# расцвет банковского дела

новый банковский продукт:

понятие, виды, классификация

Аннотация В статье рассматриваются понятия банковского продукта, банковской инновации, нового банковского продукта, а также дается авторская классификация новых банковских продуктов. **Ключевые слова:** банковский продукт, банковская инновация, новый банковский продукт, банковская услуга азвитие банковского бизнеса протекает в условиях довольно жесткого противостояния между различными кредитными организациями. Поэтому, чтобы преуспеть в конкурентной борьбе, коммерческие банки используют различные приемы и методы. В этой борьбе выигрывают прежде всего те кредитные учреждения, которые пытаются диверсифицировать свою деятельность, включая разработку и продвижение новых банковских В то же время понятие «банковский продукт» различными авторами трактуется неоднозначно. В этой связи предоставляется возможным исследование генеалогии (происхождения) данного понятия и изучение точек зрения ведущих экономистов на сущность банковского продукта.

# Сущность понятия «продукт»

И начать необходимо именно с понятия «продукт», ведь очевидно, что понятие «банковский продукт» вытекает из этого более общего понятия – «продукт» («экономический продукт»).

Слово «продукт» происходит от латинского productus – произведенный.

В словаре Ожегова [17] представлены следующие определения «продукта»:

- предмет как результат человеческого труда (обработки, переработки, исследования);
- следствие, результат, порождение чего-нибудь.

#### Корнилова Екатерина Юргевиа

Екатерина Юрьевна

аспирантка кафедры финансов и кредита, Белгородский университет кооперации, экономики и права ostrovenko@mail.ru



Экономическим продуктом называют все то, что производится, создается и используется в экономике [11].

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». Поэтому, вообще говоря, продукцией допустимо называть любой результат, получаемый на выходе производства [20].

В маркетинге продукт – это товар или услуга, которую можно предложить для рынка и которая будет удовлетворять потребности потребителей [22].

Товаром считают любой экономический продукт, поступающий после производства на рынок. Чаще понятие «товар» относят к производимым материальным предметам и вещам, которые делаются на продажу [18].

Термин «услуга» также имеет несколько интерпретаций.

Так, в нормативных документах услуга – это результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственная деятельность исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя.

Среди определений, которые сформулированных различными авторами, можно выделить два основных подхода к раскрытию сущности этого понятия [13]:

- 1. Услуга это действие или процесс, предлагаемые 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;
- 2. Услуга вид экономической деятельности, создающий ценность и обеспечивающий определенные преимущества для потребителей в конкретном месте и в конкретное время в результате осязаемых или неосязаемых действий.

В российской экономической литературе, как и в практике, термин «банковский продукт» появился с переходом к рыночной экономике. В США, как правило, принято говорить именно о продукции

банка, подразумевая под этим услугу или операцию, совершенную банком, его действие, предпринимательскую акцию, направленную на улучшение условий бизнеса. Банки в последнее десятилетие основной акцент в своей деятельности делают на купле-продаже создаваемых ими широко обращающихся финансовых обязательств, а не на оказании определенных действий в интересах клиента (что, собственно, и носит название «услуги») [14].

### Различные подходы в трактовке понятия «продукт»

Для изучения сущности банковского продукта в ходе исследования необходимо дать анализ различных подходов относительно трактовки этого понятия.

Так, Масленченков Ю.С. считает, что «банковский продукт – это способ оказания услуг клиенту банка; регламент взаимодействия служащих банка с клиентом при оказании услуги, т.е. комплекс взаимосвязанных организационных, информационных, финансовых и юридических мероприятий, объединенных единой технологией обслуживания клиента» [14].

Авторы автоматизированной банковской системы AБС NEXT считают, что банковский продукт представляет собой регламент, определяющий порядок оказания клиенту банковских услуг [1].

По мнению ряда отечественных и зарубежных ученых, банковский продукт — это отдельная банковская услуга или набор банковских услуг, предлагаемый клиентам на типовых условиях Примеры: программный кредит, целевой вклад, депозитный сертификат, пластиковые карточки [7].

Лаврушин О.И. считает, что банковским продуктом являются: создание платежных средств и предоставление услуг. При этом создание платежных средств проявляет себя на уровне экономики в целом (на макроуровне), то есть Центральный банк производит выпуск денег, необходимых для обращения, для приобретения и потребления материальных благ и продолжения процесса воспроизводства [4].

Уткин Э.А., Морозова Н.И. и Морозова Г.И. предлагают следующее определение банковского продукта – «разнообразные действия на финансовом рынке, денежные операции, осуществляемые коммерчес-

pa.	звитие	
ба	нковского бизнеса	
np	отекает в условия	X
до	вольно жесткого	
np	отивостояния	
ме	жду различными	
кp	едитными	
op.	ганизациями	

финансы

термин
«экономический
продукт»
конкретизируется
в зависимости
от способа
производства
и области
применения

кими банками за определенную плату по поручению и в интересах своих клиентов, а также действия, имеющие целью совершенствование и повышение эффективности банковского предпринимательства (например, совершенствование организационной структуры)» [19].

Балабанов И.Т. под банковским продуктом понимает материально оформленную часть банковской услуги (карта, сберегательная книжка, дорожный чек, электронный кошелек и т.п.). Банковский продукт имеет осязаемую форму, предназначенную для продажи на финансовом рынке [3].

Этой точки зрения придерживается и Жуков Е.Ф., который считает, что «банковский продукт – это банковский документ (или свидетельство), который выпускается банком для обслуживания клиента и проведения банковских операций. Банковскими продуктами являются векселя, чеки, банковские проценты, депозиты, сертификаты и т.п.» [5].

Банковская операция означает процедуру действий, направленную на решение определенной задачи по управлению банковским капиталом. Банковские операции как действия имеют неосязаемую форму, т.е. их нельзя потрогать и нельзя продать по фиксированной цене. Чтобы быть проданной, банковская операция должна быть материализована. Формой материализации банковской операции является какой-то определенный документ (методические указания, инструкция и т.п.). Этот документ представляет собой уже банковский продукт, т.е. он является объектом купли-продажи на финансовом рынке.

Исходя из вышеизложенного, можно выделить две точки зрения относительно сущности банковского продукта:

- 1) банковский продукт «в узком смысле» это материально оформленная часть банковской услуги;
- 2) банковский продукт «в широком смысле» это результат банковской деятельности, банковские услуги же действия по обслуживанию клиентов, которые носят дополнительный характер.

По нашему мнению, наиболее полной является вторая точка зрения.

Таким образом, банковский продукт — это результат банковской деятельности, выступающий в виде товара, который поступает на банковский рынок для продажи клиентам.

Для целей данного исследования акцентируем внимание на изучении понятия и видов новых банковских продуктов.

Стоит отметить, что понятие «новый банковский продукт» довольно условно. Если один банк внедряет для себя иной, ранее им не практикуемый вид услуг, то для других банков подобная практика может быть давно делом реальной жизнедеятельности. То же относится и к клиентуре. Если конкретный клиент раньше к данной банковской услуге не прибегал, то она для него новая. Для банка же внедрение в практику бизнеса новых продуктов – возможность проникновения на новые рынки, их освоение, удовлетворение вновь появившихся пожеланий клиентов и получение на этой основе новых прибылей. Особенно высокие доходы имеют место обычно тогда, когда банк выходит на рынок с качественно новым продуктом, который другие банки пока не использовали, и на определенном этапе времени становится монополистом, что дает возможность некоторое время получать монопольно высокую прибыль. Этот период обычно невелик, поскольку другие банки стараются быстро наверстать упущенное, разработать, подготовить и предложить своим клиентам аналогичную услугу. Но и за короткое время можно, особенно в российских условиях, сделать «большие деньги», а главное, привлечь к себе новых клиентов, и таким образом существенно пополнить клиентскую базу [19].

#### Банковские продукты и банковские инновации

Также важно отметить, что некоторые авторы практически отождествляют новые банковские продукты и банковские инновации.

Так что же такое «инновация»?

Известны различные определения понятия «инновация»:

- «...любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего инноватор и его компания получают преимущества перед конкурентами [9]»;
- «...продукт творческого труда, имеющий завершенный вид товара, готового к применению и распространению на рынке [10]»;



банковский продукт – это способ оказания услуг клиенту банка; регламент взаимодействия служащих банка с клиентом при оказании услуги

• «...конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности [23]». Кроме термина «инновация», используется понятие «нововведение». Существует мнение, что понятие «нововведение» является русским вариантом английского слова innovation, перевод которого означает «введение новаций» [15].

Известны следующие определения понятия «нововведение»:

- это целенаправленный процесс эффективной реализации прогрессивного новшества, ориентированный на конечный результат интенсификацию той сферы человеческой деятельности, в которой это новшество используется [8];
- это новый способ удовлетворения сложившихся общественных потребностей, обеспечивающий прирост полезного эффекта и, как правило, основанный на достижениях науки и техники [2].

Таким образом, инновации (нововведения) могут рассматриваться и как результат, и как процесс. В зависимости от целей исследования использу-

в зависимости от целеи исследования используют различные подходы к классификации инноваций (нововведений), но наибольшей известностью пользуется классификация Й. Шумпетера [21]:

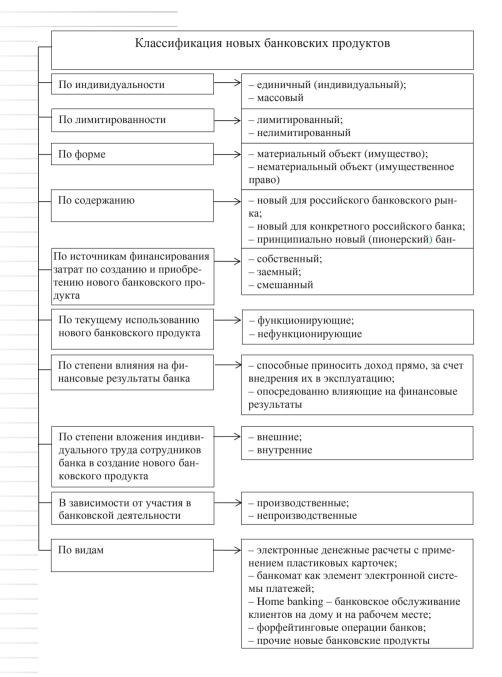
- новое, т.е. еще неизвестное в сфере потребления благо либо новое качество известного блага;
- новый более эффективный метод производства известной продукции;
- открытие новых возможностей сбыта известной продукции;
- открытие новых источников сырья или производства полуфабрикатов;
- реорганизация производства, ведущая к подрыву какой-то установившейся в нем монополии.

Одной из разновидностей инновации является банковская инновация.

Лаврушин О.И. понимает банковскую инновацию «как совокупность принципиально новых банковских продуктов и услуг — это синтетическое понятие о цели и результате деятельности банка в сфере новых технологий, направленных на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи внедрения

нововведений, содействующих клиентам в получении прибыли [6]». «Новый банковский продукт – комбинированная либо нетрадиционная форма банковского обслуживания, создаваемая на основе маркетинговых исследований потребностей рынка [6]». По мнению Лаврушина О.И. банковские инновации можно подразделить на два типа: технологические и продуктовые. К технологическим инновациям относятся: электронные переводы денежных средств, банковские карты; к продуктовым – новые банковские продукты [6]. Таким образом, понятие «банковская инновация» шире понятия «новый банковский продукт». В свою очередь новый банковский продукт представляет собой разновидность банковских инноваций. Для целей нашего исследования необходимо более подробно изучить сущность нового банковского продукта. По нашему мнению, новый банковский продукт – это результат банковской деятельности, выступающий в виде нового товара, который поступает на банковский рынок для продажи клиентам. Классификация банковских продуктов Новые банковские продукты можно классифицировать по ряду отличительных признаков (см. рис.). Банковский продукт по индивидуальности По индивидуальности новый банковский продукт бывает: 1) единичный; 2) массовый. Единичный продукт - это индивидуальный продукт. Как вещь он имеет характерные, только ему присущие особенности, которые выделяют его среди других их банковских продуктов. Например, конкретная монета из конкретного драгоценного металла определенной массы, конкретная недвижимость, облигация конкретного эмитента-банка и др. Единичный банковский продукт имеет четко определенный круг своих покупателей. Поэтому он выпусодной кается в расчете на конкретных потребителей [16]. из разновидностей Массовый банковский продукт – это продукт без инновации является резко выраженной индивидуальности. У него нет банковская инновация

финансы



*Рис.* Классификация новых банковских продуктов Источник: составлено автором.

особых характерных черт. Массовый банковский продукт различается только по видам продукта финансового актива, например, банковский депозит, банковский счет, облигации государственного внутреннего или муниципального займа всех видов и др. Массовый финансовый продукт выпускается в расчете на широкий круг потребителей и инвесторов [16].

#### Банковский продукт по лимитированности

По лимитированности новый банковский продукт бывает:

- 1) лимитированный продукт, объем или количество выпуска которого строго квотируется. К лимитируемым банковским продуктам относятся акции, облигации, кредитные соглашения и др. Данный продукт выпускается в расчете на конкретного покупателя;
- 2) нелимитированный продукт, объем (количество) выпуска которого не ограничен никакими квотами. Этот продукт выпускается в расчете на возможного потенциального покупателя, поэтому объем его выпуска не ограничивается никакими нормами, кроме фактора покупательского спроса. К нелимитируемым банковским продуктам относятся пластиковые, расчетные и кредитные карты, банковские счета и т.п.

## Банковский продукт по форме

Новый банковский продукт может выступать в форме:

- имущества;
- имущественного права.

Имущество представляет собой материальный объект собственности (деньги, мерные слитки золота, монеты, ценные бумаги и др.). К банковскому продукту в форме имущественных прав относятся такие документы, как договор банковского счета, кредитные соглашения и т.п. [16].

По содержанию новые банковские продукты можно подразделить на следующие виды:

- 1) новый банковский продукт, впервые появившийся на российском финансовом рынке, т.е. только в одном банке:
- 2) новый для России зарубежный банковский продукт, т.е. новый банковский продукт, появившийся на российском финансовом рынке, но уже давно

резко в	ъраж	енной	
индиви	юуалы	юсти	

&массовый

при внедрении в банковскую практику новых банковских продуктов целесообразно задумываться об эффективности их внедрения

реализуемый за рубежом на финансовых рынках других стран в соответствии с их конкретными условиями и юрисдикцией;

3) новые финансовые операции [16].

## Банковский продукт по форме

По видам новые банковские продукты можно подразделить на:

- 1) электронные денежные расчеты с применением пластиковых карточек;
- 2) банкомат как элемент электронной системы платежей:
- 3) Home banking банковское обслуживание клиентов на дому и на рабочем месте;
- 4) форфейтинговые операции банков;
- 5) форвардный опцион;
- б) операции «своп»;
- 7) операции по сочетанию контокоррента с овердрафтом и др. [12].

## В дополнение к классификации

На наш взгляд, имеющаяся классификация новых банковских продуктов не в полной мере раскрывает их сущность. При внедрении в банковскую практику новых банковских продуктов целесообразно задумываться об эффективности их внедрения. В этой связи предлагаем использовать для изучения новых банковских продуктов следующие авторские признаки классификации:

- по источникам финансирования затрат по созданию и приобретению нового банковского продукта;
- по текущему использованию нового банковского продукта;
- по степени влияния на финансовые результаты банка:
- по степени вложения индивидуального труда сотрудников банка в создание нового банковского продукта;
- в зависимости от участия в банковской деятельности.

Функционирующие (работающие) новые банковские продукты – банковские продукты, использование которых приносит банку доход в настоящий период. Нефункционирующие (неработающие) продукты – которые не используются по каким-либо причинам, но могут использоваться в будущем.

Внутренние – то есть новые банковские продукты, которые разработаны лично сотрудниками или учредителями банка. Внешние (приобретенные со стороны) – то есть новые банковские продукты, которые получены от других физических или юридических лиц за плату или безвозмездно.

#### Вывод

Стоит отметить, что приведенная классификация не является полной, а включает в себя только основные признаки новых банковских продуктов. Однако использование данной классификации позволит более подробно исследовать понятие и виды новых банковских продуктов.

#### Литература

- 1. АБС NEXT: фабрика продуктов для современного банка // Банковские технологии. 2005. № 12.
- 2. Американская экономика: Человек, технический прогресс и предпринимательство / В.Б. Супян, А.Р. Данииелов, В.Б. Беневоленский и др. М.: Наука, 1993. 3. Банки и банковское дело / под ред. Балабанова
- И.Т. СПб.: Питер, 2002. 304 с.
- 4. Банковские операции. Часть 1 / под общ. ред Лаврушина О.И. М.: ИНФРА-М, 1995. 96 с.
- 5. Банковский менеджмент: Учебник / под ред. Е.Ф Жукова, 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА 2009. – 303 с.
- Банковский менеджмент: Учебник/ под ред. О.И Лаврушина, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС 2009. – 560 с.
- 7. Банковское дело: стратегическое руководство / под ред. В. Платонова, М. Хиггинса. 2-е изд. М. Консалбанкир, 2001. 432 с.
- 8. Бестужев-Лада И.В. Прогнозное обосновани социальных нововведений. М.: Наука, 1993.
- 8. Бизнес: Оксфордский толковый словарь: Англорусский. М.: Прогресс-Академия; РГТУ, 1995.
- 9. Кресс В.М., Грачев В.А. Законодательное обеспечение научно-технического прогресса на современном этапе // Экономика и управление. 1997. №1–2.
- Курс экономики / под ред. Б.А. Райзберга, 3-е изд. доп. – М.: Инфра-М, 2001.
- 11. Куршакова Н.Б. Банковский маркетинг. СПб Питер, 2003. – 192 с.

(работающие) новые банковские	
mto danama i	
продукты –	
банковские продукты, использование	
которых приносит банку доход	
в настоящий	
период	
финансы	

- 12. Лавлок К., Гаммессон Э. Маркетинг услуг что дальше? В поисках новой парадигмы и свежих веяний // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006. № 2, 3.
- 13. Масленченков Ю.С. Технология и организация работы банка: Теория и практика . М.: ДеКА, 1998. 432 с.
- 14. Менеджмент организации: Учебное пособие / 3.П. Румянцева, Н.А. Саломатин, Р.З. Акбердин и др. М.: ИНФРА-М, 1995.
- 15. Некрасов С.И., Некрасова Н.А. Философия науки и техники. 2010 г.
- 16. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / РАН. Институт русского языка, 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999.
- 17. Сфера услуг: экономика / под ред. Т.Д. Бурменко. М.: Кнорус, 2007.
- 18. Уткин Э.А., Морозова Н.И., Морозова Г.И. Инновационный менеджмент. М.: АКАЛИС, 1996. 208 с.
- 19. Швед Д.Е. О понятиях «банковский продукт» и «банковская услуга» // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 1. С. 56–64.
- 20. Шумпетер Й. Теории экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
- 21. Википедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://ru.wikipedia.org.
- 22. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru.

кэ

#### Ekaterina Yu. Kornilova

Postgraduate Student of the Academic Department of Finance and Credit, Belgorod University of Cooperation, Economy and Law

# New Banking Product: Notion, Types, Classification

Abstract

n article the concept of a bank product, the bank innovation, a new bank product is considered, and also author's classification of new bank products is given.

**Keywords:** bank product, bank innovation, new bank product, bank service