

Розділ І. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.71

М. Д. Алексеєнко, д-р екон. наук, проф.,
професор кафедри банківської справи,
А. В. Ярова, асистент кафедри банківської справи,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

БАНКІВСЬКА ПОСЛУГА ТА ЇЇ ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ

АННОТАЦИЯ В статье рассматриваются вопросы сущности банковской услуги, предложена классификация банковских услуг.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: услуга, банковская услуга, классификация банковских услуг

ABSTRACT. The article considers the essence of banking services, the proposed classification of banking services

KEY WORDS: service, banking service, classification of banking services

АНОТАЦІЯ. У статті розглянуто питання сутності банківської послуги, запропоновано класифікацію банківських послуг

Ключові слова: послуга, банківська послуга, класифікація банківських послуг

На сучасному етапі розвитку економіки важливе місце займає подальше вдосконалення практики надання банками фінансових послуг і розширення їх спектра. Це зумовлено багатьма чинниками, зокрема посиленням конкуренції між банками та небанківськими фінансово-кредитними установами, а також між самими банками. Конкуренція вплинула на залучення банків до певних видів діяльності, які можуть здійснювати також небанківські фінансово-кредитні установи. Водночас небанківські фінансово-кредитні установи частіше намагаються зайнятися діяльністю, раніше притаманною банкам. Слід враховувати і такі чинники, як необхідність підвищення якості банківського обслуговування клієнтів, зниження рівня банківських ризиків, диверсифікації доходів, зокрема через збільшення в них частки непроцентних доходів. У цьому контексті важливим є чітке розуміння сутності таких дефініцій, як «фінансова послуга», «банківська операція», «банківська послуга», «банківський продукт». Однак єдиного підходу до трактування зазначених дефініцій у теорії та практиці не склалося.

Дослідженню сутності дефініцій «банківська операція», «банківська послуга» та «банківський продукт» присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних учених, зокрема О. В. Дзюблюка, М. І. Савлука, П. Роуза, Ф. Котлера.

Віддаючи належне доробку вчених, слід зауважити, що з огляду на реалії сьогодення питання визначення економічної сутності зазначених вище дефініцій потребують подальших досліджень як з теоретичного, так і практичного погляду.

Логічна послідовність розкриття сутності дефініцій «банківська послуга» спонукає спочатку розглянути змістовну характеристику дефініції «фінансова послуга». Відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», фінансові послуги — це «операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, — і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів» [1, с. 8].

Фінансові послуги, як будь-які інші види послуг, мають специфічні ознаки, а саме:

- невідчутність означає нематеріальний характер фінансових послуг, їх неможливо продемонструвати потенційному споживачу та оцінити за допомогою органів відчуття, властивих людині;

- невіддільність від джерела фінансових послуг означає, що час створення, надання та споживання послуг здебільшого збігається;

- незбережність означає, що фінансові послуги неможливо «виробляти» наперед і зберігати з метою подальшої реалізації. Мова фактично йде про те, що послуги як продукт діяльності не можуть існувати окремо від своїх виробників, не можуть накопичуватися і переміщатися в просторі і часі;

- непостійність якості означає, що фінансова послуга не має гарантованих стандартів якості, тобто їм притаманний високий ступінь невизначеності або змінюваності, через що споживачі послуги її корисний ефект мають змогу оцінити лише після її отримання;

- відсутність права власності, тобто споживач має доступ до фінансової послуги лише в обмежений проміжок часу, коли він її використовує.

Характеризуючи фінансову послугу не слід ототожнювати її з фінансовою операцією. Остання є конкретною, переважно не

ділиться на складові частини, слугує внутрішнім технологічним процесом фінансового посередника, котрий забезпечує виробництво окремих видів послуг. Отже, фінансовій послугі притаманні ознаки товару. Відповідно фінансові послуги мають споживчу вартість, а фінансові операції — вартість. Крім того при наданні фінансових послуг виникають відносини між сторонами, тобто надавачем і споживачем послуги. Фінансова операція є дією лише однієї зі сторін угоди — фінансового посередника.

Фінансові послуги здебільшого надають фінансові установи. Законодавче унормування терміна «фінансова установа» дає Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг»: «Фінансова установа — юридична особа, яка відповідно до закону надає одну чи кілька фінансових послуг, а також інші послуги (операції), пов'язані з наданням фінансових послуг, у випадках, прямо визначених законом, і внесена до відповідного реєстру в установленому законом порядку» [1, с. 8]. Цей закон до фінансових установ відносить і банки, а банківські послуги розглядає як вид фінансових послуг.

В умовах ринкової економіки банки слід розглядати як самостійні суб'єкти господарювання, що займаються продуктивною діяльністю. Результатом цієї діяльності є банківський продукт, який пропонується для реалізації на ринку з метою одержання прибутку. Зауважимо, що в економічній літературі існує багато розбіжностей у трактуванні дефініції «банківський продукт». У низці випадків в економічній літературі під банківським продуктом розуміють будь-яку банківську послугу чи операцію, здійснену банком [2, с. 35]. Деякі економісти під банківським продуктом розуміють «гроші, що мають певний рух (кругообіг) і генерують процентні витрати для однієї сторони та процентні доходи для іншої сторони» [3, с. 221]. Фактично йдеться про отождоження поняття «банківський продукт» з грошима. На думку інших економістів, «однорідні послуги, надані клієнтам на ринку банківських послуг і об'єднані за певними ознаками, становлять банківський продукт» [4, с. 190]. У підручнику «Гроші та кредит» зазначається, що «більш логічним є трактування банківського продукту як сукупності послуг, які надають банки своїм клієнтам, та обсягу грошей, створених банками в процесі їх обслуговування. Проте і цей

підхід не дає вичерпної відповіді на питання, що розглядаються» [5, с. 464].

На нашу думку, неоднозначність у трактуванні дефініції «банківський продукт» пов'язана, зокрема, із визнанням чи невизнанням за банками продуктивної діяльності, а також відсутністю єдиного підходу до трактування взаємозв'язку і взаємозалежності таких дефініцій, як «банківська операція» та «банківська послуга». Так, Л. Ф. Романенко зазначає: «Сутність банківської послуги визначається набором певних операцій, які здійснюють банківські службовці. Банківська операція — сукупність процедур, пов'язаних із реалізацією послуг» [4, с. 186]. О. В. Дзюблюк, характеризуючи зазначені вище дефініції, наголошує, що «власне послуги — це кінцевий результат, готовий продукт банку, тоді як «операції» — це його виробничий процес» [6, с. 62]. Аналогічний за змістом підхід знаходимо в підручнику «Гроші та кредит»: «Послуги як кінцевий продукт банківської діяльності слід відрізняти від банківських операцій, що являють собою внутрішньобанківські технологічні процеси, котрі забезпечують виробництво окремих видів послуг» [5, с. 504].

З огляду на викладене, зазначимо, що послуги банків як кінцевий результат їх діяльності треба відрізняти від банківських операцій, що є внутрішньобанківськими технологічними процесами та забезпечують виробництво відповідних послуг. Особливості банків як фінансових посередників, широкий спектр послуг, які можуть надавати банки, роблять процес виробництва банківських послуг складним. Ця складність посилюється тим, що продукування банківських послуг і їх надання технологічно збігаються. Через таке співвідношення в часі банківська операція ніби-то заступає собою банківську послугу. Потрібно враховувати положення, що банківська послуга може включати кілька операцій, має ознаки товару. Відповідно банківська послуга має споживчу вартість, а банківська операція — вартість.

Усе частіше банки виходять на ринки фінансових послуг із пропозиціями надання певних банківських продуктів. Банківський продукт і банківська послуга виступають як форма і зміст у діалектичному взаємозв'язку. Мова йде про те, що банківський продукт є формою представлення банківської послуги на ринку, може мати комплексний характер і виражати зміст кількох по-

слуг. Тому вартість банківського продукту може перевищувати споживчу вартість окремої банківської послуги.

Послуги банків, характеризуючись розмаїттям, потребують систематизації, логічної впорядкованості. Це досягається класифікацією банківських послуг за різними ознаками, яка, в свою чергу, сприяє найповнішому розкриттю сутності банківських послуг.

Зважаючи на економічну сутність банку його послуги поділяються на базові та небазові. Базовими є послуги, які створюють первинну сферу банківської діяльності — депозитні, кредитні та розрахункові. Решту послуг можна віднести до небазових, однак важливих для грошового ринку послуг.

За спрямованістю на задоволення потреб споживачів виділяють: прямі банківські послуги, що безпосередньо спрямовані на задоволення відповідних потреб споживачів (наприклад, депозитні, кредитні, валютні); непрямі або супутні послуги, що сприяють наданню прямих та/або забезпечують комплексний характер потреб клієнта (мобільний банкінг, консультаційні та інформаційні послуги тощо).

За рівнем складності банківські послуги можна поділити на:

- специфічні, які орієнтовані на невелике коло споживачів і на задоволення їх спеціальних та/або специфічних потреб. Споживачі таких послуг повинні мати спеціальні знання та професійну підготовку;

- стандартні послуги, що орієнтовані на задоволення потреб масового споживача. В свою чергу стандартні послуги поділяються на ті, котрі потребують, та які не потребують від споживачів спеціальних знань та/або професійних навичок.

За рівнем ризикованості послуги банків поділяються на:

- чисті, які не несуть у собі суттєвих ризиків для надавачів і споживачів послуг (наприклад, інформаційні послуги, інкасація готівки, розрахункові операції);

- сурогатні, котрі у кінцевому підсумку можуть зумовити значний ризик для банку і негативно вплинути на його фінансову стійкість, хоч на момент надання послуг такого впливу не було (кредитні, гарантійні послуги тощо).

За рівнем регульованості послуги банків поділяються на ліцензовані і неліцензовані. Більшість послуг банків підпадає під отримання відповідної ліцензії або письмового дозволу від органу, котрий здійснює регулювання, та ліцензування відповідної

діяльності. Так, згідно чинного законодавства України банки надають послуги в національній валюті, а за наявності відповідної ліцензії НБУ — в іноземній валюті.

Зважаючи на потребу в залученні ресурсів для надання послуг останні поділяються на ресурсні та комісійно-посередницькі. Ресурсними є послуги, для надання яких потрібно залучити ресурси (наприклад, кредитні та інвестиційні послуги). Комісійно-посередницькі послуги надаються за рахунок наявних коштів клієнта-споживача (наприклад, валютообмінні, касові та розрахункові послуги), або ж для цього взагалі не потрібні грошові ресурси (послуги із зберігання цінностей, із інкасації коштів і переведення цінностей тощо).

За місцем надання виокремлюють послуги, що надаються за місцем знаходження структурних підрозділів банку та дистанційно. В останньому випадку клієнт банку має можливість з використанням сучасних каналів зв'язку здійснити самообслуговування за операціями, що здійснюються в безготівковій формі, з одержання інформації щодо стану своїх рахунків, а також виконати інші операції згідно з функціональними можливостями програмно-технічного комплексу.

Залежно від відображення послуг у балансі банку їх поділяють на послуги, що обліковуються на:

- балансових рахунках. У свою чергу ці послуги можуть бути активними і пасивними;

- позабалансових рахунках.

За критерієм стягнення банками плати за надання послуг розрізняють платні та безплатні послуги. Наявність останніх пов'язана з тим, що в окремих випадках банки самі заінтересовані в наданні споживачам безплатних послуг. Це дає їм змогу залучати нових клієнтів, збільшувати ресурсну базу, розширювати асортимент супутніх послуг, підвищувати рівень обслуговування клієнтів тощо.

Зважаючи на категорію, споживача банківських послуг виокремлюють послуги для юридичних і фізичних осіб. У свою чергу, зазначених споживачів банківських послуг можна класифікувати за додатковими ознаками. Зокрема, за ознакою резидентності споживачами послуг банків можуть бути резиденти та нерезиденти. Стосовно секторів економіки, до яких відносяться споживачі, розрізняють банківські послуги для: фінансових корпорацій; не фінансових корпорацій; органів

державного управління; домашніх господарств; некомерційних організацій. Зазначимо, що потреби, які спонукають споживачів до одержання банківських послуг, характеризуються розмаїттям. Умовно їх можна об'єднати у дві великі групи: перша пов'язана із потребами виробничого характеру, а друга — з потребами споживчого характеру. Перша група потреб охоплює юридичних осіб, а друга — фізичних осіб, а в окремих випадках і суб'єктів малого бізнесу. Відповідно до зазначеного поділу потреб і суб'єктів, у яких ці потреби виникають, виокремлюють банківські послуги корпоративним клієнтам (іноді їх називають оптовими банківськими послугами) і фізичним особам (їх ще називають роздрібними банківськими послугами або роздрібним банкінгом).

Залежно від надавача банківських послуг виокремлюють послуги, що надаються споживачам безпосередньо банками, та послуги, що надаються комерційними агентами (юридичними особами) шляхом укладення з банками агентських договорів.

Насамкінець зазначимо, що подальше дослідження сутності дефініції «банківська послуга» сприятиме розвитку та вдосконаленню практики надання банками послуг відповідним споживачам.

Література

1. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» від 12 липня 2001 р. № 2664-III // Урядовий кур'єр. — 2001. — 29 серпня. — С. 8—16.
2. Андрєєв А. Особливості становлення ринку банківських послуг в Україні // Банківська справа. — 1999. — № 4. — С. 35—37.
3. Маркетинг у банку: Навч. посібник [А.В. Нікітін, Г.П. Бортніков, А.В. Федорченко]; за ред. А. В. Нікітіна. — К.: КНЕУ, 2006. — 432 с.
4. Романенко Л. Ф. Банківський маркетинг: Монографія. — К.: Видавничий дім «Ін Юре», 2001. — 484 с.
5. Гроші та кредит: підручник / [М. І. Савлук, А. М. Мороз, І. М. Лазепко та ін.]; за ред. М. І. Савлука. — 6-те вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2011. — 589 с.
6. Дзюблюк О. До питання про суть комерційного банку і специфіку банківського продукту // Вісник НБУ. — 1999. — № 4. — С. 60—62.

Стаття надійшла до редакції 11 травня 2012 р.