

УДК: 336.71

Холодний Геннадій Олександрович
к.е.н., доцент кафедри економіки і маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С.Кузнеця
Холодна Юлія Євгенівна
к.е.н., доцент кафедри банківської справи
Харківського національного економічного університету ім. С.Кузнеця

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ПОРТФЕЛЯ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ В УКРАЇНІ

Анотація. У даній статті досліджено поняття банківського продукту. Сформовано особливості, які впливають на склад сучасного портфеля банківських продуктів в Україні. Досліджено різні підходи до класифікації банківських продуктів, які дозволяють їх відрізнити від послуг та операцій. Проаналізовано загальну динаміку кредитних операцій банків та проблеми відтоку залучених ресурсів клієнтів.

Визначено необхідні принципи формування та оптимізації портфеля банківських продуктів. Акцент зроблено на розкритті особливостей впровадження дистанційного обслуговування клієнтів банків в Україні. Виявлено переваги та недоліки Інтернет-банкінгу за допомогою SWOT-аналізу, які необхідно враховувати при прийнятті рішень стосовно формування портфеля банківських продуктів в сучасних умовах.

Ключові слова: банківський продукт, портфель банківських продуктів, кредитний портфель, дистанційне банківське обслуговування, Інтернет-банкінг.

Аннотація. В данной статье исследовано понятие банковского продукта. Сформированы особенности, которые влияют на состав современного портфеля банковских продуктов в Украине. Исследованы различные подходы к классификации банковских продуктов, которые позволяют отличать их от услуг и операций. Проанализирована общая динамика кредитных операций банков и

изучены проблемы оттока привлеченных ресурсов клиентов.

Определены принципы, необходимые при формировании и оптимизации портфеля банковских продуктов. Акцент сделан на раскрытии особенностей внедрения дистанционного обслуживания клиентов банков в Украине. Выявлены преимущества и недостатки Интернет-банкинга с помощью SWOT-анализа, которые необходимо учитывать при принятии решений по формированию портфеля банковских продуктов в современных условиях.

Ключевые слова: банковский продукт, портфель банковских продуктов, кредитный портфель, дистанционное банковское обслуживание, Интернет-банкинг.

Abstract. This article explores the concept of banking products. Features that affect the composition of the Ukrainian modern banking products portfolio are formed. Different approaches to classification of banking products which allow them to be distinguished from services and transactions are investigated. The overall banks credit operations dynamics and the problem of mobilized customers resources outflow are analyzed.

The necessary principles of formation and optimization of the banking products portfolio are determined. Emphasis is placed on the features disclosure that provide banks customer service in Ukraine. Advantages and disadvantages of Internet banking using SWOT-analysis that must be considered when making decisions concerning the portfolio of banking products in modern conditions are detected.

Keywords: banking product, portfolio of banking products, credit portfolio, remote banking, Internet Banking.

Протягом останніх років банківська система України функціонує у складних умовах спаду виробництва, високої інфляції та низької платоспроможності населення, що спричиняє політичну нестабільність та кризові явища в економіці. В умовах жорсткої конкуренції фінансові установи пропонують широкий портфель банківських продуктів, котрий насамперед

складається з кредитів, депозитів, платіжних карток, грошових переказів та інших видів послуг, що пропонуються клієнтам.

Збалансована система чинників, впливаючих на вибір оптимальних операцій та послуг, а також ефективне управління ресурсами забезпечать формування сприятливого середовища для активізації банківської діяльності та збільшення інвестицій у цій сфері. Проте не кожен портфель банківських послуг, що пропонується банками, є відповідним для обраної групи клієнтів, тому актуальним є вирішення проблеми оптимізації портфеля банківських продуктів, як з огляду на комплексність його структури, так і з огляду на його прибутковість.

Дослідженням даного питання займалися такі вчені, як Берегуля О., Васильєва Т. А., Вовчак О., Герасименко Р., Дегтярьова М., Кузьменко С. М., Лантух Л. О., Леонов С. В., Могильницька М., Павленко Р. В., Хмелярчук М. [1,2,3,4,5,6]. Вони визначають вагому роль банківських продуктів у розвитку та покращенні економічної ситуації в країні, розглядають сучасний стан та тенденції розвитку банківських продуктів, але деякі аспекти оптимізації портфеля банківських продуктів як загалом так і окремо недостатньо розглянуті, що потребує подальшого дослідження даної проблеми.

Метою дослідження є розкриття особливостей портфеля банківських продуктів в Україні, розробка методів його оптимізації та обґрунтування вибору найбільш перспективних. Об'єктом дослідження виступає діяльність банківської системи України, предметом – портфель банківських продуктів.

Банківський продукт, як основа банківської послуги, може відігравати ключове значення для соціально-економічного розвитку регіону (в якому він запроваджується), визначальне при визначенні допустимого рівня ризику та фундаментальне для побудови взаємовигідних відносин з цільовою аудиторією [1]. Під банківським продуктом необхідно розуміти комплекс банківських послуг, що реалізує банк у формі товару, для задоволення потреб клієнтів.

Визначивши сутність банківського продукту необхідно приділити увагу класифікації банківських продуктів, до якої також існують різні підходи

визначення. Сутність банківської послуги визначається набором певних операцій, які здійснюють банківські службовці. Ототожнювати поняття банківська послуга і банківський продукт повністю не можна, банківський продукт — це однорідні послуги, надані клієнтам на ринку банківських послуг, які об'єднані за певними ознаками. Банківська операція поняття більш вузьке — це складова банківської послуги.

Сутність банківської послуги визначається набором певних операцій, які здійснюють банківські службовці. Ототожнювати поняття банківська послуга і банківський продукт повністю не можна, банківський продукт — це однорідні послуги, надані клієнтам на ринку банківських послуг, які об'єднані за певними ознаками. Банківська операція поняття більш вузьке — це складова банківської послуги. Ряд авторів розподіляє банківські продукти на три групи: відсоткові банківські продукти, комісійні банківські продукти, відсотково-комісійні банківські продукти. За останні роки спостерігається збільшення відсотково-комісійних доходів банків України. Відсотково-комісійні доходи слід враховувати як в стратегічному, так і в оперативному плануванні, розробляючи маркетингову політику банків, насамперед при сегментації ринку банківських продуктів, впливі на банківських клієнтів, просуванні на ринок продуктів банку.

Сукупність продуктів, що пропонує банк своїм клієнтам, складають його портфель. До портфеля банківських продуктів можуть відноситися наступні продукти та послуги банку: відкриття поточних рахунків клієнтам; відкриття карткових рахунків клієнтам; відкриття депозитних рахунків клієнтам; кредитування клієнтів; продаж ювілейних монет; замовлення власного сейфу; замовлення дорожнього чеку; оформлення страхового полісу; придбання заставного майна; придбання зливка банківського золота; грошові перекази.

Існують такі методи оптимізації кредитного портфеля банку, як: лімітування, диверсифікація, сек'юритизація, страхування - з допомогою яких банк самостійно обирає такі важливі аспекти кредитування, як: пріоритетні сфери кредитування, необхідний обсяг кредитування, захищеність кредитів,

пріоритетні клієнти для кредитування, необхідність розширення клієнтської бази банку [2, С.28].

Також необхідно відмітити, що портфель банківських продуктів має відповідати наступним принципам, що наведені на рис. 1.



Рис. 1. Принципи, котрим необхідно відповідати портфелю банківських продуктів

Відповідно до рис.1., розглянемо детальніше кожен з наведених принципів:

збалансованість (визначає оптимальний набір банківських продуктів);

пріоритетність – відповідно до стратегічних, тактичних та оперативних цілей банку окремі банківські продукти можуть бути більш пріоритетними ніж інші;

комплексність портфеля банківських продуктів визначає його склад з усіх послуг, що може представляти банк своїм клієнтам відповідно до наявних ліцензій банку;

захищеність інформаційної бази банку від конкурентів та шахрайських атак;

мінімізації ризику (наприклад, при оптимізації кредитного портфеля банку);

актуальність, тобто врахування ситуації на ринку (економічна та політична ситуація в країні, конкуренція, рівень добробуту населення, насиченість банківського ринку тощо);

цілеспрямованість кожного продукту на відповідний сегмент ринку з урахуванням його потреб.

Тож дотримання даних принципів щодо складання портфеля банківських послуг також будуть сприяти його оптимізації.

Специфіка банківської діяльності полягає в дотриманні балансу між строками та об'ємами наданих кредитів та отриманих депозитів банку з яких буде складатись відповідно кредитний та депозитний портфелі банку.

Оптимізація портфеля банківських продуктів є необхідністю для ефективної роботи фінансової установи. Відсоткові доходи займають вагому частку серед усіх доходів банків, отже від того наскільки збалансованими будуть кредитний та депозитний портфелі банків залежить їх фінансовий добробут.

В сучасних умовах надання кредитів є найпоширенішою операцією банків. Кредитні операції дають банківським установам основну частину доходу. Вони охоплюють більше 60 % усіх загальних активів банку. Тож слід провести аналіз кредитного портфелю банків України (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка кредитного портфелю банків України за 2013 – 2016 рр. [10]

Показники	2013	2014	2015	2016
Загальні активи, млн. грн.	1267892	1408688	1520817	1571411
Кредити надані, млн. грн.	815327	911402	1006358	965093
Зростання кредитів наданих, %	-1,21	11,78	10,42	-4,10
Частка кредитів наданих у загальних активах, %	64,31	64,70	66,17	61,42

Протягом 2013 – 2015 років обсяг наданих кредитів збільшився на 191031 млн. грн., а у 2016 році їх обсяг зменшився на 41265 млн. грн. Темпи зростання

кредитних вкладень мали стійку тенденцію до уповільнення. На динаміку кредитних вкладень істотно вплинули кризові події останніх років, коли банки значно знизили свою кредитну активність. Частка кредитів у загальних активах у 2016 році зменшилась на 4,75 п. п. Отже, така тенденція свідчить про виникнення необхідності мінімізації кредитних ризиків та вибору найбільш привабливих для клієнтів умов та видів кредитів. Для банків в умовах нестабільної макроекономічної ситуації це дуже складне завдання [10].

Щодо вкладів фізичних осіб, то спостерігається позитивна тенденція. Протягом 2012 – 2014 рр. обсяг коштів фізичних осіб, залучених банківськими установами, збільшився на 145207 млн. грн. Проте у 2015 році темп зростання показника значно сповільнюється. У цей період загальний обсяг зменшився на 4429,8 млн. грн. Це пояснюється зниженням довіри населення до банківської системи, обумовлене її фінансовою нестабільністю в умовах кризи. Щодо вкладів юридичних осіб, то тут спостерігається ситуація протилежна. Така тенденція відображує не однотайний рівень довіри до банківських установ з боку фізичних та юридичних осіб. Однак сповільнення темпів зростання депозитів у ресурсній базі банківської системи є індикатором фінансової кризи у нашій державі.

Щодо оптимізації депозитного портфеля банків, то її можна проводити відповідно до валют депонування коштів, тобто окрім балансу у строках та обсягах між кредитним та депозитним портфелем також є необхідність у створенні балансу між валютою кредитування та депонування коштів. Таким чином оптимізація кредитного та депозитного портфелів банку сприятиме поліпшенню ситуації в загальному портфелі продуктів окремого банку. Також необхідно зазначити, що у багатьох промислово розвинених країнах відбувається перехід від класичної філіальної моделі до моделі дистанційного банківського обслуговування, все більше операцій проводиться клієнтами без відвідування банку.

Інтернет-банкінг на сьогодні набуває значної поширеності серед клієнтів банків і в Україні. Надання банківських послуг засобами Інтернет є звичайною

справою для системо утворюючих банків в Україні, так як саме вони мають найбільше можливостей до впровадження та розширення такого роду відносин з клієнтами. В Україні ринок Інтернет-банкінгу знаходиться на етапі становлення, оскільки лише приблизно 560 тис. осіб користуються послугами банку через Інтернет, з яких близько 300 тис. – це фізичні особи. Найбільш сучасні системи Інтернет-банкінгу є у Приватбанку («Приват24»).

Таким чином, можна вважати, що система Інтернет-банкінгу є технологічно сучасною, що активно розвивається, легкою у використанні й навчанні. Однак разом з тим, здійснення розрахункових операцій у сфері Інтернет-банкінгу в багатьох випадках не позбавлено певних недоліків.

Отримані результати за даними, отриманими з праць багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників дослідження наведені у табл. 2.

Таблиця 2

SWOT-аналіз Інтернет-банкінгу

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1	2
1. Зниження транзакційних витрат, витрат на організацію роботи; працівників і, як результат, зниження собівартості безготівкових розрахунків; 2. Зниження навантаження на відділення банку; 3. Дешевизна для клієнта; 4. Оперативність доступу до рахунків; 5. Оптимізація документообігу та часових характеристик; 6. Впровадження Інтернет-банкінгу дуже швидко окупається; 7. Цілобововий доступ клієнта до рахунку за умови наявності Інтернету; 8. При перерахуванні суми до 80 тис. грн немає необхідності в фізичній присутності клієнта у відділенні банку.	1. Запустити повноцінних Інтернет-банкінг коштує досить дорого; 2. Неможливість в багатьох випадках встановити особистість і місце розташування клієнта (через відсутність прямого контакту між клієнтом і банком); 3. Недостатній рівень розвитку телекомунікаційних технологій, зокрема мережі Інтернет; 4. Слабка законодавча база, що регулює фінансові операції у мережі Інтернет; 5. Недостатня готовність клієнтів, зокрема регіональних, оцінити всі переваги Інтернет-банкінгу у повному обсязі; 6. Невпевненість потенційних клієнтів у безпеці транзакцій шляхом використання мережі Інтернет; 7. Низька кваліфікація персоналу у сфері новітніх технологій, зокрема через

1	2
	<p>складність і заплутаність інтерфейсу; 8. Низький рівень довіри до вітчизняної банківської системи; 9. Розрахунки за допомогою Інтернет-банкінгу не відрізняються швидкістю, тому що вони, як і всі перерахування коштів, можливі тільки протягом банківського дня; 10. Великі суми коштів (більш як 80 тис. грн) можна перераховувати лише у відділенні банку; 11. Низький (поки що) набір послуг, якими може скористуватися клієнт за допомогою використання системи Інтернет-банкінгу.</p>
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<p>1. Збільшення рентабельності та продуктивності роботи банку; 2. Відсутність потреби у відкритті нових відділень та філіалів; 3. Розширення клієнтської бази (за рахунок підвищення попиту на дистанційне обслуговування з боку як юридичних, та і фізичних осіб); 4. Можливість скоротити помилки персоналу з низьким рівнем кваліфікації; 5. Можливість просунення нових послуг з розрахункового обслуговування клієнтів за допомогою Інтернету; 6. Можливість доступу до сервісів Інтернет-банкінгу в режимі 24/7 (тобто 24 години на добу 7 днів на тиждень); 7. Можливість отримати інформацію про здійснення платежів дистанційно, тобто без відвідування банку.</p>	<p>1. Використання технологій електронного банкінга для легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом; 2. Клієнти банку, що займаються протиправною діяльністю, можуть не тільки зашкодити репутації банку, але й створити для нього серйозні ускладнення у взаєминах з регуляторними органами (аж до відкликання ліцензії на здійснення банківських операцій); 3. Висока конкуренція з боку іноземних банків; 4. Ризик для клієнтів стати жертвою комп'ютерних шахраїв (через можливість зламування мережі та доступу до інформації).</p>

Для банку найбільшою перевагою впровадження системи Інтернет-банкінгу є отримання дешевого каналу продажу розрахункових послуг. В сучасних умовах спостерігається наявність наступної тенденції: якщо на робітника з операційного обслуговування клієнтів припадає більш 50 клієнтів на день, банку необхідно наймати на роботу ще одного. Таким чином, Інтернет-банкінг окупається за рахунок зменшення навантаження на фахівців з

операційного обслуговування клієнтів торговельної мережі. Водночас собівартість Інтернет-банкінгу є нижчою, ніж витрати на обслуговування, наприклад, банкоматної мережі, тому що Інтернет-банкінг не передбачає витрат на утримання, інкасацію, а також страхування для банку.

Інтернет-банкінг вигідний для банків ще й тому, що Інтернет-банкінг – це можливість залучити більшу кількість клієнтів, які можуть стати учасниками Інтернет-банкінгу незалежно від місцезнаходження та засіб збереження старих клієнтів.

У зв'язку з поступовим перенесенням сервісного навантаження на дистанційне обслуговування функції існуючої роздрібною мережі поступово звужуються, а філіали нагадують спеціалізовані сервіс-центри.

Отже, на думку автора, за результатами проведеного дослідження можна зазначити, що мета роботи була досягнута шляхом розкриття сутності та складових портфеля банківських продуктів, визначення необхідних принципів формування портфеля банківських продуктів, акцентування уваги на методах оптимізації кредитного та депозитного портфеля банків, розкриття особливостей впровадження дистанційного банківського обслуговування клієнтів з поступовим перенесенням сервісного навантаження на дистанційне обслуговування клієнтів банків.

Література

1. Берегуля О. Планування розвитку банку з урахуванням стану конкурентного середовища / О. Берегуля // Вісник НБУ. – 2011. – №2. – С.40–43.

2. Вовчак О. Кредит у системі макроекономічної рівноваги / О. Вовчак, М. Могильницька, М. Хмелярчук // Вісник НБУ. – 2011. – №2. – С.28–33.

3. Герасименко Р. Проблемні позики та прогнозування їх частки в кредитному портфелі банку / Р. Герасименко, М. Дегтярьова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Vnbu/2012_4/2012_04_13.pdf.

4. Зубенко Т.М. Ефективне використання банківських продуктів – шлях до зниження дебіторської заборгованості та ризику неплатежів / Т. Зубенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – №34 (1077). – С.40–43.

5. Козьменко С.М. Маркетинг інновацій / С.М. Козьменко, Васильєва Т.А., Леонов С.В. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №1. – С. 13-28.

6.Лантух Л.О. Роль банківських продуктів в системі забезпечення особистих потреб населення / Л.О. Лантух [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2010_46/39.htm.

7 Павленко Р.В. Сучасні банківські продукти як чинники соціально-економічного розвитку України / Р.В. Павленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2011_7/15SBP.pdf.

8. Чернявський І.Б. Сучасний стан і перспективи розвитку філіальної мережі банків в Україні / І. Чернявський // БізнесІнформ. – 2014. – №3. – С.359–363.

9. Офіційний сайт Національного Банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

10. Офіційний сайт національного рейтингового агентства «Рюрік». - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://rurik.com.ua>

Відомості про авторів

Холодний Геннадій Олександрович - к.е.н., доцент кафедри економіки та маркетингу, Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця, profkom@ksue.edu.ua, 050-958-65-15

Холодна Юлія Євгенівна - к.е.н., доцент кафедри банківської справи, Харківський національний економічний університет ім. С.Кузнеця, julia_kholodnaya@mail.ru, 050-705-40-79