00	0,39	0,03	0,94	0,75
ВТБ	Накопительный счёт «Сейф»	0,26	1,00	0,39	0,03	0,94	0,46
ВТБ	ВТБ вклад	0,53	0,33	0,39	0,03	0,94	0,47
Т-Банк	Накопительный счёт	0,39	1,00	0,48	0,32	0,71	0,53
Т-Банк	Вклад	0,86	0,00	0,48	0,32	0,71	0,57
Альфа-Банк	Накопительный Альфа-Счёт	0,68	1,00	0,28	0,49	0,71	0,64
Альфа-Банк	Накопительный Альфа-Счёт	0,19	1,00	0,28	0,49	0,71	0,45
Сбербанк	Накопительный счёт	0,38	1,00	1,00	0,02	1,00	0,60
Сбербанк	Сберегательный счёт	0,00	1,00	1,00	0,02	1,00	0,45
Сбербанк	Вклад «Управляй +»	0,48	0,00	1,00	0,02	1,00	0,49
АТБ Банк	Накопительный счёт «АТБ.Счёт»	0,71	1,00	0,00	0,00	0,18	0,46
АКБ «Абсолют Банк» (ПАО)	Накопительный счёт ПЛЮС	0,93	1,00	0,00	0,03	0,59	0,62
АКБ «Абсолют Банк» (ПАО)	Накопительный счёт	0,59	1,00	0,00	0,03	0,59	0,48

С использованием формулы (3) для расчета величины равного интервала определим набор групп ранжирования депозитных продуктов:

$$i_h = \frac{0,75 - 0,24}{3} = 0,17.$$

Таким образом, размер интервала составляет 0,17.

Разделим совокупность депозитных продуктов на три категории на основе полученных значений сводного индекса конкурентоспособности. Каждая категория характеризует уровень привлекательности депозитных продуктов для потенциальных вкладчиков:

Такое деление позволяет наглядно продемонстрировать конкурентоспособность депозитных продуктов, облегчая процесс выбора для клиентов и анализа рыночной ситуации.

Выведем результаты ранжирования по категориям конкурентоспособности в таблицу 8.

Таблица 8 – Результаты ранжирования депозитных продуктов для физических лиц по категориям конкурентоспособности

Категория	Интервал	Наименование кредитной организации	Наименование депозитного продукта
Лидеры	0,58 и более	ВТБ	Накопительный ВТБ-Счёт
		Совкомбанк	Накопительный счёт «Онлайн-копилка
		ЛОКО-Банк	Накопительный счёт «Локо. Мой выбор»
		Альфа-Банк	Накопительный Альфа-Счёт
		Россельхозбанк	Накопительный счёт «Моя копилка»
		АКБ «Абсолют Банк» (ПАО)	Накопительный счёт ПЛЮС
		ЛОКО-Банк	Накопительный счёт
		Сбербанк	Накопительный счёт
Средний уровень	0,41-0,58	Т-Банк	Вклад
		Банк Зенит	Счёт «Новый горизонт»
		Транскапиталбанк	Накопительный счёт «ТКБ.Выгодный»
		Газпромбанк	Накопительный счёт
		Т-Банк	Накопительный счёт
		Дом.РФ	Накопительный счёт
		Транскапиталбанк	Накопительный счёт «ТКБ.Свободные средства»
		Росбанк	Накопительный счёт «#ЛегкоКопить»
		Сбербанк	Вклад «Управляй +»
		Газпромбанк	Накопительный счёт «Ежедневный процент»

		Банк Зенит	Счёт «Накопительный онлайн»
		АКБ «Абсолют Банк» (ПАО)	Накопительный счёт
		Россельхозбанк	Накопительный счёт «Мой счёт»
		ВТБ	ВТБ вклад
		АТБ Банк	Накопительный счёт «АТБ.Счёт»
		ВТБ	Накопительный счёт «Сейф»
		Сбербанк	Сберегательный счёт
		Альфа-Банк	Накопительный Альфа-Счёт
Ниже среднего	0,24-0,41	Росбанк	Накопительный счёт
		Россельхозбанк	Вклад «Свой вклад»
		Росбанк	Накопительный счёт «#МожноСчёт»

Так, по результатам разбиения депозитных продуктов на кластеры по категориям, можно сделать вывод, что группы заполнены неравномерно. В категорию «лидеры» попали 7 депозитных продуктов таких банков, как Банк ВТБ, Совкомбанк, Альфа-Банк, Россельхозбанк, Абсолют Банк, ЛОКО-Банк и Сбербанк. Оба анализируемых депозитных продуктов ЛОКО-Банка вышли в топ, что обусловлено в первую очередь высоким значением показателя П1.

Абсолютным лидером совокупности стал накопительный счёт банка ВТБ, имеющий одно из самых высоких значений показателя П1 наравне с накопительными счетами ЛОКО-Банка, однако наиболее конкурентоспособные значения по остальным показателям, что и определило наивысшую позицию в рейтинге.

В группу наименее конкурентоспособных депозитных продуктов попали два накопительных счёта Росбанка и вклад «Свой вклад» Россельхозбанка. Низкие значения индекса конкурентоспособности депозитного продукта Россельхозбанка продиктованы показателем П1, в свою очередь накопительные счета Росбанка данной категории проигрывают по всем показателям.

Таким образом, в рамках предложенного методического подхода удалось сформировать методику анализа конкурентоспособности депозитных продуктов для физических лиц, позволяющую определиться с выбором наиболее оптимального депозитного продукта, сбалансированного по следующим показателям: доход от хранения депозитных средств, первоначальная сумма

открытия депозита, а также показателям конкурентоспособности самой кредитной организации, предлагающей данный депозитный продукт.

Проведенное ранжирование позволило выделить наиболее конкурентоспособные депозитные продукты.

Практическое применение разработанной методики возможно в деятельности рейтинговых агентств и финансовых агрегаторов, предоставляющих клиентам информацию о депозитных продуктах. Внедрение автоматизированного механизма оценки позволит вкладчикам принимать более осознанные решения при выборе банковского депозита.

В дальнейшем методика может быть усовершенствована за счет расширения набора учитываемых факторов, внедрения персонализированных весовых коэффициентов для разных категорий клиентов и автоматизации расчетов с применением цифровых технологий.

Таким образом, результаты исследования имеют как теоретическую, так и практическую значимость, способствуя развитию более объективных подходов к оценке конкурентоспособности банковских продуктов.

Использованные источники:

1. Аристова Е.М. Определение рейтинга объектов // Вестник Воронежского государственного университета. – 2014. – № 2. – С. 51–56.
2. Васильева Ю.А. Развитие системы повышения качества банковских услуг для усиления их конкурентоспособности: дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2021. – 174 с.
3. Гасанбекова Э.А. Направления повышения конкурентоспособности банковских продуктов в современных условиях // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 10. – С.77-89.
4. Годун М.В. Современный подход к оценке конкурентоспособности банковских продуктов // Маркетинг и логистика. – 2017. – № 2 (10). – С. 45-56.

5. Емадаков Р.Ю. Анализ факторов формирования конкурентоспособности банковского продукта (услуги) // Вестник Марийского государственного университета. – 2020. – № 10. – С. 82-91.
6. Коликова Е.М. Международная деятельность российских банков по обеспечению их конкурентоспособности на мировом рынке банковских услуг: дис. ... канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону, 2021. – 172 с.
7. Лютый И.А., Солодка О. О. Банковский маркетинг. – Киев: Центр учебной литературы, 2010. - 776 с.
8. Мамедов Б.И. Конкуренция на рынке банковских услуг: проблемы и тенденции развития // Молодой ученый. — 2022. — № 7 (402). — С. 250-253.
9. Перехожев В.А. Конкурентоспособность банковского продукта на региональном рынке: дис. ... канд. экон. наук– Санкт-Петербург, 2003.–24 с.
10. Ткаченко И.С. Выбор банка для осуществления депозитного вклада с помощью метода анализа иерархий // Universum: экономика и юриспруденция. – 2015. – № 11-12 (21). – С. 47-59
11. Хасанова Л.Т. Формирование конкурентоспособности банковских услуг с использованием технологии бенчмаркинга: дис. ... канд. экон. наук. - Пенза, 2011. - 24 с.
12. Хромова Я.А. Методы оценки конкурентоспособности банковских продуктов и услуг // Общество и цивилизация. – 2024. – № 1. – С. 99-102.
13. Банки.ру [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.banki.ru/> (Дата обращения: 01.11.2024).
14. Официальный сайт ПАО Сбербанк [Электронный ресурс]. - URL: https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/groupresults/october_2023 (Дата обращения: 02.10.2024).
15. Официальный сайт Центрального банка РФ // Динамика максимальной процентной ставки (по вкладам в российских рублях) десяти кредитных организаций, привлекающих наибольший объем депозитов физических лиц

[Электронный ресурс]. - URL: <https://www.cbr.ru/statistics/avgprocstav/> (Дата обращения: 07.11.2024).

16. Финансовый портал Выберу [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vbr.ru/> (Дата обращения: 13.12.2024).
17. Центральный Банк Российской Федерации: офиц. сайт. [Электронный ресурс]. – URL: <https://cbr.ru/> (Дата обращения: 10.11.2024).
18. Siudek T., Zawajska A. Banking Products and Services as Crucial Drivers of Bank Competitiveness Within the Financial Market: A Review Approach. *European Research Studies Journal*. – 2024. – Т. 27. – №. 3. – С. 974-1007.
19. Sumarevich Y. V., Yasiukaits D. I. COMPETITIVENESS OF BANKING PRODUCTS //ББК 65 Н 34. – 2018. – С. 193.

References:

1. Aristova E.M. (2014) Opredelenie reitinga ob"ektov [Determining the rating of objects]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2, pp. 51-56.
2. Vasil'eva YU.A. (2021) Razvitie sistemy povysheniya kachestva bankovskikh uslug dlya usileniya ikh konkurentosposobnosti. Extended abstract of Doctor's thesis. [Development of a system for improving the quality of banking services to enhance their competitiveness], Moscow, 174 p.
3. Gasanbekova E.H.A. (2014) Napravleniya povysheniya konkurentosposobnosti bankovskikh produktov v sovremennykh usloviyakh [Directions of increasing the competitiveness of banking products in modern conditions]. *Ehkonomika i predprinimatel'stvo*, no. 2, pp.77-89.
4. Godun M.V. (2017) Sovremennyyi podkhod k otsenke konkurentosposobnosti bankovskikh produktov [A modern approach to assessing the competitiveness of banking products]. *Marketing i logistika*, no. 2 (10), pp. 45-56.
5. Emadakov R.YU. (2020) Analiz faktorov formirovaniya konkurentosposobnosti bankovskogo produkta (uslugi) [Analysis of factors shaping the competitiveness of a banking product (service)]. *Vestnik Mariiskogo gosudarstvennogo universiteta*, no 10. – pp. 82-91.

6. Kolikova E.M. (2021) Mezhdunarodnaya deyatel'nost' rossiiskikh bankov po obespecheniyu ikh konkurentosposobnosti na mirovom rynke bankovskikh uslug. Extended abstract of Doctor's thesis. [International activities of Russian banks to ensure their competitiveness in the global banking market], Rostov-on-Don, 172 p.
7. Lyutyi I.A., Solodka O.O. (2010) Bankovskii marketing [Banking marketing]. Kiev: Center for Educational Literature, 776 p.
8. Mamedov B.I. (2022) Konkurenciya na rynke bankovskikh uslug: problemy i tendentsii razvitiya [Competition in the banking services market: problems and development trends]. Molodoi uchenyi, no. 7 (402), pp. 250-253.
9. Perekhozhev V.A. (2003) Konkurentosposobnost' bankovskogo produkta na regional'nom rynke: kand. ehkon. nauk [Competitiveness of the banking product in the regional market]. St. Petersburg, 24 p.
10. Tkachenko I.S. (2015) Vybora banka dlya osushchestvleniya depozitnogo vklada s pomoshch'yu metoda analiza ierarkhii [Choosing a bank to make a deposit using the hierarchy analysis method]. Universum: Economics and Law, no. 11-12 (21), pp. 47-59.
11. Khasanova L.T. (2011) Formirovanie konkurentosposobnosti bankovskikh uslug s ispol'zovanie tekhnologii benchmarkinga. Extended abstract of Doctor's thesis. [Formation of competitiveness of banking services using benchmarking technology], Penza, 2011, 24 p.
12. Khromova YA.A. (2024) Metody otsenki konkurentosposobnosti bankovskikh produktov i uslug [Methods for assessing the competitiveness of banking products and services]. Obshchestvo i tsivilizatsiya, no. 1, pp. 99-102.
13. Banki.ru. Available at: <https://www.banki.ru/> (Date of access: 11/01/2024) (in Russian)
14. Ofitsial'nyi sait PAO Sberbank [Official website of Sberbank PJSC]. Available at: <https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/groupresults/> (Date of access: 02.10.2024) (in Russian)

15. Ofitsial'nyi sait Tsentral'nogo banka RF. Dinamika maksimal'noi protsentnoi stavki (po vkladam v rossiiskikh rublyakh) desyati kreditnykh organizatsii, privlekayushchikh naibol'shii ob'em depozitov fizicheskikh lits [Official website of the Central Bank of the Russian Federation. Dynamics of the maximum interest rate (on deposits in Russian rubles) of ten credit institutions attracting the largest volume of deposits from individuals]. Available at: <https://www.cbr.ru/statistics/avgprocstav> (Date of access: 02/10/2024). (in Russian)
16. Finansovyi portal Vyberu [Choosing a Financial portal]. Available at: <https://www.vbr.ru/> (Date of access: 13/12/2024). (in Russian)
17. Tsentral'nyi Bank Rossiiskoi Federatsii: ofits. Sait [The Central Bank of the Russian Federation: official website]. Available at: <https://cbr.ru/> (Date of access: 10/11/2024). (in Russian)
18. Siudek T., Zawajska A. Banking Products and Services as Crucial Drivers of Bank Competitiveness Within the Financial Market: A Review Approach. *European Research Studies Journal*. – 2024. – Т. 27. – №. 3. – С. 974-1007.
19. Sumarevich Y. V., Yasiukaits D. I. COMPETITIVENESS OF BANKING PRODUCTS //ББК 65 Н 34. – 2018. – С. 193.

© Гунгер А.А., Протас Н.Г., 2025 *Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №1/2025.*

Для цитирования: Гунгер А.А., Протас Н.Г. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ДЕПОЗИТНЫХ ПРОДУКТОВ // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №1/2025