

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ПАРАМЕТРОВ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

METHODOLOGICAL APPROACH TO ASSESSING PARAMETERS OF BANKING PRODUCTS

V. Vagaitseva
A. Shmyreva

Summary. Currently, the competitiveness of commercial banks and their demand in the market is manifested in the variety of services they provide. This article provides arguments in favor of the importance of defining such a concept as «the effectiveness of a banking product». The essence of assessing the quality and efficiency of using a banking product is revealed. The methodological approach proposed in the work by the authors allows us to analyze and obtain a holistic understanding of the product offered by a commercial bank. Another important result of the performance assessment is the formation of recommendations on the possibility of further use and development of the product by a commercial bank.

Keywords: economics, finance, bank, assessment, efficiency, product.

Вагайцева Валерия Павловна

Аспирант, преподаватель, Новосибирский
государственный университет экономики и управления
valeria.vagaitseva@yandex.ru

Шмырева Александра Ивановна

Доктор экономических наук, профессор, профессор,
Новосибирский государственный университет
экономики и управления
a.i.shmyreva@edu.nsuem.ru

Аннотация. В настоящее время конкурентоспособность коммерческих банков и их востребованность на рынке проявляется в разнообразии оказываемых ими услуг. В данной статье приводятся аргументы в пользу важности определения такого понятия как «эффективность банковского продукта». Раскрывается суть оценки качества и эффективности использования банковского продукта. Предложенный в работе авторами методический подход позволяет проанализировать и получить целостное представление о предлагаемом коммерческим банком продукте. Также важным итогом проведения оценки эффективности является формирование рекомендаций о возможности дальнейшего использования и развития продукта коммерческим банком.

Ключевые слова: экономика, финансы, банк, оценка, эффективность, продукт.

Формирование и совершенствование сектора банковских продуктов и услуг России — один из наиболее важных аспектов становления и развития отечественной финансовой системы и экономики в целом. Банковская деятельность — ключевой фактор в вопросе организации потребления и производства на отечественном рынке. Значимой целью деятельности таких финансовых институтов, как кредитные организации, в частности коммерческие банки, является оказание финансовой поддержки субъектам экономики [1, с. 434].

Поскольку базой для развития рыночных отношений является предпринимательская деятельность, помощь её представителям особенно малому и среднему бизнесу является важной стороной функционирования банков в виде оказания банковских услуг, а также продажи банковских продуктов по специальным льготным программам.

Также принимая во внимание тенденцию развития современных финансовых инструментов на фондовом рынке в виде осуществления выпуска ценных бумаг — облигаций (бондов), являющихся, по сути, альтернативой предоставления коммерческого кредита, одними из наиболее востребованных остаются консервативные методы привлечения дополнительных средств. К ним относятся:

приобретение продуктов и услуг, предоставляемых банком: счета, депозиты, а также различные виды кредитования, например, кредит для целей бизнеса [2, с. 96].

Кроме того, население нашей страны продолжает отдавать предпочтение такому банковскому продукту, как сберегательный вклад. Об этом свидетельствуют аналитические материалы Федеральной службы государственной статистики. В региональном разрезе лидирует Центральный федеральный округ 598141 млн руб., в частности г. Москва, 259183 млн руб. [6, с.90].

Активность коммерческих банков в сфере организации, формирования и выпуска банковских продуктов имеет тенденцию к росту.

Описание ключевых продуктов, которые предлагают банки клиентам как физическим, так и юридическим лицам, можно привести в виде таблицы (см. табл. 1) [3, с. 590].

Выше представлены традиционные или «классические» продукты банка. Также можно выделить новейшие или современные продукты коммерческих банков, к ним относятся продукты дистанционного банковского обслуживания, такие как:

- онлайн-банкинг,
- телефонный банкинг,
- мобильный банкинг,
- мультибанковские системы (HandyBank и Faktura.ru) данное обеспечение позволяет небольшим и региональным банкам развиваться в сети «Интернет» не прибегая к организации масштабного онлайн-пространства [5, с. 90].

Таблица 1.
Основные продукты, предлагаемые клиентам
коммерческого банка

Наименование продукта	Краткая характеристика продукта
Коммерческие ценные бумаги и займы, предоставляемые банком организациям	Выдача банком наличных ссуд организациям, занимающимся производством товаров и услуг, которые продают обязательства их приобретателей по оплате долга, что даёт возможность снизить временные затраты на размещение денежных средств.
Обменные операции	Банк выполняет продажу валюты, принимая от покупателя другую, при этом взимает комиссию.
Сберегательный вклад	Коммерческий банк берёт на себя обязательство выплачивать процент клиенту за предоставление им денежных средств, временно находящегося на вкладе (депозите).
Вклады «до востребования»	Банк принимает условие клиента о возвращении предоставленных им денежных средств во вклад по его первому требованию.
Акты, подтверждающие хранение ценностей	Документ, который гарантирует сохранность и своевременное возвращение личных ценностей банком клиенту с указанием срока и условий.
Кредитный договор	Это вид банковского продукта, который закрепляет условия отношений между банком и клиентом.

Сформированный продукт является модификацией, улучшенной версией имеющегося у банка продукта — его основной задачей является усиление эффекта отдачи в финансовом и организационном плане. Другими словами, продукт должен демонстрировать свою эффективность, одна из составляющих — это положительный финансовый поток от его применения, иначе он будет исключён из продуктовой линейки, предлагаемой банком.

Применение потенциального подхода к определению понятия «эффективность банковского продукта» может представлять собой совокупность экономических коэффициентов, которые будут отражать полезность и рентабельность нового банковского продукта [7, с. 55].

В литературе распространено понятие «эффективности банковской деятельности», в то время как, эффективность отдельно взятого продукта практически не рассматривается. Это говорит о том, что значение эффективности банковского продукта в сфере деятельности коммерческого банка является несколько недооценённым и нуждающимся в поддержке и характеристике [8, с.36].

Исходя из информации, полученной в ходе исследования, представляется возможным сформировать определение понятия «эффективность банковского продукта» на основании предоставления банковской услуги. Итак, эффективность банковского продукта — это обобщающий показатель, характеризующий конечный результат деятельности банка по формированию и выпуску продуктов на финансовый рынок, представляющий совокупность экономических коэффициентов: основные параметры продукта, уровень его развития по отношению к прошлым значениям данного продукта, а также полезность его применения и использования потенциальным клиентом.

Рассматривать эффективность продукта следует не только на основании услуги, оказываемой банком, но и как самостоятельную единицу, приносящую финансовый результат. Ведь главная задача продуктов коммерческих банков заключается в планомерном и всеобъемлющем удовлетворении потребностей и запросов клиентов кредитной организации, которые базируются на их финансовой грамотности и материальных возможностях [11, с.40].

В связи с этим возникает необходимость в установлении единого подхода к оценке эффективности от использования банковского продукта.

Авторами предлагается следующий методический подход к оценке параметров продукта коммерческого банка (см. рис. 1).

Этап 1 и 2 представленного подхода предполагает сбор информации о предлагаемых продуктах банком, её анализ и систематизацию.

Этап 3 авторского подхода предполагает поиск параметров эффективности банковского продукта, в соответствии с гипотезой проводимого исследования — поиском оптимальных критериев оценки эффективности банковских продуктов.

Несмотря на всё многообразие предлагаемых на рынке продуктов, качественные характеристики продукта для клиента, в основном, следующие:

- полезность;
- востребованность;

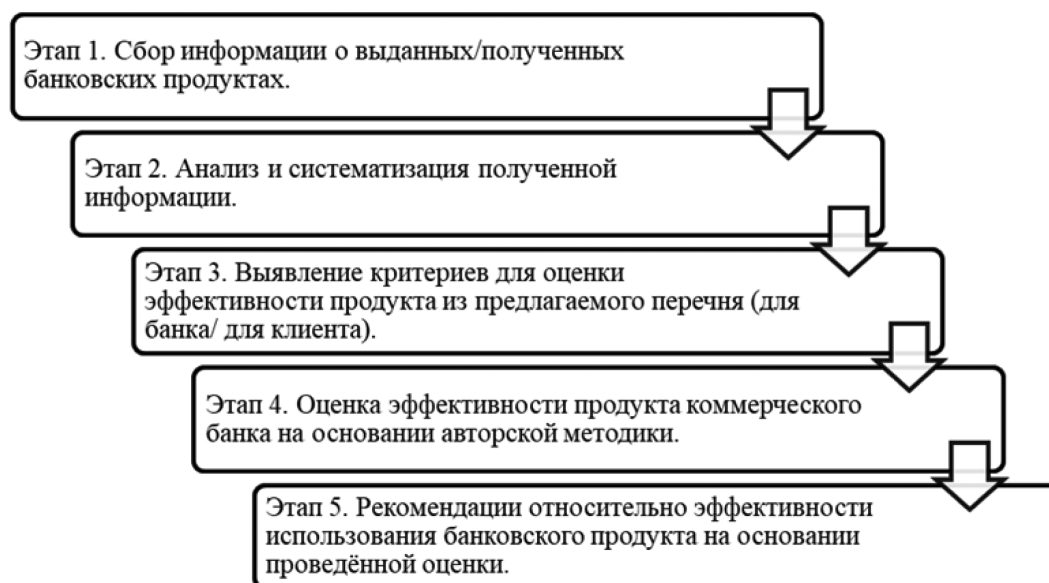


Рис. 1. Методический подход к оценке параметров продукта коммерческого банка

- доступность;
- популярность;
- ценность для банка;
- факт привилегии (в зависимости от конечного пользователя).

Для коммерческого банка критериями эффективности являются:

- объём выдачи продуктов при оказании услуг;
- качество предоставления продукта (скорость реализации услуги, квалификация и мотивация сотрудников);
- размер выгоды для банка от продажи продуктов;
- ценность банковского продукта.

Этап 4 методического подхода включает в себя методику оценки продукта коммерческого банка. Для измерения эффективности банковского продукта необходимо установить параметры, которые позволят быстро и качественно оценить данный показатель.

По мнению авторов, для комплексной оценки эффективности в сфере продуктов коммерческих банков может быть рекомендована следующая методика:

1. Анализ институциональных аспектов сферы продуктов коммерческих банков: краткий обзор финансового положения региона, в частности число действующих кредитных организаций, с учётом имеющихся филиалов и дополнительных офисов.
2. Обеспеченность населения традиционными или «классическими» банковскими продуктами:

Рыночная обеспеченность банковскими продуктами = количество коммерческих банков в регионе (стране) / численность населения.

Финансовая обеспеченность банковскими продуктами по активам в текущем периоде = активы коммерческого банка / валовой региональный продукт (ВВП).

Финансовая обеспеченность банковскими кредитами = объём размещённых средств коммерческого банка/валовой региональный продукт (ВВП).

Показатель сбережений или вкладов = количество вкладов в коммерческом банке/доход на душу населения в регионе/стране (среднемесячный)

Комплексный показатель оценки обеспеченности продуктами банка населения = Институциональная обеспеченность банковскими продуктами × Финансовая обеспеченность банковскими продуктами по активам в текущем периоде × Финансовая обеспеченность банковскими кредитами × Показатель сбережений или вкладов.

3. Показатель оценки эффективности продукта коммерческого банка. Данный показатель формируется в результате совокупной оценки трёх параметров — доходность банковского продукта, доля продукта банка в общем объёме их предоставления, порог рентабельности коммерческого банка.

Доходность продукта коммерческого банка представляет собой разницу между выручкой от продажи определённого вида банковского продукта и расходами на реализацию данного вида продукта.

Пример, Доходность кредита на развитие малого бизнеса = Доход от предоставления кредита на развитие малого бизнеса — Расходы на реализацию продукта кредита на развитие малого бизнеса.

Долевой анализ предоставления определённого вида продукта позволит оценить процент продажи продукта в общем объёме деятельности коммерческого банка.

Пример: Доля кредитов — это отношение кредитного портфеля (объём размещённых средств) коммерческого банка к его активам.

Доля вкладов — это отношение депозитного портфеля банка (объём привлечённых средств) коммерческого банка к его пассивам.

Порог рентабельности коммерческого банка делает возможным не только оценить финансовую прибыльность кредитной организации, но и анализировать чистую прибыль, содержащуюся в 1 руб. доходов банка.

Рентабельность коммерческого банка — отношение чистой прибыли к общим доходам банка в процентном соотношении.

4. Финансовое положение в коммерческом банке в целом: выполнение основных нормативов банковской деятельности — расчёт показателей ликвидности.
5. Анализ качества предоставления банковских продуктов путём изучения информационного поля коммерческого банка — его рейтинг, по мнению экспертов в России и за рубежом, а также в листинге Банка России.
6. Итогом проведения оценки является вывод об эффективности и целесообразности предоставления банком определённого вида продуктов. Результат оценки лучше всего отобразить графически: в виде таблицы с указанием исследуемых параметров.

Этап 5 авторского методического подхода подразумевает предоставление рекомендаций относительно эффективности предоставляемого коммерческим банком продукта в части оказания услуг потенциальному клиенту банка — юридическому или физическому лицу.

Таким образом, процесс формирования и продажи продуктов банка неразрывно связан не только с понятием эффективности его использования, но и, с масштабом их генерирования, а также с основными характеристиками финансового и институционального положения коммерческого банка на финансовом рынке [9, с. 2350].

Значимыми индикаторами конкурентоспособности коммерческого банка на рынке финансовых услуг является не только качество и эффективность предоставляемого продукта, но и масштаб целевой аудитории, а также спектр имеющихся в линейке продуктов, их разнообразие и полезность для конечного потребителя. [10, с. 102].

Основными факторами, влияющими на развитие и повышение качества банковских продуктов, являются месторасположение кредитной организации, финансово-экономическое положение банка, культура предоставления услуг и этика в вопросах работы с клиентами, набор продаваемых банком продуктов, а также нормативно-правовое регулирование в сфере продуктов коммерческих банков.

Предложенный авторами в работе методический подход поэтапно формирует целостное представление об эффективности банковского продукта. Выполненный анализ позволяет не только оценить продукт, но и предложить рекомендации относительно возможности его использования и развития коммерческим банком.

ЛИТЕРАТУРА

1. Апала С.Р. Современные цифровые банковские продукты, операции и услуги / С.Р. Апала // Таможенное администрирование и экономическая безопасность в цифровой экономике: материалы всероссийской научно-практической конференции, Брянск, 14–15 ноября 2019 года. — Брянск: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2019. — С. 433–435. — EDN OYWTYA.
2. Бабенко Г.В. Классификация банковских продуктов и услуг // Colloquium-journal. 2020. — №12. — С. 95–99.
3. Беспалов Р.А. Цифровая трансформация банковских продуктов и услуг в условиях пандемии COVID-19 / Р.А. Беспалов, Н.Н. Денисова // Управленческий учет. — 2021. — № 11-3. — С. 586–592. — DOI 10.25806/uu11-32021586-592. — EDN XQOHVR.
4. Бочкова Е.В. Интернет-банкинг как современная форма банковского обслуживания // Концепт: научно — методический электронный журнал. — 2016. — № 15. — С. 826–830.
5. Быканова Н.И. Тенденции развития Digital-маркетинга на рынке банковских услуг / Н.И. Быканова, И.А. Наumenко, К.В. Молчанов // Научный результат. Экономические исследования. — 2022. — Т. 8. — № 4. — С. 88–98. — DOI 10.18413/2409-1634-2022-8-4-0-9. — EDN BAPOKB.
6. Вагайцева В.П. Некоторые аспекты цифровых банковских продуктов / В.П. Вагайцева, Д.Н. Мышкина, А.И. Шмырева // Russian Economic Bulletin. — 2022. — Т. 5. — № 2. — С. 235–240.
7. Вагайцева В.П. Современные банковские продукты: сущность, формирование и основные направления развития / В.П. Вагайцева // Актуальные направления научной мысли: проблемы и перспективы: Сборник материалов VIII Всероссийской научно-практической (национальной) конференции, Новосибирск, 15 декабря 2021 года. — Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2022. — С. 52–59.

8. Вагайцева, В.П. Проблемы классификации банковских продуктов и услуг / В.П. Вагайцева // Тенденции развития современной науки в свете исследований молодых ученых: Сборник избранных статей Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 30 сентября 2022 года. — Санкт-Петербург: Частное научно-образовательное учреждение дополнительного профессионального образования Гуманитарный национальный исследовательский институт «НАЦРАЗВИТИЕ», 2022. — С. 35–37.
9. Гришина Е.А. Банковские продукты и услуги: современное состояние и перспективы развития в России // Финансы и Кредит. — 2017. — № 39, т. 23. — С. 2346–2360.
10. Жукова Е.Ф. Банковский менеджмент — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. — 303 с.
11. Ибрагимова Н.Р. Зарубежный опыт формирования и использования современных банковских продуктов / Н.Р. Ибрагимова // Проблемы науки. 2020. №1 (49). С. 38–43.

© Вагайцева Валерия Павловна (valeria.vagaitseva@yandex.ru); Шмырева Александра Ивановна (a.i.shmyreva@edu.nsuem.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»