

Боганова Е. В.

аспирант,

Российская академия предпринимательства

e-mail: eva08031@yandex.ru

**Систематизация прогрессивных банковских продуктов
в оптимальные ряды
с целью создания банковского продукта-трансформера
для повышения эффективности деятельности банков**

В статье рассматриваются условия и методологические основы для создания оптимального ряда прогрессивных банковских продуктов, связанные с этим проблемы, а также тенденции развития прогрессивных банковских продуктов в банковском секторе России.

Ключевые слова: *банковский продукт, оптимальный ряд прогрессивных банковских продуктов, клиенты банка, рынок банковских услуг.*

Boganova E. V.

postgraduate student, Russian academy of entrepreneurship

**Classification of progressive banking products
in optimal ranges in order to create
of banking product-transformer
for increasing efficiency of banking activity**

The article deals with conditions and methodological fundamentals for creating optimal range of progressive banking products related to these issues as well as trends in the development of progressive banking products in the banking sector of Russia

Keywords: *banking product, optimal range of progressive banking products, bank customers, banking functions market.*

В России в настоящее время деятельность кредитных организаций — это не только денежные и кредитные отношения на банковском рынке, но и планомерное освоение банковским сектором почти всех областей экономики и социальной сферы.

Банки становятся непосредственными участниками процессов взаиморасчетов между контрагентами. Предлагая разнообразные услуги, они помогают своим клиентам управлять денежными средствами, конвертировать одну валюту в другую, проводить расчеты по валютным контрактам, получать тендерные и таможенные гарантии.

Прибегая к помощи различных банковских операций, клиент может разделять свои денежные потоки на: 1) текущие оборотные средства, активно участвующие в работе организации или в ведении домашнего хозяйства; 2) отвлеченные средства, приносящие прибыль, путем размещения во вклады (депозиты), иные финансовые инструменты или различные инвестиционные проекты.

Начало стремительного развития российской банковской системы, начало ее коммерциализации, повышение эффективности и конкурентоспособности, внедрение в мировую экономическую систему — все это стало последовательным продолжением экономических и социально-политических преобразований, получивших «толчок» в 1992 году. Однако, финансово-экономические кризисы в 1992, 1998—1999 и 2008 годов указали на «слабые» места российских кредитных организаций, в том числе и на постепенное снижение прибыли от оказания банковских услуг.

В этих условиях возникает необходимость критического осмысления состояния предлагаемых на банковском рынке пакетов банковских услуг, важности их правильного развития, с учетом потребностей кредитных организаций и их клиентов, а также с учетом молниеносного развития информационных и электронных технологий.

Что составляет обоюдный интерес кредитных организаций и их клиентов? Это, во-первых, привлекаемые в банки «пассивы» денежных средств клиентов — в этом случае и для одних, и для других важно, какова цена размещения указанных денежных средств. Во-вторых, кредитные продукты, предоставляемые клиентам банками, прельщают последних процентными доходами за предоставление заемных денежных средств, а клиентам, в свою очередь, важно иметь возможность, за умеренную цену, использовать эти средства в своих целях. В-третьих, комиссионные доходы также являются частью прибыли банков, клиенты же получают, необходимые им, банковские услуги. Эта третья составляющая эффективности деятельности кредитных организаций особенно интересна для изучения, так как периодически банки пытаются «подтянуть» именно комиссионную статью доходов.

С 1992 года мало что изменилось в потребностях клиентов кредитных организаций, банковские же продукты постоянно видоизменяются. «Что нового предложить клиентам, чтобы их заинтересовать и привлечь на обслуживание?» — вот вопрос, который постоянно пытаются решить кредитные организации.

Чтобы на него ответить можно начать с определения видов наиболее востребованных банковских услуг для различных категорий клиентов банков (физических и юридических лиц), а затем систематизировать данные продукты в оптимальные ряды. Интересно найти столько видов подобных рядов, сколько существует категорий клиентов, пользующихся услугами банковских организаций.

Разработка данного предложения заключается в исследовании основных направлений и проблем определения оптимального набора банковских продуктов в различных банках России, а также в изучении возможности увеличения прибыли банков формированием необходимого клиентам, и, при этом, рентабельного для банков, оптимального пакета банковских услуг.

Это поможет ответить на вопрос: «Влияет ли установление определенного набора предлагаемых банковских услуг на повышение прибыльности банков?», а также поможет выявить проблемы при формировании и развитии таких оптимальных рядов банковских продуктов, установить порядок систематизации оптимальных рядов прогрессивных банковских продуктов для российских банков и их клиентов.

Действительно, одни банки процветают, а у других отзывают лицензии, в одних банках приятно обслуживаться — в другие же второй раз не хочется заходить. Что может привлечь клиентов в банк в настоящее время? Наверное, немаловажную роль могут сыграть оформление помещений и внешний вид сотрудников банка, отношение к клиенту и удобства расположения офиса банка, доходчивые и призывные информационные порталы банка. Но самое важное для клиентов — это разнообразный перечень банковских операций, при этом, проводимых быстро, просто, легко и удобно.

Все банки время от времени начинают «рыть землю» в направлении создания новых предложений для клиентов с целью повышения дохода от операционных услуг. Создание оптимальных рядов из прогрессивных банковских продуктов, т.е. продуктов, постоянно видоизменяющихся, наращивающих свой потенциал — может быть нововведением для многих банков. Следствием такого новшества будет развитие только необходимых банкам и их клиентам действующих, рентабельных, взаимовыгодных банковских продуктов. В то же время следует выявлять и — или отсеивать или «реанимировать» — «вымирающие» банковские услуги.

Структура наиболее часто встречающихся банковских операций известна и проста (перечень операций далеко не исчерпывающий):

Для клиентов- физических лиц: переводы и платежи, в том числе налоговые и коммунальные (периодичность: ежегодно, ежеквартально, ежемесячно); переводы родственникам по России и за рубеж; кредитные продукты; размещение свободных денежных средств в инструменты накопления, при соблюдении их сохранности (система страхования вкладов) или доверительное управление данными средствами, с учетом мультивалютной корзины – для страхования от инфляции, и то и другое – при условии получения приличного дохода.

Для клиентов – юридических лиц: переводы и платежи, в том числе налоговые и коммунальные; ведение паспортов-сделок; переводы контрагентам по России и за рубеж; кредитные продукты; гарантийные операции; размещение свободных денежных средств в инструменты накопления или доверительное управление данными средствами, при соблюдении их сохранности и с учетом мультивалютной корзины – для страхования от инфляции, и также, безусловно, при условии получения дохода.

Данные перечни операций не так уж сильно отличаются друг от друга, хотя есть общее и различия. Но, если создать оптимальный ряд прогрессивных банковских продуктов для одной категории клиентов, то это будет возможно сделать и для другой.

Методологическая база формирования такого ряда в современных условиях может основываться на таких принципах, как:

- комплексный системный подход к изучению всех типов банковских продуктов и услуг, с точки зрения их разнообразностей и неодинаковых условий их развития в различных банках;
- систематизация вариаций предлагаемых разными банками на российском банковском рынке пакетов банковских продуктов и услуг;
- изучение современных идей и представлений о месте банковских продуктов и услуг в банковском секторе и в экономической системе в целом;
- исследование роли банковских услуг в функционировании отдельных отраслей хозяйства, государственных, частных структур и других клиентов банков – физических и юридических лиц.

Необходимо также соблюдение банками конфиденциальности и информационной безопасности, равно как и законодательства, а также своевременное ознакомление с новыми нормативами клиентов – для предупреждения неверных шагов при ведении бизнеса или домашнего хозяйства.

Но ведь, помимо исследовательских рассуждений, скажете Вы, к каждому клиенту всегда нужен индивидуальный подход! Так, может быть, систематизация тарифицированных банковских продуктов поможет сформировать банковские предложения в пакетные услуги, состоящие из таких продуктов? А дальше можно будет предлагать клиенту самому участвовать в процессе создания уникального банковского продукта для себя. Подобные предложения для клиентов могут быть своеобразной игрой, заставляющей клиента задуматься о его насущной потребности в конкретных банковских операциях, а затем организовать для себя блокнот этих услуг в его «Личном кабинете», доступ к которому возможен посредством телефона, интернета, банковской карты – этаким персональным «Блокбанк».

Такой продукт можно создать для себя один раз с неизменными, на момент создания, вводными данными, а далее, при необходимости, «трансформировать» его, в соответствии со своими потребностями.

Для чего в российских банках может понадобиться такой банковский продукт, состоящий из ряда определенных услуг? На самом деле, его создание было бы интересно и для кредитных организаций и для их клиентов. Потребителям банковских услуг вовсе не нужны какие-то «мудреные» и «заумные» банковские операции, так как у них, как правило, не хватает времени для того, чтобы изучать талмуды документации, сопровождающей эту услугу. И если банк сможет предложить своему клиенту некий унифицированный продукт, позволяющий последнему получать необходимые ему банковские услуги, не посещая при этом постоянно офис банка, то результатом может явиться увеличение числа клиентов и, как следствие, увеличение комиссионных доходов такого банка. А созданная услуга впоследствии может распространиться и в другие кредитные организации, хоть и не слишком любят банки делиться между собой нововведениями.

Идея состоит в создании возможности для клиентов банка самим создавать банковский продукт-трансформер из необходимых им услуг. Возможно, предлагаемая идея не нова, и некоторые банки уже предлагают похожие продукты, но все эти продукты применяются либо вкуче с основной услугой такого банка, либо как самостоятельные и мало зависящие от банка услуги, такие как-переводы в пользу юридического лица (МГТС, ЖКХ, Мосэнергосбыт, Телефонные операторы, Интернет-провайдеры и другие) на основании договора с получателем платежей. Например, существуют терминалы Совкомбанка, которые предназначены только для погашения потребительских кредитов физических лиц; бан-

коматы Сбербанка – для переводов между вкладами и картами Сбербанка и проведения коммунальных и налоговых платежей; терминалы МТС – для оплаты Телефонии и услуг ЖКХ; банкоматы и интернет-кабинеты Глобэксбанка – для проведения коммунальных платежей и платежей за услуги Телефонии и Интернет-провайдеров. И таких примеров достаточно.

Но если клиенту нужно сделать перевод родственнику в другой город – тогда нужно искать банк с системными переводами, заполнять бланки, терять время в очередях или делать перевод из банка, в котором проводят переводы без открытия счета или со счета, что тоже сопряжено с потерей времени. В конечном итоге, хотелось бы, чтобы клиент не запутывался во множестве карт или платежных документов различных банков, не простаивал в очередях, а пользовался услугами разных банков, но с помощью одного банковского продукта – кредитовался и гасил кредиты, размещал депозиты и получал проценты. А еще – оплачивал услуги, налоговые платежи, переводил платежи друзьям и родственникам по России и за рубеж, не заполняя при этом двадцатизначными цифрами счетов сложные бланки, отчаянно борясь с запутанными формами банковских документов и своим почерком.

В мае 2014 года, в одном из московских банков обслуживающими подразделениями проводился статистический опрос клиентов-юридических лиц, с целью выявления возможности повышения комиссионных доходов, которые состоят из полученных банком комиссий от проводимых операций за: ведение счетов, расчетно-кассовое обслуживание, дистанционное управление счетами, валютный контроль, сдачу в аренду ячеек сейфа, работу с аккредитивами, предоставление гарантий, работу с банковскими картами, за услуги эквайринга, операции с ценными бумагами и другие банковские услуги.

Сотрудниками банка был проведен опрос среди различных категорий клиентов, были зафиксированы пожелания и предложения по более качественному и эффективному, с точки зрения потребителей банковских услуг, обслуживанию.

Результатом такой акции стала сводная таблица мнений клиентов. Многие из них считают, что клиентам следует реже появляться в офисе банка, и при этом иметь возможность оперативно решать вопросы по проведению платежей, конвертаций, пересылке различных сообщений, и как можно меньше предоставлять, необходимые банку, или для отчетной статистики или, в связи с требованиями законодательных нормативов, бухгалтерские и иные документы. Некоторые клиенты любят посещать офис банка лично для того, чтобы поместить

что-то в ячейку сейфа, посмотреть, как существует банк и его сотрудники, убедиться, что все на своих местах, ощутить, что, с его точки зрения, все в порядке, поговорить с обслуживающим персоналом о насущных банковских проблемах или экономических проблемах страны. Клиенты – все разные! И, наверное, ничего принципиально нового, в масштабе государства, результат этого опроса не выявил. Понятно, что, несмотря на общность интересов всех категорий клиентов – есть и существенные различия, связанные с проведением операций, не характерных для ведения различного вида бизнеса или управления различными видами домашних хозяйств. Зато для данного банка результат был существенный – данные опроса позволили систематизировать потребности клиентов и понять, каких именно услуг не хватает в данном конкретном банке, по сравнению с предложениями других кредитных организаций.

Важно и то, что клиенты, побывавшие в разное время клиентами различных банков – по каждому из них составили собственное мнение и озвучили преимущества предложений одного банка перед другим, то есть сами стали аналитиками рынка банковских услуг, и все их пожелания сводятся к одному: «Хочу получать все банковские услуги в одном месте!»

Очевидно, что отслеживание инноваций банковских продуктов и контроль за доходностью от оказываемых услуг необходимы для самих банков, для выявления ими проблемных участков, изменения пакета предлагаемых услуг, составления новых предложений для клиентов. Поэтому каждому банку важно изучить функционирование в банковском секторе, в условиях развивающейся экономики, разнообразных наборов банковских продуктов и услуг, требований к ним, предъявляемых законодательством, банками и потребителями банковских услуг, а также современного уровня образования и дальнейшего развития банковских продуктов.

Для более глубокого понимания ситуации на банковском рынке в настоящее время, в части состояния предложений банковских услуг, необходимо:

1. Изучить спрос и предложение на осуществление банками типовых, узаконенных нормативами, кредитных и некредитных банковских операций, а также спрос и предложение на небанковские услуги, оказываемые кредитными организациями.
2. Рассмотреть влияние рынка спроса и предложения банковских продуктов на их развитие.

3. Исследовать пути усовершенствования банковских продуктов, а также симбиоз одних банковских услуг и «вымирание» или «реанимация» других. Определить «прогрессивные» (развивающиеся) и «вымирающие» банковские продукты.

4. Проанализировать причины неизбежного изменения стандартного набора банковских продуктов и влияние этого изменения на рынок банковских услуг и прибыль банков;

5. Изучить историю формирования банковских продуктов.

6. Выявить основные проблемы банков, связанных со стратегически неверным определением оптимального пакета банковских услуг при предложении их на банковском рынке.

7. Изучить условия адаптации оптимального ряда типовых банковских продуктов к новым технологиям и потребностям клиентов.

8. Определить перспективы развития оптимального пакета банковских продуктов в российских банках в соответствии с запросами потребителей банковских услуг и исследовать основные тенденции и проблемы формирования оптимального набора банковских продуктов в различных банках России, в том числе государственных.

Исследование данной проблемы позволит систематизировать и классифицировать определенные виды банковских продуктов в оптимальные ряды, разновидности которых могут отличаться категориями клиентов — потребителей банковских услуг и их потребностями, усовершенствовать данный ряд, с точки зрения современных технологий и безопасности, в общем, подготовить соответствующую почву для дальнейшего перехода к следующему шагу.

Следующим шагом, по-видимому, должно быть предоставление банками клиентам (юридическим и физическим лицам) возможности составлять самостоятельно и исключительно в соответствии с собственными потребностями из таких продуктов свой оптимальный ряд — собственный уникальный банковский продукт-трансформер, новый «БлокБанк», объединяющий в себе все необходимые потребителю банковские услуги, предлагаемые банковскими организациями.

По результатам проведения исследований можно будет сделать выводы о состоянии банковских продуктов в российском банковском секторе и перспективах их продвижения, с учетом: задач банковского сектора в России; установленных законодательством нормативов; а также развития новых банковских, интернет и электронных технологий. В таком государстве, как Россия, с огромным количеством разнообразных кредитных институтов очень сложно контролировать определенные

операции клиентов. А из-за разнообразия АБС в банках, собирать информацию, для аналитического исследования или для статистики, уполномоченным органам власти достаточно сложно. Если задуматься и об этой проблеме, то будет найден еще один плюс в пользу необходимости внедрения данного банковского продукта в российских кредитных организациях, так как он должен создаваться, в том числе, на основе объединения данных по продуктам множества банков, а значит, может пойти речь и о некоей сопровождающей унифицированной АБС (автоматизированной банковской системе).

Тему о проблемах защиты информации и безопасности денежных средств клиентов, о правильном соблюдении законодательства в кредитных организациях при нововведениях, а также о других сложностях, стоящих на пути создания и внедрения данного банковского продукта можно и дальше обсуждать, но главное — это понять перспективы этой идеи. Ведь, кто знает, возможно, именно ее развитие помогло бы впоследствии в решении важных задач, всегда стоящих внутри процесса развития государственного банковского сектора, а именно:

1. Упрощение управления собственными средствами потребителями банковских услуг (физическими и юридическими лицами).
2. Упрощение предоставления банками пакета банковских услуг для любого типа потребителя банковской услуги.
3. Повышение прибыли банков от оказания банковских услуг.
4. Упрощение для банков предоставления информации, запрашиваемой органами государственной власти и налоговых служб.
5. Контроль движения денежных средств на территории государства.

Используемые источники

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» № 395-І от 02.12.1990 (ред. от 05.05.2014).
2. Банковское дело: Учебник / Авторский коллектив, под редакцией Лаврушина О.И. — М.: Банковский и биржевой научно-консультативный центр, 1992.
3. Уайтинг Д.П. «Осваиваем банковское дело» — М.ЮНИТИ, 1996.
4. Русавская А.В., Дормидонтов А.В. Влияние мировой глобализации на развитие современного рынка банковских продуктов /Ученые записки: Роль и место цивилизованного предпринимательства в экономике России: Сборник научных трудов. Выпуск XXXII / Под общ. ред. В.С. Балабанова. — М.: Российская академия предпринимательства, АП «Наука и образование», 2012.