

**Мазняк В. М.**

*к.э.н., доцент кафедры «Банковское дело»,  
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)*

### **РАЗВИТИЕ ПРОДУКТОВОГО РЯДА СОВРЕМЕННЫХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ**

*В статье обоснована необходимость перехода к продуктивному подходу к деятельности банка. Показан двойственный характер банковского продукта. В качестве потребителей банковских продуктов предложено рассматривать помимо клиента сам банк и общество. Указано на необходимость разграничения понятий «банковский продукт» и «финансовый инструмент». Дан обзор перспектив расширения продуктового ряда коммерческих банков.*

**Ключевые слова:** *банковская операция, банковская услуга, банковский продукт, банковские инновации, продуктивный ряд коммерческого банка.*

**Maznyak V.M.**

### **THE DEVELOPMENT OF THE PRODUCT RANGE IN MODERN COMMERCIAL BANKS**

*In this article, the necessity of transition to a product approach in bank activities is proved. It is shown the dual nature of a bank product. It is offered in addition to the client as consumers of banking product the bank itself and society. Attention is drawn to the necessity of differentiation between the terms "bank product" and "financial instrument". The article gives an analysis of the prospects of the development of the product range in modern commercial banks/*

**Keywords:** *banking operation, banking service, bank product, product range of commercial bank.*

В последнее время под результатом деятельности любой организации принято понимать чистую прибыль, что является сильным упрощением, так как сводит всю эту деятельность к финансовой. На самом деле плодом работы любой организации-производителя является тот товар или услуга, которые получили непосредственное общественное признание через реализацию на рынке. В банковской сфере долгое время в качестве основного результата деятельности было принято рассматривать банковскую операцию.

Такой подход имеет очень сильную специфику, так как ставит банки на совершенно особое место не только среди нефинансовых организаций, но и финансовых, так как все ближайшие конкуренты банков – страховые компании, пенсионные и инвестиционные фонды – оказывают финансовые услуги, а не осуществляют операции. Операции не как результат, а как промежуточную составляющую деятельности можно встретить лишь в медицине (хирургическая операция) и в сфере производства (технологическая операция).

Применительно к банку понятие "операция" в современной научной и специальной литературе является устоявшимся и уже практически не вызывает дискуссий. В наиболее авторитетных на сегодняшний день специальных учебниках по профилю «Финансы и кредит» дано следующее определение: «Операции коммерческого банка представляют собой конкретное проявление банковских функций на практике» (см., например, [1]). Учитывая, что в экономике под функцией понимается предназначение системы, банковские операции следует рассматривать с точки зрения выполнения конечных задач самого банка. Макроэкономическое предназначение коммерческих банков, как создателей безналичных кредитных денег, реализуется благодаря особому сочетанию доступных для банков операций – открытия вкладов и депозитов, проведения платежей и расчетов, и размещения средств от своего имени и за свой счет.

Нацеленность трактовки банковских операций на внутренние цели самих бан-

ков косвенно подтверждается общепринятой среди российских авторов классификацией всех операций коммерческого банка в одну из трех групп:

- пассивные операции (привлечение средств банком);
- активные операции (размещение средств банком);
- комиссионно-доверительные или активно-пассивные операции (посредничество в интересах клиента).

Совершенно очевидно, что привлечение средств банком будет для него связано с ростом пассивов, но для клиента проявится в перегруппировке активов. Соответственно размещение средств банком инициируется увеличением активов, в то время как у клиента связано с ростом источников средств, то есть пассивов. Комиссионно-доверительные операции в балансе банка не находят отражения, так как сам банк не вкладывает собственные средства и не несет рисков, но для клиентов эти операции связаны с появлением активов и обязательств. Таким образом, операции, активные для банка, по своей сути будут пассивными для клиента и наоборот, даже посредническая деятельность банка, отражаемая за балансом, должна отразиться в активах или пассивах предприятий-клиентов.

Операционному подходу к деятельности банка присущи 3 проблемы. Во-первых, операционный подход уникален, потому что результаты исследований банковских операций неприменимы даже к деятельности иных финансовых посредников, не говоря уже о функционировании предприятий нефинансового сектора. Во-вторых, из-за специфических основных результатов деятельности накопленный опыт межотраслевых экономических исследований товаров и услуг оказывается бесполезен в банковской сфере. В-третьих, что является самым важным, в банковской операции место клиента по сути пассивное, как источника информации, ресурсов, получателя кредитных средств, но не как активного участника и пользователя результатами деятельности кредитной организации.

Существование операционного подхода оставалось возможным в условиях

наличия невостребованного потребительского потенциала рынка. С резким усилением межбанковской конкуренции акцент был перенесен на клиента, а коммерческий банк стал рассматриваться в качестве особого предприятия – финансового посредника, оказывающего специфический набор услуг. В Западных странах подобная трансформация взглядов на результаты деятельности банка практически завершилась к концу первой половины XX века.

На сегодняшний день понятие «banking services» – «банковские услуги» – используется во много раз чаще (примерно в 15 раз), чем «banking operation» – «банковские операции» (вывод сделан на основе результатов обработки поисковых запросов к интернет-сервисам Google) [2].

В силу нерыночного характера экономики социалистических стран конкурентные отношения в их банковских системах отсутствовали вплоть до последнего десятилетия XX века. Соответственно, переход к рассмотрению «банковских услуг» в качестве центрального понятия банковского дела начал происходить именно в 90-е гг. XX века.

На сегодняшний день понятие «банковская операция» заметно шире представлено в российских нормативно-правовых документах, чем «банковская услуга». Однако четкого определения понятия «банковская услуга» в законодательстве нет.

В российской экономической литературе понятие «банковской услуги» наиболее часто определяют, как набор из одной или нескольких операций банка, направленных на удовлетворение потребностей клиента (см., например, Гойденко Ю. Н. [3], Головин Ю. В. [4], Едронову В. Н. [5], Зеленского Ю. Б. [6], Курманову Л. Р. [7], Лаврушина О. И. [8], Тавасиева А. М. [9]). Имеется ряд авторов (Иванов А. Н. [10], Мирецкий А. Н. [11], Овсянникова О. А. [12], Павлов В. В. [13]), которые считают, что сведение «банковской услуги» к одной или нескольким «банковским операциям» неправомерно, при этом они разделяют мнение о приоритетности потребностей клиента при оказании банковской услуги. Такой подход представляется обоснованным, так как бан-

ковские услуги помимо операционной части деятельности банка включают элементы маркетингового комплекса, с использованием которых так же связана степень удовлетворенности клиентов.

В связи с этим, предлагается определять банковскую услугу, как определенную совокупность действий банка, объединенную и/или структурированную таким образом, чтобы удовлетворять конкретные потребности клиента.

Переход к рассмотрению деятельности коммерческих банков на базе услуг решает обозначенные выше проблемы операционного подхода, способствует интеграции научного знания, так как общественно признаваемые результаты деятельности банков начинают соотноситься с общепринятыми (товары, услуги).

Широко известно, что услуги – это нематериальный аналог товара, как осязаемого результата деятельности человека (организации), произведенного на продажу. То есть производитель услуги оказывает ее потребителю ради получения денег. И здесь современная теория банковских услуг начинает давать «первый сбой». Так, депозитные услуги оказываются банком клиенту, безусловно, за плату, только эту плату вносит не клиент, а сам банк, являющийся производителем услуги. Для объяснения этого парадокса иногда прибегают к перемене мест сторон, что приводит к еще большей путанице... Клиент – производитель депозитной услуги получает плату за нее с банка, что выглядит нормальным, но почему-то клиент оказывает эту услугу в офисе банка, который ее документально оформляет, рекламирует и разрабатывает. А если вдруг возникла очередь, то, следуя данной логике, виновниками следует считать владельцев депозитных ресурсов, которые чересчур агрессивно предлагают свои услуги?

Другой способ разрешения данной проблемы – разделить результаты деятельности банков на услуги и операции, так же представляется противоречивым, так как самые «маркетинг-ориентированные» банковские операции – вклады населения – перестают быть услугами, а, следовательно,

рекомендации маркетинга сферы услуг становятся либо неприменимы к ним вовсе, либо требуют дополнительной верификации.

«Второй сбой» теории банков, как производителей финансовых услуг, возникает из-за того, что она не может убедительно объяснить, не прибегая к другим теориям, причину наиболее жесткого регулирования коммерческих банков со стороны государства и их желания мириться с этим регулированием, оставаясь в данной рыночной нише. Теория банковского мультипликатора выходит за рамки данного подхода, базируясь на рассмотрении операций, а не услуг коммерческого банка.

Выход из данной ситуации видится в рассмотрении конечного результата деятельности банка, как продукта. Последний, как известно, является результатом человеческой деятельности, потенциальным товаром или услугой в зависимости от той формы, в которой образуется. Товаром или услугой продукт станет, когда будет выставлен на продажу. Но не любой материальный продукт становится товаром, а в случае его внутреннего использования в производственных целях его принято рассматривать как полуфабрикат. Подобная ситуация возможна и с нематериальным продуктом, который в этом случае считают «внутренней услугой», направленной на удовлетворение собственных потребностей, то есть по своей сути «внутренняя услуга является полуфабрикатом нематериальной сферы.

В отличие от товара услуга может иметь одновременно множество потребителей одновременно, как например, перевозка пассажиров в общественном транспорте или смс-информирование о прогнозе погоды.

Специфика же результата банковской деятельности, который пока только условимся называть «банковским продуктом», связана с его ценностью как для самого банка, так и для потребителя, что связано с гомогенностью того носителя, на который направлена деятельность банка, – денег. Кроме того, коммерческий банк с помощью банковского мультипликатора способен создавать кредитные орудия обращения, которые впоследствии используются не толь-

ко прямыми участниками банковских сделок, но и всем обществом в целом. Таким образом, потребители результатов банковской деятельности выступают в трех лицах – банка, клиента и общества – и не поочередности, как это происходит в других сферах, а зачастую одновременно.

Так почему же именно «банковский продукт» наилучшим образом отражает результаты банковской деятельности? Понятие «внутренней услуги» практически полностью соответствует понятию «банковской операции». Здесь необходимо отметить, что банк не просто организует удовлетворение кредитных или депозитных потребностей клиентов, а напрямую заинтересован в их специфических формах реализации. Так, например, многие банки отдают при кредитовании населения аннуитетной форме погашения задолженности, что обосновано специфическими потребностями самих банков в стандартизации подходов, минимизации издержек и рисков, получении денежных потоков, обладающих заданными характеристиками. Если же рассмотреть банковский потребительский кредит с точки зрения клиента банка, то дифференциация платежей создает для него наиболее гибкие возможности, которые в некоторых случаях просто необходимы. Таким образом, в данном кредитном продукте требует реализации главный признак услуги – направленность на интересы клиента. Для общества результат кредитования выразится в увеличении платежеспособного спроса населения и умножении безналичной денежной массы, которое может быть как оправданным задачами экономического роста, так и инфляционным, если возвратность кредита на установленных банком условиях не может быть обеспечена.

Вместе с тем необходимо отметить, что большинство российских исследователей, выделяющих понятие «банковский продукт», рассматривают его как некую форму существования (осуществления или овеществления) банковской услуги, обладающую определенными характеристиками (см. например, Дарагана А. В. [14], Едронова В. Н. [15], Овсянникова О. А. [16], Терновского Д. Н. [17], Семикову П. [18], Тава-

сиева А. М. [19], Ерошкина Ю. В. [20], Шмакову И. В. [21], Коха Л. В. [22]). Для отдельных авторов характерно причисление к банковским продуктам финансовых инструментов (см. Иванову Ю. В. [23], Ильичева В. Б. [24]), что представляется не совсем верным из-за отождествления финансового инструмента и банковского продукта. ФинанЛишь немногие исследователи рассматривают банковский продукт в неразрывной связи не только с банковскими услугами, но и операциями (среди них Казаренкова Н. П. [25], Перехожев А. В. [26]). Вместе с тем на тройственный состав потребителей банковского продукта современными исследователями не указывалось.

В связи с вышесказанным следует дать такое определение банковскому продукту: банковский продукт – это результат деятельности коммерческого банка в собственных интересах, а так же клиентов и общества, проявляющий себя в форме неразрывного единства банковских операций, услуг и прироста безналичной денежной массы.

Следовательно, развитие банковских продуктов должно быть сбалансировано с точки зрения интересов всех трех потребителей.

В связи с этим представляется целесообразным формирование продуктового ряда коммерческого на основе следующих принципов:

- финансовой эффективности,
- согласованности интересов потребителей банковского продукта,
- партнерских отношений,
- сбалансированности продуктового ряда.

Рассматривая банковский продуктовый ряд с точки зрения банка, клиента и общества, как единство услуги и операции, становится возможным использовать научное знание максимально плодотворно, так как банковская деятельность не только сохраняет свою специфику как объект изучения, но и получает методологию смежных областей знания, многие из результатов исследований в банковской сфере можно будет распространить на смежные отрасли знания без проведения дополнительных ис-

следований. Кроме того, существенно расширяется взгляд на качество результатов деятельности банков и ценообразование, которые в случае реализации продуктового подхода должны оцениваться не только с точки зрения клиента, но и самого банка, а так же общества.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / М.В. Романовский и др.; Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской. — М.: Юрайт-Издат, 2006. — 543 с. С. 389.
2. Деньги, кредит, банки: Учебник/Под ред. О.И. Лаврушина. -2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2004. - С. 419.
3. <https://www.google.ru/#newwindow=1&q=%22banking+services%22>,  
<https://www.google.ru/#newwindow=1&q=%22banking+operations%22>
4. Гойденко Ю. Н. Методические основы формирования системы ценообразования банковских услуг: дисс... канд. экон. наук; Хабаровская государственная академия экономики и права. — Хабаровск, 2001. С.44.
5. Головин Ю. В. Комплекс социально-ориентированных банковских услуг и его роль в решении социальных проблем экономики: дисс... докт. экон. наук; ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов». — СПб., 2000. С. 16.
6. Едророва В. Н., Крючков О. А., Анализ подходов к классификации банковских услуг // Финансы и кредит. — 2004. — № 26. — С. 6.
7. Зеленский Ю. Б. К вопросу о сущности банковской услуги // Банковские услуги. — 2004. — № 7-8. — С. 2 — 8.
8. Курманова Л. Банковское дело: Учебное пособие / Под ред. О. И. Лаврушина. - М.: Финансы и статистика, 1999. — С.7.
9. Тавасиев А. М. Банковское дело Управление и технологии: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. проф. А.М. Тавасиева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 21.
10. Иванов А. Н. Банковские услуги: зарубежный и российский опыт. — М.: Финансы и статистика, 2002. С. 19.
11. Мирецкий А. П. О сущности банковских услуг и банковских продуктов // Вестник СГСЭУ. — 2002 — № 4. — С. 64.
12. Овсянникова О. А. Совершенствование системы ценообразования в банковской сфере: дисс... канд. экон. наук: 08.00.10, 08.00.05; Южно-российский государственный университет экономики и сервиса. - Ростов н/Д, 2005. С. 39.
13. Павлов В. В. Разработка и реализация маркетинговой стратегии универсального банка на региональном уровне: авт. дисс... канд. экон. наук: 08.00.10; ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов». — СПб., 2007. С. 5.
14. Дараган А. В. Особенности экономических отношений на российском рынке банковских услуг: авт. дисс... канд. экон. наук: 08.00.01, 08.00.10; Академии экономики и предпринимательства Тамбовского государственного университета имени Г.Р.Державина. — Казань, 2006. С. 12.
15. Едророва В. Н., Бахтин Д. В. Кредитный продукт как категория рыночной экономики // Финансы и кредит. — 2004. — № 21. — С. 6.
16. Овсянникова О. А. Совершенствование системы ценообразования в банковской сфере: Дис... канд. экон. наук: 08.00.10; Южно-российский государственный университет экономики и сервиса. Ростов н/Д, 2005. С. 7.
17. Терновский Д.Н. Инновационные банковские продукты в кредитовании малого и среднего бизнеса: авт. дисс... канд. экон. наук: 08.00.10; ФГБОУ ВПО "Тольяттинский государственный университет". — Йошкар-Ола, 2012. С. 8.
18. Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт // Банковские технологии. — 2002 — № 11. — С. 42.
19. Тавасиев А. М. Банковское дело Управление и технологии: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. проф.

А.М. Тавасиева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. С. 21.

20. Ерошкин Ю. В. Совершенствование управления рисками инновационной деятельности коммерческих банков: дисс... канд. экон. наук: 08.00.10; ФГБОУ ВПО "Поволжский государственный технологический университет". – Самара, 2015. С. 19.

21. Шмакова И.В. Доходность банковских продуктов: оценка и методы управления: дисс... канд. экон. наук.; Финансовая академия при правительстве Российской Федерации. – М., 2004. С.23.

22. Кох Л.В. Принципы и механизмы повышения эффективности банковской деятельности на основе использования инноваций: авт. дисс... канд. экон. наук: 08.00.10; ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет». – Иваново, 2010. 44 с. С. 18-19.

23. Иванова Ю. В. О стрипах как инновационном банковском продукте // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2011. - №2 (34). – С. 136.

24. Ильичев В. Б. Банковские инновации как элемент стратегии коммерческого банка // Финансовые исследования. – 2009. – № 3. – С. 18.

25. Казаренкова Н. П. Конкурентоспособность коммерческого банка на региональном рынке кредитных услуг населению: авт. дисс... канд. экон. наук: 08.00.10; Курский государственный технический университет. – Орел, 2006. С. 10.

26. Перехожев А.В. Современные подходы к пониманию категорий "банковский продукт", "банковская услуга" и "банковская операция" // Финансы и кредит. - 2002. - № 21. - С. 32.

#### BIBLIOGRAPHIC LIST

1. Finance, currency circulation and credit: Textbook / M.B. of Romanovf59 of skiya, etc.; Under the editorship of M. V. Romanovsky, O. V. Vrublevskaya. - M.: Yurayt-Izdat, 2006. - 543 pages of Page 389.

2. Money, credit, banks: The textbook / Under the editorship of O. I. Lavrushin. - the 2nd prod., reslave. and additional - M.: Finance and statistics, 2004. - Page 419.

3.

<https://www.google.ru/#newwindow=1&q=%22banking+services%22>,  
<https://www.google.ru/#newwindow=1&q=%22banking+operations%22>

4. Goydenko Yu. N. Methodical bases of forming of system of pricing of banking services: yew ... edging. ekon. sciences; Khabarovsk state academy of economy and right. - Khabarovsk, 2001. Page 44.

5. Golovin Yu. V. A complex of socially oriented banking services and its role in the solution of social problems of economy: yew ... dokt. ekon. sciences; Public Educational Institution of Higher Professional Training Sankt-Peterburgsky gosudarstvenny universitet ekonomiki i finansov. - SPb., 2000. Page 16.

6. Edronova V. N., O. A. Hooks, Analysis of approaches to classification of banking services//Finance and credit. - 2004. - No. 26. - Page 6.

7. Zelensky Yu. B. To a question of essence of a banking service//Banking services. - 2004. - No. 7-8. - Page 2 - 8.

8. Kurmanova L. Bank delo: The manual / Under the editorship of O. I. Lavrushin. - M.: Finance and statistics, 1999. - Page 7.

9. Tavasiyev A. M. Bank delo Management and technologies: The textbook for students of the higher education institutions which are trained on economic specialties / Under the editorship of the prof. A.M. Tavasiyev. - M.: UNITY-DANA, 2005. Page 21.

10. Ivanov A. N. Banking services: foreign and Russian experience. - M.: Finance and statistics, 2002. Page 19.

11. Miretsky A. P. About essence of banking services and banking products//the SGSEU Bulletin. - 2002 - No. 4. - Page 64.

12. Ovsyannikova O. A. Improvement of system of pricing in the bank sphere: yew... edging. ekon. sciences: 08.00.10, 08.00.05; Southern Russian state university of economy and service. - Rostov N / D, 2005. Page 39.

13. Pavlov V. V. Development and implementation of marketing strategy of universal bank at the regional level: bus yew ... edging. ekon. sciences: 08.00.10; Public

Educational Institution of Higher Professional Training Sankt-Peterburgsky gosudarstvenny universitet ekonomiki i finansov. - SPb., 2007. Page 5.

14. Daragan A. V. Features of the economic relations in the Russian market of banking services: bus yew ... edging. ekon. sciences: 08.00.01, 08.00.10; Academies of economy and entrepreneurship of the Tambov state university of G.R. Derzhavin. - Kazan, 2006. Page 12.

15. Edronova V. N., Bakhtin D. V. Credit product as category of market economy//Finance and credit. - 2004. - No. 21. - Page 6.

16. Ovsyannikova O. A. Improvement of system of pricing in the bank sphere: Dis... edging. ekon. Sciences: 08.00.10; Southern Russian state university of economy and service. Rostov N / D, 2005. Page 7.

17. Ternovsky D. N. The innovation banking products in financing of small and medium business: bus yew ... edging. ekon. sciences: 08.00.10; FGBOU VPO "The Tolyatti state university". - Yoshkar-Ola, 2012. Page 8.

18. Semikova P. Bank innovations and new banking product//Banking technologies. - 2002 - No. 11. - Page 42.

19. Tavasiyev A. M. Bank delo Management and technologies: The textbook for students of the higher education institutions which are trained on economic specialties / Under the editorship of the prof. A.M. Tavasiyev. - M.: UNITY-DANA, 2005. Page 21.

20. Eroshkin Yu. V. Improvement of risk management of the innovation activity of commercial banks: yew ... edging. ekon. sciences: 08.00.10; FGBOU VPO "Volga region state technology university". - Samara, 2015. Page 19.

21. Shmakova I.V. Profitability of banking products: assessment and methods of management: yew... edging. ekon. sciences.; Financial academy at the government of the Russian Federation. - M, 2004. Page 23.

22. Koch L.W. The principles and mechanisms of increase of efficiency of banking activity on the basis of use of innovations: bus yew ... edging. ekon. sciences: 08.00.10; Public Educational Institution of Higher Professional Training St. Petersburg State Polytechnical University. - Ivanovo, 2010. 44 pages of Page 18-19.

23. Ivanova Yu. V. About strips as the innovation banking product//the Bulletin of the Rostov state economic university (RINH). - 2011. - No. 2 (34). - Page 136.

24. Ilyichev V. B. Bank innovations as element of strategy of commercial bank//Financial studies. - 2009. - No. 3. - Page 18.

25. Kazarenkova N. P. Competitiveness of commercial bank in the regional market of credit services to the population: bus yew ... edging. ekon. sciences: 08.00.10; Kursk state technical university. - Eagle, 2006. Page 10.

26. Perekhozhev A.V. Modern approaches to understanding of the categories "banking product", "banking service" and "banking activity"//Finance and credit. - 2002. - No. 21. - Page 32.