

УДК 336.7

Демчук Н.І.*доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів та банківської справи
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету***Александрова А.О.***студентка
Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету*

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ

У статті розглянуто визначення «банківський продукт», «банківська послуга». Вивчення особливостей функціонування ринку банківських продуктів та послуг. Розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку банківських послуг.

Ключові слова: банківська послуга, банківський продукт, банківська діяльність, банк.

Демчук Н.И., Александрова А.А. УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

В статье рассмотрены определение «банковский продукт», «банковская услуга». Изучение особенностей функционирования рынка банковских продуктов и услуг. Рассмотрены современное состояние и перспективы развития банковских услуг.

Ключевые слова: банковская услуга, банковский продукт, банковская деятельность, банк.

Demchuk N.I., Aleksandrova A.A. MANAGEMENT OF THE BANKING PRODUCTS

The article deals with the definition of «bank product», «banking service». The study of the functioning of the market for banking products and services. The current state and prospects of banking services.

Keywords: banking services, bank product, banking, bank.

Постановка проблеми. В процесі великої конкурентної боротьби все більше уваги приділяється не тільки ціновій конкуренції, але й конкуренції якості товарів та послуг. У сучасних умовах банківські установи намагаються організувати свою роботу, що носить більш сервісний характер. Розвиток банківського бізнесу протікає в умовах досить жорсткого протистояння між різними кредитними організаціями. Тому, щоб досягти успіху комерційні банки використовують різні прийоми і методи. Ринок банківських послуг є важливою складовою глобальної економіки, що забезпечує функціонування та відтворення національних та світової господарських систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення роботи ринку банківських продуктів та послуг на сьогоднішній день є досить новою для науки проблемою. В даний час здобули популярність роботи таких вітчизняних та зарубіжних економістів як Ткачук В.В., Ніколаєва Т.П., Дзюблюк О.В., Нікітін А.В., Лютий І.О., Андреев А.С., Ф. Котлер, Мороз А.М., Савлук М.І. та інших.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає:

- визначити сутність поняття «банківський продукт», «банківська послуга»;
- дослідити основні підходи їх формування.

У зв'язку з тим, що банки є суб'єктами підприємництва, поняття їх товарів, з одного боку, має відповідати загальноновизнаним поняттям товарів, а з іншого – враховувати особливості банківської діяльності. Загалом товар у широкому розумінні розглядається як певний продукт людської праці в матеріальній і нематеріальній субстанції та у формі послуг, який завдяки своїм властивостям здатен задовольняти наявні чи передбачувані суспільні потреби та призначений для обміну і купівлі-продажу. Важливо враховувати, що банківська справа як явище товарне, направлена на створення певних продуктів, які володіють суспільно визнаними корисними властивостями, у силу яких банк здатний задовольняти потреби клієнтів. Отже, створені банком продукти мають споживчу вартість. А будь-яка річ,

що має споживчу вартість, може бути товаром. Звідси, можемо стверджувати, що створені банком продукти, – це і є банківський товар.

Банк, на відміну від підприємств інших галузей економіки створює свій власний специфічний продукт у вигляді грошових ресурсів і послуг, які забезпечують суспільне виробництво та обіг. У літературі неоднаковою мірою трактується суть банківського продукту [1- 3].

Великий економічний словник називає банківський продукт конкретним методом надання банком послуги клієнту, тобто системою документально оформлених процедур обслуговування клієнта [5]. Аналогічний підхід висвітлює Ю. С. Масленченков, зазначаючи, що банківський продукт – конкретний спосіб, яким банк надає свої послуги, конкретне втілення банківської послуги [6]. До того ж науковець підкреслює, що банківський продукт наділений певними значеннями ринкових параметрів: ціни, якості, додаткового сервісу, термінів та інших умов надання.

Звертаючись до основ функціонування сучасної банківської системи у світі, варто зазначити, що до 70-х років двадцятого століття діяльність банківських установ розглядалася у межах портфельної теорії (Г. Марковіц, У. Шарп, К. Коуен, Ф. Хаммер), відповідно до якої банк з урахуванням допустимого рівня ризику прагне сформулювати таке співвідношення активів, яке б дозволило максимізувати прибуток за умови підтримання певного рівня коефіцієнту ліквідності. Але, починаючи з 70-х років, у зв'язку зі зміною економічних умов існування перевагу отримала теорія існування банківської фірми, згідно з якою центр управління банком перемістився з інвестиційного портфелю на досягнення високої конкурентоспроможності на основі маркетингової концепції. Таким чином ринок банківських послуг трансформувалася з ринку виробника (банку) у ринок споживача (клієнта). Доказом такої трансформації є суттєвий ріст споживчого ринку банківських послуг, і в результаті особливого і суттєвого значення в організаційній структурі банку набули відділи маркетингу та стратегічного розвитку [9].

Мається на увазі, що при розробці банківського продукту мають задовольнятися як банківські потреби, так і обов'язково досягатися цілі клієнта (виходячи з яких він зважився на звернення до банківської установи та використання банківського продукту) та при цьому бути очевидно вигідними для пересічної господарської одиниці. При формуванні банківського продукту обов'язково необхідно зважати на те, як його сприймає клієнт. Виходячи з цього, можна трактувати поняття «якість банківського продукту» з точки зору клієнта і з точки зору банку. З погляду клієнта, критеріями якості банківського продукту є: швидкість обслуговування, строківість здійснення операцій, наявність помилок, режим і години роботи банку, якість консультування, комунікабельність працівників тощо. З погляду банку, критеріями якості його продукту є: швидкість внутрішніх робочих процесів, обсяг витрат на виправлення помилок, продуктивність праці, рівень мотивації, ступінь банківського ризику та ін. [7].

Деяко інший підхід висвітлює Ю. В. Головін, який, приймаючи за основу положення, що гроші виготовляються банками відповідно до вимог об'єктивних економічних законів, банківським продуктом вважає грошові кошти, а банківські послуги визначає як дії, що пов'язані із забезпеченням переміщення грошей з рахунку на рахунок й утворенням грошових фондів [1].

Можемо виділити три основні підходи щодо визначення сутності та взаємозв'язку між поняттями «банківський продукт» і «банківська послуга»:

- підхід, що трактує банківський продукт як конкретний прояв банківської послуги;
- підхід, що визначає «банківську послугу» як частину банківського продукту;
- підхід, що отожднює банківську послугу і банківський продукт.

Одним із основних елементів ринкової інфраструктури, що має визначальний вплив на економічний розвиток будь-якої країни, виступає банківська система. Реформування економічної системи України неможливо без існування й сталого розвитку її фінансового сектора, у якому значна роль відводиться системі комерційних банків. Це обумовлено тим, що саме комерційні банки в умовах ринку є одним із найважливіших елементів структури економіки щодо організації руху грошових і капітальних ресурсів. Із закріпленням тенденції економічного піднесення в нашій державі, питання ефективного виконання банками покладених на них у ринковій економіці функцій стають все більш значимими. Особливої ваги вони набувають в умовах загострення конкурентних відносин на українському банківському ринку.

Обмеженість джерел формування ресурсної бази та напрямів надійного вкладання капіталу вимагає від банків нових підходів до організації фінансового посередництва, спрямованих на забезпечення відповідності пропонованих послуг вимогам ринку.

Одним із головних факторів розвитку економіки України реалізації і впровадження інвестиційних програм є банківська система взагалі та банки другого рівня зокрема. Важливою якісною характеристикою банківської системи має бути її стійкість. Досягати цієї якісної характеристики неможливо без забезпечення стійкості кожного окремого банку. Основна проблема стійкості банків пов'язана з нестабільною економікою України, яка робить тільки перші кроки у напрямку відкритого суспільства з метою знайти своє місце у господарських відносинах світу. Ця проблема визначається насамперед стабільністю економічного середовища, яке оточує банк.

Важливо враховувати, що банківська справа як явище товарне, направлена на створення певних продуктів, які володіють суспільно визнаними корисними властивостями, у силу яких банк здатний задовольняти потреби клієнтів. Отже, створені банком продукти мають споживчу вартість. А будь-яка річ, що має споживчу вартість, може бути товаром [4]. Звідси, можемо стверджувати, що створені банком продукти, – це і є банківський товар.

Банківські продукти можна також поділити на класичні (обслуговування клієнтів у сфері кредитів, депозитів і т.д.) та нові (наприклад, обслуговування грошового ринку і ринку капіталів, іноземних трансакцій, факторинг, форфейтинг, лізинг). Чіткої межі поділу немає, оскільки і деякі нові продукти можуть стати класичними залежно від рівня розвитку ринку банківських товарів і послуг.

Сьогодні належне обслуговування клієнтів банку дозволяє збільшити ступінь їхньої лояльності до банку, а це обґрунтовано результатами фундаментальних досліджень [2; 7]:

- збільшення частини постійних покупців на 5% збільшує обсяги продажу на 25%;
- витрати на залучення нового клієнта на обслуговування до банку є більшими приблизно в 5–10 разів, аніж на утримання наявного;
- зменшення відпливу клієнтів на 5–10% забезпечує банку до 75% додаткового прибутку;
- збільшення утримання клієнтів на 5% сприяє підвищенню прибутку банку на 85%;
- задоволений клієнт повідомить про вдалу купівлю в середньому п'яти своїм знайомим, незадоволений – мінімум 10-ти;
- система CRM (Customer Relationship Management) – управління відносинами з клієнтами – підвищує якість обслуговування до 40%.

Банківські продукти пропонуються в стаціонарних пунктах продажу (відділеннях банку) або нестационарних пунктах. Стаціонарними пунктами продажу є центральні відділення банків (централізована форма) та відділення банків (децентралізована форма).

Особливості банківських продуктів:

- банківські продукти, на відміну від товарів, мають нематеріальне походження та є результатом взаємодії її виробника і споживача;
- рух банківських продуктів обмежено грошовою сферою, оскільки банківські установи працюють із грошовими ресурсами, вартість яких у процесі обігу зростає;
- банківські продукти мають виробничий характер. Банк у цьому випадку працює як підприємство, яке перетворює непрацюючі, тобто невикористані грошові ресурси, у працюючі активи, тим самим сприяючи розвитку виробництва;
- взаємодія виробника банківського продукту і споживача носить переважно довгостроковий характер.

Банківська послуга є одним з результатів функціонування банку. Шляхом надання послуг клієнтам банк здійснює свою діяльність на ринку, формує своє ринкове становище. Асортимент послуг сучасного комерційного банку є дуже великим, а самі послуги – різноманітні. У той же час послуги більшості банків схожі, що сприяє посиленню банківської конкуренції і змушує банки шукати нові більш дієві методи і форми роботи з клієнтами.

Для збільшення обсягів збуту своїх послуг банки найчастіше вдаються до об'єднання декількох взаємопов'язаних послуг в один пакет (у тому числі із залученням компаній суміжних галузей діяль-

ності), до надання додаткових послуг, створюють подібні послуги.

Відкриття вкладів приватними особами в більшості банків супроводжується видачею клієнтові пластикової карти, за допомогою якої після закінчення терміну вкладу клієнт зможе розпоряджатися своїми грошима. Для деяких груп клієнтів, об'єднаних єдиними потребами, банки створюють закінчені набори послуг, в рамках яких вони можуть вибрати необхідні кредитні, депозитні, платіжні та інші послуги.

Банківським продуктом – є сукупність банківських операцій, спрямованих на задоволення конкретної потреби клієнта. Продукт можна розглядати як зовсім іншу форму послуги, яку банк надає в певний час і на певному ринку. Саме за допомогою розробки продуктів банки пропонують себе на ринку, на їх основі створюють свій бренд, формують нові запам'ятовуються назви і образи.

Базовий елемент банківського продукту – є технологія, яка визначає тип продукту. Такими технологіями є поточні рахунки, депозити та ощадні рахунки, кредити (овердрафт, автокредит, іпотека, кредитна лінія).

Також банківські продукти включають в себе карткові рахунки (мається на увазі різновид поточних операцій і доступ до коштів, які використовуються через платіжні картки). Платіжні картки стали одним з інструментів дистанційного банківського обслуговування: за їх допомогою виконуються операції по рахунках. Крім того, поширеною послугою останнім часом став інтернет-банкінг: послуга, яка дозволяє дистанційно проводити банківське обслуговування клієнтів.

Враховуючи поділ критеріїв якості банківських продуктів на цінові та нецінові зупинимось на останніх. Так, доцільним, на думку автора, є вивчення основних напрямків та методів застосування концепції управління якістю банківських послуг на прикладі тих заходів, що застосовують деякі банки.

Тобто, для того, щоб банківська операція перетворилась на банківський продукт, вона має містити такі ознаки: мати фінансовий характер; орієнтуватися на задоволення потреби клієнтів; проводитись відповідно до технологічного процесу. Причому саме технологія надання банківської послуги може стати провідним аспектом, що дозволить ефективно керувати фінансовими потоками, що виникають в процесі діяльності банку.

Отже, надання банківських послуг утворює певний сервісний потік для клієнтів банку, який слід розглядати у взаємодії та єдності із фінансовими та інформаційними потоками банку, які потребують використання ефективної технології управління цими потоками, що забезпечить максимально задоволення потреб ринку у банківському обслуговуванні.

Сукупність продуктів, що пропонує банк своїм клієнтам, складає його портфель. До портфеля банківських продуктів можуть відноситися такі продукти та послуги банку: відкриття поточних рахунків клієнтам; відкриття карткових рахунків клієнтам; відкриття депозитних рахунків клієнтам; кредитування клієнтів; продаж ювілейних монет; замовлення власного сейфа; замовлення дорожнього чека; оформлення страхового полісу; придбання заставного майна; придбання зливка банківського золота; грошові перекази.

Оптимізація цього портфеля є необхідністю для ефективної роботи фінансової установи. Відсоткові доходи займають вагомую частку серед усіх доходів банків, отже, від того, наскільки збалансованими будуть кредитний та депозитний портфелі банків, залежить їх фінансовий добробут. Специфіка банківської діяльності

полягає в дотриманні балансу між строками та об'ємами наданих кредитів та отриманих депозитів банку, з яких буде складатись, відповідно, кредитний та депозитний портфелі банку. Існують такі методи оптимізації кредитного портфеля банку, як: лімітування, диверсифікація, сек'юритизація, страхування – за допомогою яких банк самостійно обирає такі важливі аспекти кредитування, як: пріоритетні сфери кредитування, необхідний обсяг кредитування, захищеність кредитів, пріоритетні клієнти для кредитування, необхідність розширення клієнтської бази банку [2].

Останнім часом особливе значення для портфеля банківських послуг відіграло співробітництво банків зі страховими компаніями, коли банківські експерти (менеджери), продаючи такий банківський продукт, як кредит, додатково мають змогу пропонувати клієнтам страхові послуги, що, як правило, стосуються кредиту. Найчастіше страхуванню підлягають застава або життя, здоров'я та працездатність клієнта. Хоча банк перераховує отримані клієнтом кошти на рахунок страхової компанії, проте й він сам отримує прибуток від цього виду продукту.

Банківські послуги активно впливають на розвиток економіки України як на макро-, так і на мікрорівні. По перше, банківська послуга є одним із дійових факторів інтенсифікації відтворюваного процесу в цілому і такої його складової, як обмін, зокрема. По-друге, банківські послуги відіграють значну роль у задоволенні потреб населення, підвищенні його життєвого рівня шляхом надання споживчих кредитів і впливу на розвиток малого бізнесу

Банківські установи надають послуги, розробляють нові банківські продукти і здійснюють їх просування та поширення на ринку, а також підтримують уже існуючі банківські продукти. Зазначену діяльність банків об'єднує ринок банківських послуг, що є логічним результатом діяльності банків.

Для клієнтів банку головною перевагою депозитів до запитання є їх висока ліквідність, що надає можливість безпосереднього їх використання як засобу платежу. Водночас основним недоліком даного виду рахунків є незначна величина процентної плати за ними або повна її відсутність. Дані обставини досить часто спонукають власників депозитів до запитання вишукувати інші, більш доходні способи розміщення своїх коштів. У зв'язку з цим комерційні банки намагаються запропонувати клієнтам по можливості більший асортимент додаткових послуг, пов'язаних з веденням рахунків до запитання. В Україні ринок таких послуг поки що не набув достатнього розвитку в силу обмеженості конкуренції у банківській сфері.

Поступова стабілізація економічної ситуації в Україні вимагає від банків активізації їх роботи щодо надання депозитних послуг. Сьогодні основна частка депозитів до запитання, що розміщуються в банках, належить юридичним особам.

Банкам доцільно більшу увагу приділяти розвитку депозитних послуг для населення. Це вимагає від банків нових підходів до встановлення форм депозитних рахунків, розширення кола депозитних рахунків з різноманітними режимом функціонування, впровадження нової техніки і технологій ведення банківських операцій із асосуванням різноманітних засобів (чекових книжок, кредитних карток, надання кредитів власникам поточних рахунків у формі овердрафту та ін.).

Це дозволило б повніше задовольняти потреби клієнтів у різноманітних послугах та поліпшити якість обслуговування. Ефективним засобом, розширення депозитних послуг є різноманітні дебе-

тові і кредитні картки, що можуть використовуватись для оплати товарів і послуг, отримання готівки та надання низки інших додаткових можливостей, що стимулює їх власників до розміщення коштів у банку. Цьому сприятимуть також достатні гарантії банку щодо повернення коштів вкладникам у разі банкрутства банку.

Отже, банківський продукт – це результат діяльності банку на ринку, який втілюється у формі послуг. Банківська послуга, в свою чергу, – технологічно взаємозв'язана сукупність банківських операцій, які реалізуються банком клієнтові на договірній основі та направлені на задоволення потреб клієнта в банківському обслуговуванні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Головин Ю. В. Банки и банковские услуги в России: вопросы теории и практики / Ю. В. Головин. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 416 с.
2. Дубовик О. В. Маркетинг у банку: навч. посібник / О. В. Дубовик, С.
3. Киселев В. В. Управление банковским капиталом (теория и практика). – М.: Экономика, 1997. – 256 с.
4. М. Бойко, М. А. Вознюк, Т. Д. Гірченко. – 2-ге вид. – К.: Алерта, 2010. – 275 с. 2.
5. Кочетков В. М., Нікітін А. В. Маркетинг у банку: Конспект лекцій. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2002. – 88 с.
6. Самуельсон П., Нордгауз В. Макроекономіка. К.: Основи, 1995. – 462с
7. Сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
8. Павленко Р. В. Сучасні банківські продукти як чинники соціально-економічного розвитку України [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2011_7/15SBP.pdf
9. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг: Підручник. – Київ: ЦНЛ, 2004. – 344 с.
10. Федірко В. В. Управління клієнтською базою в системі відносин банку: дис. канд. екон. наук. В. В. Федірко. – Суми, 2009. – С. 236.