

Понятие банковского продукта

The concept of banking products

Витун Светлана Емельяновна, кандидат экономических наук, доцент, заместитель декана по научной работе факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

Vitun Sviatlana, PhD in Economics, Associate Professor, Deputy Dean for Research, Faculty of Economics and Management Yanka Kupala State University of Grodno
e-mail: wsveta70@mail.ru

Филончук Роман Владимирович, магистрант 2-го курса специальности «Финансы, денежное обращение и кредит» факультета экономики и управления Гродненского государственного университета имени Янки Купалы

Filanchuk Raman, 2-year postgraduate of the Department «Finance, monetary circulation and credit», Faculty of Economics and Management, Yanka Kupala State University of Grodno
e-mail: r.filonchuk@gmail.com

Аннотация

В статье представлены дискуссионные вопросы в области единства и различий таких понятий, как «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция». Кратко рассматривается история развития понятийного аппарата в отношении предмета банковской деятельности, выделяются основные предпосылки возникновения проблематики в данной теме. В статье также приводится критический обзор основных подходов российских, отечественных и зарубежных авторов в определении такого понятия, как «банковский продукт». Эти подходы обобщаются в четыре основные концепции в понимании данного термина. В результате проведенного анализа понятийного аппарата с учетом существующей банковской практики была внесена корректировка в определение термина «банковский продукт».

Ключевые слова: банк, банковский продукт, банковская услуга, банковская операция, банковская сфера, потребности клиента.

Abstract

The article presents the debatable questions in the field of unity and differences of such concepts as «banking product», «banking services» and «banking operations». It briefly discusses the history of the development of the conceptual apparatus in relation to the subject of banking activity, highlights the main prerequisites of problems in a particular area. The article also provides a critical overview of the main approaches of Russian, local and foreign authors in defining the concepts «banking product». These approaches are summarized in four basic groups of understanding this term. The analysis of the conceptual apparatus regarding the existing banking practices resulted in the adjustments to the definition of the concept «banking product».

Keywords: bank, banking products, banking services, banking operation, banking, customer needs.

Поступила в редакцию / Received: 07.10.2014

Web: <http://elibrary.miu.by/journals/item.eiup/issue.41/article.8.html>

Введение

После развала Советского Союза бывшие страны-участницы перешли на новый, т.е. рыночный уклад экономики. Являясь системообразующим звеном в финансовой системе любого государства, банковский сектор, особенно в последнее десятилетие, развивался ускоренными темпами. Банки перенимали европейский, американский, японский опыт и адаптировали его к действующей практике Республики Беларусь. За последние двадцать лет коммерческим банкам удалось внедрить новые процессы и инструменты управления финансовыми, материальными и человеческими ресурсами. Основной целью преобразований выступало удовлетворение растущих потребностей клиентов, разработка и предложение новых банковских услуг.

В результате на сегодняшний день банковский сектор является наиболее развитой сферой экономики в постсоветских странах. Фактически банки из финансового посредника, «операциониста», осуществляющего определенный узкий спектр операций, превратились в комплексные компании, способ-

ные удовлетворить широкий спектр финансовых потребностей клиента.

По существу, произошло коренное переосмысление места и роли банков в системе экономических отношений как на уровне государства, так и на уровне отдельно взятого предприятия (организации) и домохозяйства. Вместе с этим в банковскую практику пришли новые понятия и термины, такие как «банковский продукт».

Следует отметить, что сам подход к рассмотрению деятельности банка через управление банковскими продуктами является достаточно новым. Поэтому понятие банковского продукта является наименее устоявшимся в сравнении с понятиями «банковская операция» и «банковская услуга».

Сам термин «банковский продукт» пришел к нам из западной банковской практики и является дословным переводом английского термина «banking products». Этот термин активно используется и фактически отождествляется крупнейшими банками мира с понятием «banking services», или «банковские услуги».

Однако в научных кругах, особенно среди ученых-экономистов стран СНГ, до сих пор ведутся дискуссии на тему единства и различий понятий «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция».

1. Разграничение понятий «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция»

В теоретических исследованиях в области банковских отношений среди авторов нет единства мнений по данному вопросу. Кто-то ставит во главу угла юридический или нормативно-правовой подход, рассматривая эти понятия с точки зрения трактовки законодательства страны (Е.Ф. Жуков). Ряд из них (Э.А. Уткин, Ю.Г. Максудов, В.Д. Маркова) применяют маркетинговый подход для их понимания и классификации данных категорий. А О.И. Лаврушин или Ю.В. Головин исследуют их с точки зрения теории финансов. Единственное, что объединяет теоретиков при исследовании понятий «банковский продукт», «банковская услуга», «банковская операция», – это стремление авторов сделать одно понятие в содержательном плане шире другого.

Однако в банковской практике (среди специалистов коммерческих банков и клиентов) такой дискуссии не наблюдается. Более того, некоторые из этих понятий зачастую отождествляются. Все это накладывает определенные трудности при проведении исследования сущности данных понятий. Мы предприняли попытку прояснить их значение.

Продуктом вообще (в широком смысле слова) можно назвать опредмеченные в чем-либо или ни в чем не опредмеченные результаты деятельности естественных (живой и неживой природы) и общественных сил. Продукты неживой и живой природы, человеческой деятельности, конкретизируя понятие продукта в широком смысле слова, обозначают соответствующие продукты в узком смысле – естественные и общественные [1, с. 15]. Исходя из предмета исследования, нас будут интересовать последние, т.е. общественные.

Одним из таких общественных продуктов является экономический продукт как все то, что производится, создается и используется в экономике. Термин «экономический продукт» конкретизируется в зависимости от способа производства и области применения. Так, выделяют понятие «продукция», под которым обычно понимают материально-вещественный продукт. Однако наряду с этим можно встретить выражения «научно-техническая продукция» или «рекламно-информационная продукция» [2, с. 56]. Таким образом, «экономическим продуктом» допустимо называть любой результат экономической деятельности.

Что касается понятия «услуга», то необходимо отметить, что на сегодняшний день существует бесчисленное множество различных услуг, в большей или меньшей степени содержащих материальную составляющую. Достаточно сложно провести четкую границу между товарами в их материально-вещественной форме и услугами, особенно так называемыми материальными. Так, П. Дойль считает, что «чистые товары и услуги – скорее научная абстракция. Большинство торговых предложений представляют собой различные комбинации осязаемых и неосязаемых элементов» [3, с. 449].

В научных источниках литературы можно найти множество различных толкований понятия «услуга». До сих пор не выработана единая и полная формулировка данного термина.

Среди определений, сформулированных различными авторами, можно выделить два основных подхода к раскрытию этого понятия. Первый заключается в понимании термина «услуга» прежде всего как процесса взаимодействия субъектов. Для толкования данного подхода хорошо подходит следующее определение: услуга – это действие или процесс, предлагаемый одной стороной другой стороне. Хотя в ходе этого процесса нередко используются физические объекты, выполнение действия, по сути, носит неосязаемый характер и, как правило, не приводит к получению права собственности на что-либо [4].

Другой подход акцентирует внимание на результате оказания услуги. Так, в ряде нормативных документов дается следующее определение: «Услуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственная деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя» [5].

Мы считаем наиболее целесообразным рассматривать понятие «услуга» с учетом обоих подходов. Действительно, оказание услуги – это процесс, последовательность каких-либо действий, но невозможно полноценно оценить их результативность, не определив критерии. К примеру, одним из таких критериев может служить удовлетворенность или неудовлетворенность потребителя оказанной услугой.

Непосредственно термин «банковская услуга» – пожалуй, наиболее часто используемое понятие в русскоязычных научных изданиях при характеристике деятельности банка. Однако понятие «банковская услуга» в правовых документах Беларуси и России не встречается. При изучении российских законодательных актов, нормативных документов Банка России можно встретить категорию «финансовая услуга», которая определяется как «деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств физических и юридических лиц» [6, с. 11].

Некоторые авторы называют банковской услугой «выполнение банком определенных действий в интересах клиента» [9, с. 90]. Однако данное определение мы считаем слишком общим и применимым к любым другим услугам, не только банковским [6, с. 11]. О.И. Лаврушин, А.И. Жуков банковской услугой называют «одну или несколько операций банка, удовлетворяющих определенную потребность клиента». Но необходимо отметить, что современная банковская услуга – это скорее комплекс определенных операций банка. Н.П. Казаренков в своих работах трактует банковскую услугу как «совокупность операций, производимых банковскими работниками и непосредственно направленных на удовлетворение конкретной (единичной) потребности клиента» [6, с. 12]. Однако и здесь нужно сказать, что на сегодняшний день клиент, получающий банковскую услугу, зачастую решает сразу несколько задач.

Достаточно четкой трактовкой термина «банковская услуга» мы считаем определение А.М. Тавасиева, Ю.С. Масленченкова и А.П. Дубанкова: «Банковская услуга – результат банковской операции, т.е. итог или полезный эффект банковской операции (целенаправленной трудовой деятельности сотрудников банка), состоящий в удовлетворении заявленной клиентом потребности (в кредите, расчетно-кассовом обслуживании, гарантиях, покупке/продаже ценных бумаг и т.п.)» [6, с. 11].

Однако наиболее полной и лаконичной мы считаем понятие, которое встречается в российской экономической литературе: «Банковская услуга – это проведение банковских

операций по поручению клиента и в пользу последнего за определенную плату» [7, с. 185].

Еще одним понятием, часто используемым наряду с банковской услугой, является *банковская операция*. Банковские операции обычно трактуют с точки зрения законодательства. К примеру, анализируя 2-ю главу Банковского кодекса Республики Беларусь, можно вывести следующее определение банковских операций: «банковские операции – это совокупность осуществляемых банками активных, пассивных и прочих операций, направленных на извлечение прибыли» [8, с. 7, 10]. Т.е. с точки зрения государства банковские операции понимаются в самом широком смысле и, по сути, подменяют собой понятия банковской услуги и банковского продукта. Иногда в данном ключе банковские операции употребляются и в банковской практике. Так, достаточно распространено использование банками таких словосочетаний, как операции торгового, проектного финансирования, документарные операции (банковские гарантии, аккредитивы) и т.д.

Однако нельзя не отметить, что банками также используется такое понятие, как операционные риски. Согласно стандартам Базель II под операционными рисками понимаются риски убытков в результате неадекватных или ошибочных внутренних процессов, действий сотрудников и систем или внешних событий. Исходя из этого, банковские операции в более узком смысле можно понимать как определенные внутренние процессы, действия сотрудников и систем, направленные на обеспечение функционирования банка и осуществления его основной деятельности. Поэтому термин «банковская операция» невозможно, да и не нужно сводить к одному определению. В разных ситуациях допустимо разное употребление данного понятия.

Таким образом, обозначив понятия «банковская услуга» и «банковская операция», можно перейти к определению термина «банковский продукт».

2. Формирование термина «банковский продукт»

Существует четыре основных подхода к определению понятия «банковский продукт» [1, с. 20-23]:

- 1) Денежный подход (О.И. Лаврушин, Н.И. Быкова, Ю.В. Головин).

Основой этого подхода является «денежная» составляющая как ключевая характеристика деятельности банка: деньги – это ресурс, который «изготавливается» банками в соответствии с требованиями объективных экономических законов, т.е. продукт банка, включающий:

- товар особого рода в виде денег, платежных средств;
- денежные средства и ценные бумаги, продаваемые или предоставляемые банками на определенный срок;
- различного рода услуги преимущественно денежного характера;
- эмиссия денег, включая их электронную форму;
- конкретный банковский документ (например, чек, вексель, сертификат).

В соответствии с данной теорией:

- в определение банковского продукта не включаются такие сферы деятельности банка, как хранение ценностей, информационное обслуживание и т.д. (т.е. сужается сфера деятельности банка);
- игнорируются неденежные составляющие банковского продукта (поскольку, например, предоставление креди-

та заключается не только в передаче денег, но включает мониторинг, оценку, контроль за их возвратом и целевым использованием).

- 2) Лингвистический (маркетинговый) подход (Э.А. Уткин, С.А. Гурьянов, Ю.Г. Максудов, Р.В. Алехин, А.Н. Иванов, А.В. Романов, В.Д. Маркова).

Согласно одной из концепций данного подхода, понятие «банковская услуга» и «банковский продукт» являются синонимами: банковский продукт рассматривается как комплекс услуг по активным и пассивным операциям; банковская услуга определяется как продукт, удовлетворяющий потребности клиентов банка.

- 3) Правовой подход (основные положения этого подхода изложены в законодательстве и комментариях юристов).

В современном белорусском законодательстве пока не нашло место понятие «банковский продукт», также нет однозначного подхода к определению категорий «банковская услуга» и «операция». Эта ситуация приводит к тому, что при лицензировании деятельности коммерческого банка НБ РБ указывает в лицензии перечень банковских операций, а банки при осуществлении деятельности рекламируют и продвигают банковские продукты и услуги.

- 4) «Клиентский» подход (Ю.И. Коробов, Ю.С. Масленченков, А.П. Мирецкий).

В рамках данного подхода основной акцент делается на клиента. При этом банковский продукт, как и услуга, это результат обслуживания клиентов, т.е. выполнение банковских операций.

Кроме этого, можно указать еще некоторые определения отдельных авторов, к примеру, А.М. Тавасиев, Ю.С. Масленченков и А.П. Дубанков рассматривают банковский продукт как конкретный способ, каким банк оказывает или готов оказывать ту или иную услугу нуждающемуся в ней клиенту, т.е. «упорядоченный, внутренне согласованный и, как правило, документально оформленный комплекс взаимосвязанных организационных, технико-технологических, информационных, финансовых, юридических и иных действий (процедур), составляющих целостный регламент взаимодействия сотрудников банка (конкретных его подразделений) с обслуживаемым клиентом, единую и завершенную технологию обслуживания клиента» [6, с. 15]. Главный недостаток данной трактовки в том, что она акцентирует внимание на содержательной стороне банковского продукта и совсем не указывает на цель его осуществления.

Достаточно корректно, с нашей точки зрения, банковский продукт рассматривает Н.П. Казаренков: «Банковский продукт – совокупность взаимодополняющих банковских услуг и операций, нацеленных на удовлетворение разносторонних интересов клиента» [6, с. 15]. Он справедливо обращает внимание на взаимосвязь определенных операций банка, в совокупности и составляющих банковский продукт, а также отмечает клиентоориентированную направленность банковского продукта – удовлетворение потребностей клиента.

В свою очередь, мы придерживаемся «маркетингового» и, частично, «клиентского» подходов в понимании банковского продукта. Однако считаем необходимым выделить несколько тезисов для формирования собственного определения:

- 1) в динамично развивающемся банковском секторе целесообразно фиксировать определения общих, многоаспектных понятий, т.к. все время будут появляться новые и видоизменяться старые их составляющие;

- 2) понятия «банковский продукт», «банковская услуга», «банковская операция» в широком понимании, в сущности, являются синонимами;
- 3) в рыночных условиях, учитывая отраслевую специфику, банковские продукты, по сути, являются товаром, который продает банк;
- 4) главная цель предоставления банковского продукта – удовлетворение финансовых потребностей клиента и привлечение прибыли банком;
- 5) банковские продукты представляют собой нематериальные финансовые услуги.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, уточним определение банковского продукта:

банковский продукт – это совокупность определенных взаимосвязанных операций банка, направленных на получение им прибыли и удовлетворение конкретных потребностей клиента.

Заключение

В заключение необходимо отметить, что вопрос применения специальной терминологии в банковской сфере недостаточно проработан и в настоящее время широко дискутируется среди экономистов-теоретиков и практиков. Многие исследователи, углубляясь в теоретические аспекты вопроса, не всегда успевают отслеживать появление новых форм и способов предоставления банковских продуктов. В этой связи считаем целесообразным определить понятие банковского продукта в наиболее общем, но выражающем истинную сущность и главные цели смысле.

Список литературы

- [1] Хабаров, В.И. Банковский маркетинг / В.И. Хабаров, Н.Ю. Попова. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2004. – 165 с.
Khabarov, V.I. Bankovskiy marketing / V.I. Khabarov, N.Yu. Popova. – M.: Moskovskaya finansovo-promyshlennaya akademiya, 2004. – 165 p.
- [2] Швед, Д.Е. О понятиях «банковский продукт» и «банковская услуга» / Д.Е. Швед // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 56–64.
Shved, D.E. O ponyatiyakh «bankovskiy produkt» i «bankovskaya usluga» / D.E. Shved // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2011. – No.1. – P. 56–64.
- [3] Дойль, П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб.: Питер, 1999.
Doyle, P. Menedzhment: strategiya i taktika / P. Doyle. – SPb.: Piter, 1999.
- [4] Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок. – М.: Вильямс, 2005. – 1008 с.
Lavlok, K. Marketing uslug: personal, tekhnologiya, strategiya / K. Lavlok. – M.: Vilyams, 2005. – 1008 p.
- [5] Услуги населению. Термины и определения // StandartGOST.ru – открытая база ГОСТов [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://standartgost.ru/g/ГОСТ_P_50646-94. – Дата доступа: 15.04.2014.
Uslugi naseleniyu. Terminy i opredeleniya // StandartGOST.ru – otkrytaya baza GOSTov [Electronic resource]. – 2014. – Mode of access: http://standartgost.ru/g/ГОСТ_P_50646-94. – Date of access: 15.04.2014.
- [6] Управление банковским продуктом: учеб. пособие / Ростовский государственный экономический университет; авт.-сост. В.М. Мазняк. – Ростов н/Д : РИНХ, 2007. – 82 с.
Upravleniye bankovskim produktom: ucheb. posobiye / Rostovskiy gosudarstvennyy ekonomicheskij universitet; avt.-sost. V.M. Maznyak. – Rostov n/D: RINKh, 2007. – 82 p.
- [7] Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушин [и др.]; под ред. О.И. Лаврушина. – М.: КноРус, 2006. – 768 с.
Bankovskoye delo: uchebnik / O.I. Lavrushin [i dr.]; pod red. O.I. Lavrushina. – M.: KnoRus, 2006. – 768 p.
- [8] Банковский кодекс Республики Беларусь : с изм. и доп. по состоянию на 29 апр. 2013 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2013. – 224 с.
Bankovskiy kodeks Respubliki Belarus: s izm. i dop. po sostoyaniyu na 29 apr. 2013 g. – Minsk: Nats. tsentr pravovoy inform. Resp. Belarus, 2013. – 224 p.
- [9] Банковский маркетинг / под общ. ред. В. Фальке. – М., 1994. – 90 с.
Bankovskiy marketing / pod obshch. red. V. Falke. – M., 1994. – 90 p.
- [10] Классификация банковских продуктов // Учебники онлайн [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://uchebnikonline.ru/bankovskoe-delo/bankivskiy_marketing_-_romanenko_lf/klasifikatsiya_bankivskih_produkktiv.htm. – Дата доступа: 15.04.2014.
Klassifikatsiya bankovskikh produktov // Uchebniki onlayn [Electronic resource]. – 2014. – Mode of access: http://uchebnikonline.ru/bankovskoe-delo/bankivskiy_marketing_-_romanenko_lf/klasifikatsiya_bankivskih_produkktiv.htm. – Date of access: 15.04.2014.