

Сілакова Г.В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів

Дзів Ю.М.

студентка кафедри фінансів

Національний університет харчових технологій

м. Київ, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КАТЕГОРІЇ «БАНКІВСЬКИЙ ПРОДУКТ»

Ринок банківських послуг України характеризується підвищеними вимогами до діючих банків з боку органів державного регулювання та контролю, значною конкуренцією, використанням сучасних комп'ютерних технологій та складних фінансових схем, підвищеними вимогами до фахівців, які їх здійснюють. У таких умовах комерційний банк не може діяти продуктивно протягом тривалого часу без ефективних принципів управління та підходів до вирішення стратегічних та оперативних завдань. Таким підходам відповідає розробка стратегії банку, основу якої становить продаж банківських продуктів, що відповідають потребам споживачів та забезпечують банку необхідний рівень прибутковості [1].

Узагальнення економічних джерел свідчить про наявність істотних розбіжностей у визначеннях терміну «банківський продукт». Разом із цим, виникають питання, який продукт реалізує банк і чому мова йде про продукт, а не про послуги. Переважна більшість вчених робить висновок, що послуги виражають відносини між виробником і споживачем, а операції - відносини всередині банку як виробника, що характеризують взаємовідносини між певними працівниками банку.

Отже, під банківською послугою [2] доцільно розуміти діяльність банку, що направлена на задоволення потреби клієнтів у прирості ресурсів, отримання додаткових ресурсів, проведенні розрахунків, зберіганні й інформаційному забезпеченні.

З метою надання певних послуг банк має провести низку операцій. Кількість та трудомісткість таких операцій формують безвідсоткову складову собівартості банківських продуктів.

Розрахунково-касові операції комерційного банку пов'язані з такими послугами, як відкриття клієнту розрахункового (поточного) рахунку, надсилання запитів (телеграм) на прохання клієнта, видача дубліката з особового рахунку, довідки про відкриття рахунку в банку, надання довідок із архіву про проведення розрахункової операції на прохання клієнта, видача чекових книжок, аваль простих і переказних векселів, зберігання в банку цінностей, попередня підготовка готівки і забезпечення її доставки клієнту.

Здійснення операцій по кредитуванню, тобто видача і погашення кредиту, нарахування і сплата відсотків неможливо уявити без таких послуг, як підготовка пакету документів для видачі кредиту, оформлення пролонгації дії умов кредитного договору, участь у підготовці договору застави матеріальних цінностей або цінних паперів клієнта, видача банком поручительства або гарантії погашення кредиту і відсотків по ньому, видача банком гарантії оплати поставлених товарно-матеріальних цінностей, проведення на прохання клієнтів аналізу фінансово-господарської діяльності з наданням рекомендацій. Залучення банком ресурсів для кредитування нерозривно пов'язано з послугами банку з відкриття депозитних рахунків для юридичних осіб, розвитком роботи банку щодо залучення внесків громадян до запитання, термінових, цільових, договірних, накопичувальних, видачею внесків, методологічною і інструктивною допомогою в організації ведення обліку депозитних операцій підприємствами тощо.

Дохідними для комерційного банку є також й операції з цінними паперами. Розвиток таких операцій пов'язаний з такими послугами, як первинне розміщення цінних паперів інших емітентів, послуги з купівлі (продажу) цінних паперів для юридичних і фізичних осіб, зберігання в банку свідоцтв акціонерів, цінних паперів клієнтів, купівля і продаж цінних паперів на фондовій біржі за дорученням клієнта, спостереження за курсом цінних паперів, операції з

цінними паперами населення, консультаційні послуги із організації випуску акцій, облігацій, розвитку ринку цінних паперів тощо [4].

Операції щодо фінансування і кредитування капітальних вкладень підприємств є найскладнішими і трудомісткими в діяльності комерційних банків. Тому такі операції супроводжуються безліччю банківських послуг, серед яких: складання завдань на проектування; перерахунок зведених кошторисних розрахунків вартості будівництва за індексами; контроль правильності складання і обґрунтування витрат у договірних цінах на будівництво і проектну продукцію (до їх узгодження і затвердження); проведення інвентаризації виконаних і сплачених обсягів будівельно-монтажних і ремонтно-будівельних робіт; перевірка платіжних документів за виконані роботи; технічний нагляд за здійсненням будівництва об'єктів, надання допомоги по розміщенню замовлень на виконання проектно-дослідницьких, будівельно-монтажних і пусконаладжувальних робіт; експертиза проектно-кошторисної документації на технічно нескладні об'єкти або кошторисної частини проектів на інші будівництва і об'єкти; складання кошторисної документації або надання допомоги в її складанні на об'єкти капітального ремонту.

Комерційний банк орієнтується на приріст свого прибутку та реалізацію своїх ресурсів. Функція банку з перерозподілу коштів в економіці припускає залучення тимчасово вільних грошових коштів у одних суб'єктів економіки у вигляді внесків і депозитів і їх передачу іншим суб'єктам у вигляді кредитів і інвестицій.

Такий тісний зв'язок між залученням і розміщенням ресурсів приводить деяких вчених-економістів до об'єднання кредитів і депозитів в один банківський продукт. На перший погляд, така точка зору повністю логічна. Залучаючи депозит, банк виплачує своєму вкладникові певний відсоток. Виходячи із цього, здається справедливим твердження, що якщо витрати банку, пов'язані з оплатою депозитів, значно перевищують доходи від надання додаткових послуг, пов'язаних із обслуговуванням депозиту, а кредитні – з

отриманням доходу від позичальників, який компенсує витрати банку, пов'язані із залученням ресурсів, то необхідно об'єднати ці два продукти в один.

Важливим елементом фінансового комплексу комерційного банку є банківський продукт, оскільки всі відносини між банком і клієнтом виникають через пропозицію банківського продукту.

В банківському продукті виділяються два рівні: базовий продукт та розширений продукт. Базовий асортимент включає стандартний набір основних послуг комерційного банку: депозитні, послуги по розрахунково-касовому обслуговуванню, кредитуванню, інші базові послуги.

Розширений асортимент послуг формується по мірі розвитку банку, за рахунок введення нових послуг або заміни вже існуючих. Даний процес спрямований на те, щоб перетворити випадкового клієнта на постійного. Основний акцент при цьому робиться на комплексне банківське обслуговування, тобто надання пакету послуг.

Таким чином, поняття «банківська послуга» та «банківський продукт» є словами синонімами: банківський продукт – це комплекс послуг за активними та пасивними операціям, а під банківською послугою розуміють продукт, який задовольняє потреби клієнта [3].

Зростання та диверсифікація ринку банківських послуг, поява нових потреб, глобалізація, зростання конкуренції, фінансові, податкові, технологічні, інформаційні і інші нововведення змушують вітчизняних банкірів розширювати перелік банківських продуктів.

На ринку банківських послуг виділяють «клієнтський підхід», в основі якого лежить спрямування дій працівників банківських установ на задоволення потреб клієнта. Банківська послуга тут є результатом обслуговування клієнтів чи виконання банківських операцій з метою задоволення потреб клієнта.

Дослідження асортименту послуг, які надаються вітчизняними банками, показали наявність залежності представлених послуг від розміру банку.

Надаючи ту чи іншу послугу, банк, в першу чергу, отримує вигоду для себе. Банківські послуги надаються фізичним, юридичним особам та фінансовим організаціям. Банківські активні та пасивні операції та послуги є основними банківськими продуктами.

Розширений банківський продукт сформований із продуктів та послуг, спрямованих на утримання і повторне залучення клієнтів шляхом підвищення якості фінансово-кредитних відносин банку і клієнта. З цією метою створюються особливі умови реалізації банківських послуг, обумовлюючи творчу співпрацю та психологічний комфорт у фінансово-кредитних відносинах клієнта та банка.

Клієнт звертається в банк для вирішення власних питань у вигляді потреб у наданні послуги, а лише потім він акцентує свою увагу на параметрах банківського продукту. Банківська операція сприймається клієнтом як додатковий елемент банківського продукту. У зв'язку з цим, з метою підвищення конкурентоспроможності і поліпшення банківських послуг необхідно розширювати або покращувати інші банківські продукти, що направлені на утримання клієнта.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васильев А. В. Мониторинг качества банковских услуг / А. В. Васильев, Е. Б. Герасимова, Л. С. Тишина. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. – 112 с.
2. Мирецкий А. П. О сущности банковских услуг и банковских продуктов / А. П. Мирецкий // Вестник СГСЭУ. – 2002. – № 4. –С. 64 – 70.
3. Яцевич А. В. Возможности Интернет для рынка банковских услуг [Электронный ресурс] / А. В. Яцевич. – Режим доступа : http://yas.narod.ru/andy/ib_content.htm.