

Секція: PR, реклама и маркетинг

ШУМКОВА ОЛЕНА ВОЛОДИМИРІВНА

к.е.н., доцент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет,

м. Суми, Україна

ШУМКОВА ВІКТОРІЯ ІГОРІВНА

к.е.н., асистент кафедри статистики, АГД та маркетингу

Сумський національний аграрний університет,

м. Суми, Україна

**ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЙ ПРОДАЖУ КАРТКОВИХ
ПРОДУКТІВ У БАНКУ**

Нові умови розвитку банківської системи диктують банківським установам жорсткі умови конкурентної боротьби як за потенційного, так і наявного клієнта. Кожного дня банківські установи збільшують сферу впливу на ринку банківських послуг. Для отримання максимальних конкурентних переваг банки знижують тарифи, працюють у збиток, створюють нові послуги та розробляють максимально ефективні стратегії для продажів власних банківських послуг.

Головною метою стратегії продажу є залучення (втримання) клієнтів і ріст позитивного іміджу банку, що виражається у впізнаваності бренду.

Що стосується банківського сектору України, то впізнаваність бренду комерційного банку залежить від таких факторів:

- 1) назва, яка добре запам'ятовується та асоціюється з чимось позитивним;
- 2) фірмовий стиль, який включає в себе логотип банку, слоган банку, гаму кольорів та інші атрибути, які супроводжують діяльність банку;

- 3) місія - конкретне змістовне формулювання цілей і завдань діяльності банку у глобальній перспективі;
- 4) цінності - ключові параметри взаємодії банку з різними групами зацікавлених осіб;
- 5) позиціонування - пошук необхідного сегмента для розміщення пропозицій банку.[1, с. 101; 2, с.271]

ПАТ «Державний ощадний банк України» (АТ «Ощадбанк»), який є одним із чотирьох державних банків України і який займає перше місце серед усіх банків за рівнем надійності для фізичних та юридичних осіб, постійно слідкує за наведеними вище факторами.

Однак, фактор позиціонування на ринку вимагає постійного моніторингу ситуації, вивчення брендів конкурентів та повсякчасного знаходження оптимальних рішень для задоволення потреб клієнтів банку.

Для цього АТ «Ощадбанк» періодично запускає нові групи послуг для існуючих, перспективних та потенційних клієнтів. Однією з таких новинок є група беззаставних кредитних продуктів. Банком було розроблено стратегію продажів беззаставних кредитних продуктів для різних категорій клієнтів, які активно використовуються в усіх відділеннях банку по всій території України.

Беззаставні кредити традиційно вважаються найбільш ризиковими видами кредитів, адже вони надаються без оформлення забезпечення під фінансову поруку.

АТ «Ощадбанк» пропонує своїм клієнтам такі види беззаставних кредитів (вони розділені у відповідності до клієнтських груп фізичних осіб):

- «Мій кредит»;
- «Моя кредитка»;
- Кредитна лінія БПК (для банківської платіжної картки). Існують окремо

для зарплатних карток та для пенсійних карток.[3]

В АТ «Ощадбанк» беззаставний кредит має форму кредиту овердрафт. Кредит овердрафт використовується для оплати платіжних документів понад залишок коштів на їх поточних рахунках. Такий кредит надається лише платоспроможним клієнтам.

Овердрафт встановлюється банком самостійно, за згодою клієнта, на зарплатну чи пенсійну картку клієнта, з урахуванням розміру його зарплати чи пенсії, і не вимагає самостійного погашення від клієнта, так як такі надходження на картку автоматично погасять цю заборгованість.

Для того, щоб клієнт-фізична особа отримав доступ до кредиту овердрафт у нього повинен бути відкритий поточний рахунок в банку та оформлена платіжна картка.

Для цього клієнтові необхідно звернутися до ПАТ «Державний ощадний банк України» та подати наступні документи:

- документ, що ідентифікує особу згідно Законодавства України;
- номер облікової картки платника податків (ідентифікаційний номер) – обов'язково для фізичних осіб-резидентів та за наявності для фізичних осіб-нерезидентів;
- у відділенні банку клієнт заповнює заяву про відкриття поточного рахунку. В заяві також вказується зразок підпису для ідентифікації клієнта та надається інформація про місячні доходи та витрати клієнта.[3, 4]

Якщо платіжна картка відкривається на підприємстві для всіх працівників, заяви не складаються.

Тарифи та основні умови беззаставного кредитування від ПАТ «Державний ощадний банк України» наведено в таблиці 1.[3]

Таблиця 1

Основні тарифи для беззаставних кредитів АТ «Ощадбанк»

Умови	Кеш кредит «Мій кредит»	Кредитна картка «Моя кредитка»	Кредитна лінія БПК
Оформлення тарифного пакету	50 грн.	безкоштовно	Безкоштовно або згідно з тарифними пакетами
Зняття власних / кредитних коштів в банкоматі або касі Ощадбанку	1% / 1,5%	1% / 3,5%	безкоштовно
Зняття коштів в банкоматі інших банків	2%+5грн.	4%+5грн.	безкоштовно або 1,5%+ 5 грн.
Розрахунок картою в термінальній мережі або мережі Інтернет	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно
Поповнення картки через касу	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно
Поповнення карти через термінал самообслуговування	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно
Поповнення карти через web та mobile banking Ощад 24/7	безкоштовно	безкоштовно	безкоштовно

При розробці стратегій продажу беззаставних кредитів банк обов'язково повинен визначити головні потреби клієнтів, розробити алгоритми продажів та встановити портфельні паритети для кожної із послуг, тобто розподілення пріоритетних напрямків продажу.

Стратегія продажів беззаставних банківських продуктів наведена в таблиці 2.

Детально розглянемо основні стратегії продажів беззаставних кредитів овердрафт ПАТ «Державний ощадний банк України».

1. Стратегія продажів беззаставних кредитів - співробітникам банку. Співробітникам банку беззаставні кредитні продукти пропонуються без

будь якої пріоретизації, тобто співробітник банку самостійно визначає для себе продукт яким він бажає скористатися.

2. Стратегія продажу беззаставних кредитів - зовнішнім клієнтам. Дана стратегія реалізується на основі використання наступних пріоритетів (дані пріоритети були детально розглянуті в табл.2):

- Пріоритет 1 розроблений для отримання максимальних прибутків від реалізації банківської послуги;
- Пріоритет 2 розроблений з метою утримання клієнта, для подальшого переходу до Пріоритету 1.

Таблиця 2

Загальна характеристика стратегій продажів беззаставних кредитів

	Кеш кредит «Мій кредит»	Кредитна картка «Моя кредитка»	Кредитна лінія БПК
Потреба клієнта	придбання споживчих товарів та послуг – конкретна потреба	грошові кошти на випадок непередбачуваної ситуації – про запас	гроші до зарплати/пенсії
Алгоритм продажів	Пріоритет 1 - пропонується кредит готівкою «Мій кредит». Пріоритет 2 - пропонується продукт «Моя кредитка» з метою утримання клієнта (при відмові «Мій кредит»)		100% пропозиція на новому зарплатну платіжну картку, пенсіонеру
Портфельний паритет	40:40:20		

3. Стратегія продажу беззаставних кредитів – клієнтам з зарплатними або пенсійними картками. Кредитна лінія БПК має більш виражену форму овердрафту. Дана стратегія має два можливі шляхи реалізації для клієнтів-власників карток:

- 1) якщо строк дії картки менший за 6 місяців з дати відкриття рахунку – пропонується лише кредитна лінія;
- 2) якщо строк дії картки більше 6 місяців з дати відкриття рахунку – пропонується або «Мій кредит» (Пріоритет 1), або «Моя кредитка»

(Пріоритет 2).

4. Стратегія продажу беззаставних кредитів – пакетне рішення: наперед схвалене рішення кредитним комітетом роздрібного бізнесу, що є обов'язковим до виконання всіма працівниками банку.

Після розроблення стратегій продажу банку необхідно провести аналіз доходності та визначити найбільш прибутковий вид беззаставного кредиту. Детальний аналіз доходності проектів беззаставного кредитування наведено в таблиці 3.[3, 4]

Таблиця 3

Доходність реалізації беззаставних кредитів

	Кеш кредит «Мій кредит»	Кредитна картка «Моя кредитка»	Кредитна лінія БПК
Сума кредиту	від 1 000 до 50 000 грн.		до 250 000 грн.
Вид кредиту	разовий кредит	відновлювана кредитна лінія	відновлювана кредитна лінія
Строк	до 5 років		Строк дії БПК (платіжної картки)
Процентна ставка, міс.	4,7%	3,16%	від 2%
Комісії банку	5%	0%	0%
погашення кредиту	стандартний метод	5% тіла + %	%
Вартість картки	50 грн.	не тарифікується	Згідно з тарифами
Страховий платіж	1.5%	відсутній	відсутній
Грейс-період	відсутній	30 днів	30 днів
Ефективний відсоток у рік	71%	47%	30%

Слід зазначити, що серед наявних проектів найбільшу ефективність має Кеш кредит (кредит готівкою) «Мій кредит», його річна ефективність складає 71%. Найменш прибутковим та ефективним проектом є Кредитна лінія БПК, ефективність якої складає 30% річних.

Таким чином, АТ «Ощадбанк» розставляє правильні пріоритети при розробці стратегій продажу банківських послуг, що у майбутньому принесе йому значний прибуток. Цінність, пріоритетність та

позиціонування, що створюється брендом банку, надає йому додаткові конкурентні переваги на ринку, підвищує довіру клієнтів, допомагає у створенні позитивної ділової репутації та іміджу.

Література:

1. Білошапка В.С. Місце інноваційних стратегій у підвищенні якості банківських послуг і продуктів / В.С. Білошапка, А.В. Корчан // Банківська справа. – 2013. – №2. – С. 99-103
2. Вергелюк Ю. Ю. Превентивні заходи регулювання кредитних послуг банків для корпоративних позичальників / Ю. Ю. Вергелюк // Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів: монографія. – Ірпінь: Вид-во Нац. ун-ту ДПС України, 2016. – С. 268–279.
3. Офіційний сайт Ощадбанку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oschadbank.ua/ua/>
4. Фінансовий портал Мінфін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.com.ua>