

ВСТУП

Формування ринкової фінансово-кредитної системи вимагає від банків підвищення ефективності діяльності, конкурентоспроможності банківських інструментів та послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання й управління банківською діяльністю.

У таких умовах значна роль відводиться аналізу діяльності банку, за допомогою якого обґрунтовуються стратегія і тактика його розвитку, уточнюються плани та управлінські рішення, здійснюється контроль за їх виконанням, виявляються фінансові резерви, оцінюються результати діяльності управлінського персоналу, окремих підрозділів і банку в цілому.

Основними особливостями сучасного аналізу є всебічне вивчення фінансово-господарської діяльності банків, використання системного підходу до різних видів аналізу та виявлення резервів розвитку суб'єкта господарювання з метою ефективного використання наявних ресурсів. Тому в даному підручнику, з одного боку, викладено теоретичні основи аналізу в банках, з другого — запропоновано методики комплексного системного аналізу основних фінансових показників діяльності банків з урахуванням вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Основна увага в підручнику приділена таким компонентам аналізу діяльності банку, як аналіз бухгалтерської звітності; горизонтальний та вертикальний аналіз; трендовий аналіз; розрахунок фінансових коефіцієнтів.

Крім цього, розглянуто не лише методи аналізу, а й особливості формування аналітичних висновків, які, у свою чергу, впливають на управлінські рішення.

Отже, підручник розрахований на широке коло користувачів — від студентів, що тільки роблять перші кроки в пізнанні даного предмета, до банківських працівників, які прагнуть підвищити свій фаховий рівень.

Авторами окремих розділів підручника є: *А. М. Герасимович*, д-р екон. наук, проф. (вступ, теми 14.3–14.5 разом з *О. В. Лисенком*, канд. екон. наук, доц.); *І. А. Герасимович*, канд. екон. наук, доц. (тема 11.3.4 разом з *В. М. Пархоменко*, канд. екон. наук, проф., *П. Є. Житнім*, д-р екон. наук та *В. Г. Шевалдіною*, ст. викладач); *М. Д. Алексеєнко*, д-р екон. наук, проф. (тема 2); *А. М. Арістова*, канд. екон. наук, доц. (тема 9.1); *Ф. Ф. Бутинець*, д-р екон. наук, проф. (тема 4.1); *В. С. Білошапка*, канд. екон. наук (тема 13.4); *О. В. Боришкевич*, канд. екон. наук, доц. (тема 13.3); *О. А. Брегеда*, канд. екон. наук, доц. (тема 11.4.1–11.4.2); *С. П. Вольська*, асистент (глосарій); *А. В. Головач*, д-р екон. наук, проф. (тема 13.2.1); *Н. А. Головач*, канд. екон. наук, доц. (тема 13.2.2); *Н. В. Захараш*, канд. екон. наук (тема 13.1); *О. М. Петрук*, д-р екон. наук, проф. (тема 4.2);

В. М. Кочетков, д-р екон. наук, проф. (теми 1; 14.6); *В. І. Лазенко* (тема 12.2); *О. В. Лисенок*, канд. екон. наук, доц. (теми 13.8; 14.1); *Т. В. Майорова*, канд. екон. наук, доц. (тема 6.1 разом з *О. М. Боровським*; 6.7); *С. В. Урванцева*, ст. викладач (тема 6.2–6.6); *Н. А. Морозова-Герасимович*, канд. екон. наук (тема 6.8); *Г. В. Митрофанов*, канд. екон. наук, проф. (тема 4.3); *І. М. Парасій-Вергуненко*, д-р екон. наук, проф. (теми 3; 5; 8); *С. П. Поліщук*, канд. екон. наук (теми 7; 9.2); *Л. О. Примостка*, д-р екон. наук, проф. (теми 12.1; 12.3–12.5; 13.6); *О. М. Покойова*, канд. екон. наук, доц. (тема 9.3 разом з *О. І. Незолою*); *К. Є. Раєвський*, канд. екон. наук, проф. та *Т. М. Раєвська*, канд. екон. наук (теми 11.1–11.3; 13.7); *С. М. Савлук*, канд. екон. наук (тема 11.4.3–11.4.4); *О. І. Самсонова*, ст. викладач (тема 10); *Г. Т. Карчева*, канд. екон. наук, доц. (тема 13.5).

**АЛГОРИТМ РОЗРАХУНКУ НЕПРЯМИХ ДОХОДІВ
ВІД РОЗРАХУНКОВО-КАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ**

Показник	Умовне позначення
Середньоденний залишок коштів на вимогу юридичних і фізичних осіб, залучених у результаті надання розрахунково-касових послуг за місяць, тис. грн	$Z_{\text{ср}}$
Рівень осідання коштів клієнтів на вимогу, коефіцієнт	$P_{\text{осід}}$
Середній норматив обов'язкового резервування, коефіцієнт	$H_{\text{о,р}}$
Середня ставка за міжбанківськими кредитами — овернайт, %	$C_{\text{ср.м.к}}$
Дохід, отриманий у результаті розміщення коштів за рік	$D = Z_{\text{ср}} \cdot P_{\text{осід}} \cdot (1 - H_{\text{о,р}}) \cdot C_{\text{ср.м.к}} / 100$

Приклад.

1. Середня сума залучених коштів на вимогу від надання розрахунково-касових послуг, що обліковуються на рахунках без спеціального режиму використання становить 140 000 тис. грн.
2. Рівень осідання коштів клієнтів на вимогу — 0,12.
3. Середній норматив обов'язкового резервування за залученими коштами становить 0,1.
4. Середня ставка за односторонніми міжбанківськими кредитами — овернайт — 2,0 %.
5. Дохід, отриманий у результаті розміщення вільних коштів за рік, становить:

$$140000 \cdot 0,12 \cdot (1 - 0,1) \cdot 2 / 100 = 302,4 \text{ тис. грн.}$$

Загальна сума доходів від розрахунково-касових послуг складається із прямих (комісійних) і непрямих (процентних доходів від розміщення коштів) доходів.

У банках, де встановлюються трансфертні ціни на ресурси центрів із залучення коштів, непрямі доходи від розміщення коштів розраховуються за трансфертною ціною. Бюджетування за центрами доходів/витрат у таких випадках дає змогу визначати всі витрати за цими операціями та фінансовий результат.

9.2. ОПЕРАЦІЇ З БАНКІВСЬКИМИ ПЛАТІЖНИМИ КАРТКАМИ

Розвиток українського ринку платіжних карток за останні 12 років показав численні переваги впровадження банками та використання громадянами платіжних та кредитних карток. За цей час більше 100 українських банків долучилися до карткових програм, а обсяг операцій з використанням карток у країні в 2007 р. досяг 210 млрд грн. Кількість емітованих платіжних карток стрімко наближається до загальної чисельності громадян країни, а за показниками емісії та еквайрингу Україна навіть випереджає окремі країни СНД та Євросоюзу. Динаміку розвитку карткового ринку України показує табл. 9.9.

Таблиця 9.9

ДИНАМІКА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ

Показник	Станом на						
	01.01.02 р.	01.01.03 р.	01.01.04 р.	01.01.05 р.	01.01.06 р.	01.01.07 р.	01.01.08 р.
Кількість банків — членів картових платіжних систем, од.	58	77	87	93	101	111	139
Кількість держателів платіжних карток, тис. осіб	3214	5696	10 525	15 735	21 831	29 422	37 232
Кількість платіжних карток, тис. шт.	3630	6150	11 529	17 080	24 780	32 474	45 346
Кількість банкоматів, од.	1830	2618	5027	8104	11 325	14 718	27 965
Кількість терміналів, од.	14 593	21 714	26 433	33 411	42 361	62 045	116 748
Кількість імпринтерів, од.	27 134	23 438	31 976	37 338	43 930	37 495	82 084
Кількість операцій, млн	—	74	146	238	324	458	590
Обсяг операцій за рік, млн грн	—	20 047	34 400	63 759	99 738	152 645,8	353 166
Середня сума однієї операції, грн	—	204,66	235	268	307,44	333,0	486,0
Частка безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток, %	—	4,5	5,3	5,4	5,2	6,4	5,8
Кількість карток на 1 тис. громадян (показник проникнення платіжних карток, шт.)	72,6	123	221	328	495	649	700
Кількість банкоматів на 1 млн громадян (показник проникнення банкоматів, шт.)	—	54	105	171	241	316	345
Кількість карток на один банкомат, шт.	2415	2349	2293	2107	2188	2206	1006

* Складено за даними Вісника НБУ 2002–2009 р.

До складу платіжної системи входять: банки-емітенти, банки-еквайри, процесингові центри, підприємства торгівлі та послуг, які приймають до сплати платіжні картки, та адміністративний орган платіжної системи (платіжна організація). Переказування коштів є обов'язковою функцією, що має виконувати платіжна система. **Внутрішньодержавна платіжна система** — платіжна система, в якій платіжна організація є резидентом та яка здійснює свою діяльність і забезпечує переказування коштів виключно в межах України. До таких належать Національна система масових електронних платежів (НСМЕП) та Укркарт.

Міжнародна платіжна система — платіжна система, в якій платіжна організація може бути як резидентом, так і нерезидентом і яка здійснює свою діяльність на території двох і більше країн та забезпечує переказування грошей з однієї країни в іншу. Найвідомішими платіжними системами у світі є: VISA International, American Express, Diners Club International, MasterCard Worldwide, JSB. Нещодавно на міжнародний ринок вийшла карткова система Китаю — ChineUnionPay. У структурі емісії платіжних карток в Україні переважають платіжні картки міжнародних платіжних систем (85 %).

Відповідно до чинного законодавства **платіжна картка** — спеціальний платіжний засіб у вигляді емітованої в установленому законодавством порядку пластикової чи іншого виду картки, що використовується для ініціювання переказування грошей з рахунку платника або з відповідного рахунку банку з метою оплати вартості товарів і послуг, перерахування грошей зі своїх рахунків на рахунки інших осіб, отримання грошей у готівковій формі в касах банків, пунктах обміну іноземної валюти уповноважених банків та через банківські автомати, а також здійснення інших операцій, передбачених відповідним договором.

Сфера використання платіжних карток досить широка. Класифікувати платіжні картки можна за цілою низкою ознак. Діє також ряд міжнародних стандартів, які визначають практично всі властивості карток, починаючи від фізичних властивостей пластику, розмірів картки і завершуючи змістом інформації, що на ній розміщується. З розвитком платіжних систем у сфері безготівкових розрахунків та інших банківських послуг функціонують різні види платіжних карток, які різняться між собою призначенням, функціональними та технічними характеристиками.

Класифікація карток — це не просто теоретичне питання. Банківській установі, приймаючи рішення розпочати випуск карток, слід визначитися з організацією роботи і обрати ефективну методику аналізу. Сегментація клієнтської бази повинна ґрунтуватися на таких основних параметрах платіжних карток, як технологічні можливості, ступінь ризику, вираження соціального статусу клієнта та потенційної дохідності банківських продуктів, що пропонуються на їх основі.

Як приклад, розглянемо таку класифікацію платіжних карток (рис. 9.2).

Міжнародні платіжні системи пропонують вибір видів карток практично для будь-якого клієнтського сегмента і будь-якого рівня розвитку банківських відносин з клієнтом. У міжнародній класифікації стосовно класу платіжної картки визначальним є комплекс послуг, що надається держателю тієї чи іншої платіжної картки. Для прикладу, розглянемо класи платіжних карток однієї із провідних МПС — Visa International, що проілюстровано на рис. 9.3.

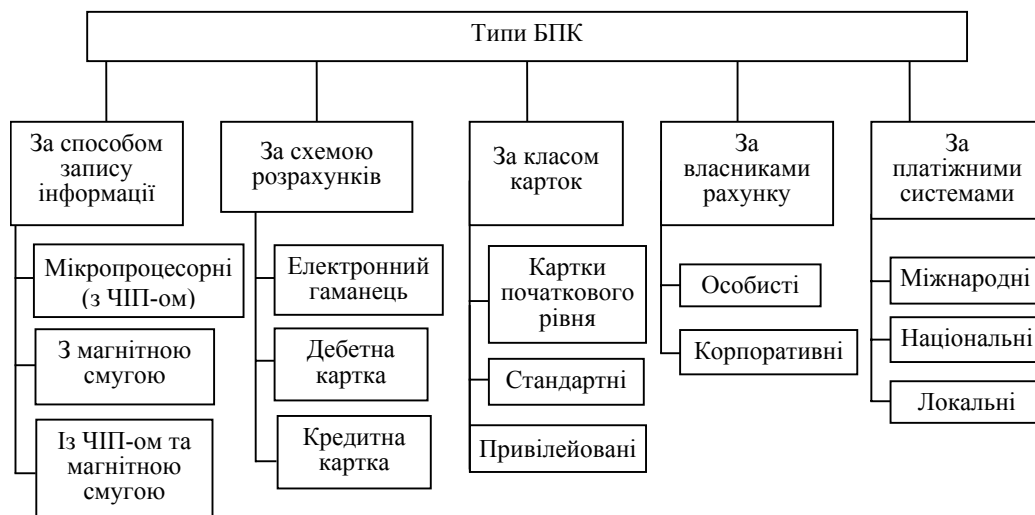


Рис. 9.2. Види платіжних карток та їх класифікація

1. Основні характеристики платіжної картки Visa Electron, яка є представником першого, найнижчого класу:

- платіжна картка Visa Electron — дебетна картка, яка є найпростішим картковим продуктом МПС стандартного функціоналу;
- орієнтована на сегмент клієнтів соціально-економічної групи населення з найнижчим рівнем доходів (розвиток банківських відносин);
- з метою оптимізації ризику операції з цією картою проводяться із застосуванням процедур авторизації, тобто в межах, наявних на картковому рахунку коштів;
- не передбачаються операції електронної комерції та МОТО-транзакції (замовлення поштою або по телефону);
- картки цього класу не включені до різноманітних дисконтних та страхових програм (програми страхування, дисконтні, допомога в екстрених ситуаціях і т. п.) від МПС.

Аналогічний клас в МПС Master Card-Maestro.

2. Основні характеристики платіжної картки Visa Classic наступного, другого класу:

- кредитна картка наступного ієрархічного рівня;
- орієнтована на сегмент клієнтів соціально-економічної групи населення з вищим та стабільним рівнем доходності, які вже мають певний досвід співпраці з банком (масовий ринок);
- як кредитна, картка має вищий рівень ризику, який імовірний за рахунок можливості проведення операцій голосової авторизації або без авторизації взагалі;
- функціонально-технологічні стандарти картки передбачають здійснення широкого спектра операцій, а саме — операції електронної комерції та МОТО-транзакції;
- платіжні картки цього класу мають додатковий рівень сервісу — програми страхування, надання знижок при оплаті послуг готелів, авіа та туристичних компаній, як з боку емітента, так і МПС.

Аналогічний клас картки в МПС Master Card-Master Card Mass (Standard).

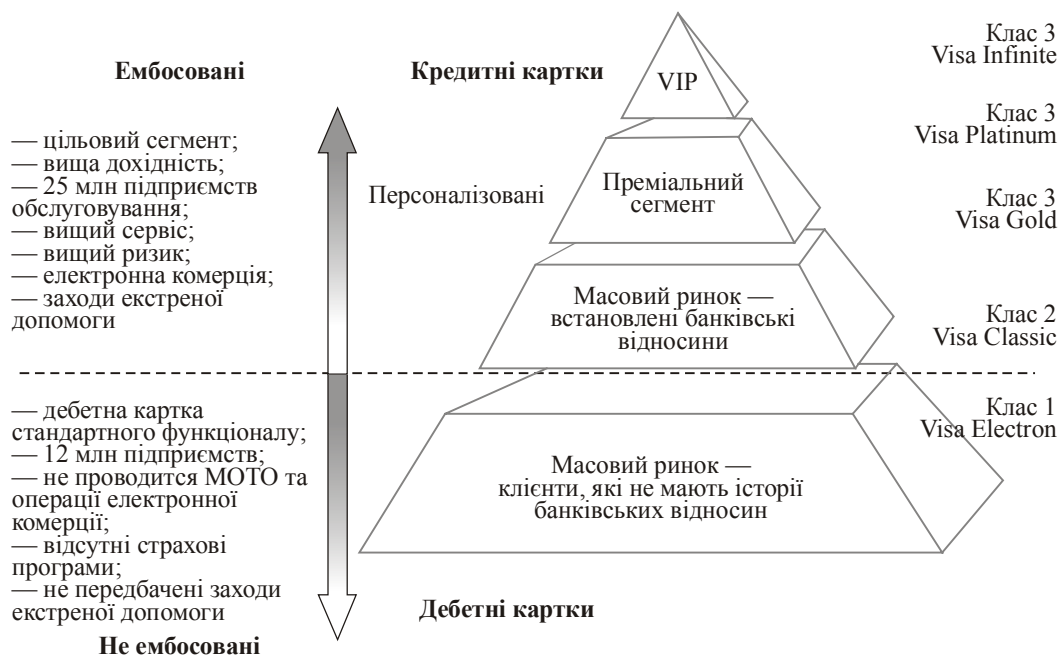


Рис. 9.3. Платіжні картки МПС Visa

3. Основні характеристики платіжних карток Visa Gold, Visa Platinum, Visa Infinite, які належать до групи преміальних продуктів платіжної системи:

- кредитні картки найвищого рівня ієрархії;
- до цього класу належать картки типу Visa Gold, Visa Platinum, Visa Infinite, орієнтовані на категорію клієнтів з високим рівнем достатку, відповідним соціальним статусом та ступенем довіри банку;
- картки класу Visa Infinite (у МПС Master Card-Master Card World Signiya) завершують продуктовий ряд в ієрархічній структурі карток МПС та надають її держателю набір ексклюзивних послуг, серед яких і цілодобова підтримка персонального менеджера (консьєржа), страхове покриття до 1 млн дол. під час по-дорожжя, унікальна дисконтна програма і т. п.

Аналогічний клас картки в МПС Master Card-Master Card Gold, Platinum, World Signia.

Поділ платіжних карток та класи має велике значення у формуванні продуктової політики банку у сфері діяльності на картковому ринку, оскільки дає змогу підібрати оптимальні варіанти для кожної клієнтської групи.

Як бачимо, провідні платіжні системи мають лінійку продуктів, яка охоплює всі клієнтські групи — від студентів до олігархів. Завдання банків — створити на основі цих карток власну пропозицію та надати її своїм клієнтам. Діяльність банків на картковому ринку не обмежується лише емісією. Для проведення розрахунків з використанням платіжних карток банку необхідно мати мережу терміналів, тобто займатись еквайрингом. В окремий вид діяльності банку на картковому ринку можна також виділити обслуговування банків — членів платіжних систем з нижчим статусом членства (афілійовані або асоційовані члени платіжних систем). У перелік цих послуг входять консультаційна підтримка, га-

рантування ризиків цих банків перед платіжною системою, здійснення процесингу операцій та розрахунків.

Отже, банки як члени платіжних систем можуть виступати одночасно у ролі емітента, еквайра, процесора, агента, тобто їх діяльність охоплює різні сфери карткового бізнесу, зачіпає інтереси широкого кола суб'єктів господарювання та пов'язана з високою ризикованістю. Упроваджуючи нові платіжні інструменти, банк може залучатися до всіх або окремих сегментів карткового ринку і, як наслідок, може мати різні об'єкти економічного аналізу.

Найбільш поширеними видом діяльності банку на картковому ринку є **емісія** та **еквайринг**.

Операції та послуги, що надаються із застосуванням платіжних карток, відмінні між собою за економічною сутністю, технологічним та технічними аспектами, нормативно-правовими аспектами, клієнтською орієнтацією, собівартістю, впливом на прибуток. Ці відмінності є визначальними у відображенні їх змісту у бухгалтерському обліку та, відповідно, в аналітичному процесі.

Емісія платіжних карток — відкриття карткових рахунків та випуск платіжних карток.

Залежно від умов, за якими здійснюються розрахунки за операціями з використанням платіжних карток, можуть застосовуватися дебетова, дебетово-кредитна і кредитна платіжні схеми.

Дебетова схема передбачає здійснення клієнтом операцій з використанням платіжної картки в межах залишку коштів, які обліковуються на його картрахунку.

Картковий рахунок — поточний рахунок, на якому обліковуються операції за платіжними картками.

Під час застосування **дебетово-кредитної** схеми клієнт здійснює операції з використанням платіжної картки в межах залишку коштів, які обліковуються на його картрахунку, а в разі їх недостатності (відсутності) на картрахунку — за рахунок наданого банком кредиту.

Кредитна схема передбачає здійснення розрахунків за виконані клієнтом операції з використанням платіжної картки за рахунок коштів, наданих йому банком у кредит (у межах кредитної лінії). Кредитна лінія під операції з платіжними картками відкривається банком на визначений термін та в межах установленого договором ліміту (заборгованості або граничної суми) кредитування, сума якого обліковується на позабалансовому рахунку № 9129 «Інші зобов'язання з кредитування, які надані клієнтам».

Однак якщо умовами договору з банком передбачено овердрафт, то розрахунки клієнта можуть вийти за межі залишку на його рахунку.

Овердрафт — це короткостроковий кредит, що надається банком у разі перевищення суми операції за платіжною картою встановленого ліміту витрат.

Сума такого ліміту визначається та устанавлюється банком виходячи з середньомісячного обороту коштів на рахунку клієнта, «кредитної історії» клієнта та інших показників довіри до клієнта. Плата за овердрафт значно вища від плати за звичайний кредит.

З погляду категорії клієнта карткові рахунки відкриваються фізичним особам — індивідуальні картки, юридичним особам — корпоративні картки.

Особиста картка — платіжна картка, емітована на ім'я клієнта — фізичної особи, що не є суб'єктом господарювання.

Корпоративна платіжна картка — платіжна картка, яка дає змогу її держателю здійснювати операції за картрахунком юридичної особи або фізичної особи — підприємця.

Еквайринг — здійснення операцій з використанням платіжних карток (видача готівки та оплата послуг за товари та послуги). Еквайринг розподіляється на банкоматний та торговельний. Торговельний еквайринг — проведення розрахунків платіжною картою за товари та послуги.

Еквайрингова мережа — мережа термінального обладнання банку (АТМ, платіжні термінали, імпринтери, інформаційні кіоски).

Банкомат — програмно-технічний комплекс, що дає можливість держателю спеціального платіжного засобу здійснити самообслуговування за операціями одержання коштів у готівковій формі, внесення їх для зарахування на відповідні рахунки, одержання інформації щодо стану рахунків, а також виконати інші операції згідно з функціональними можливостями цього комплексу.

Процесинговий центр — учасник платіжної системи, який виконує функції з авторизації, моніторингу, збору, обробки, зберігання й надання членам платіжної системи та розрахунковому банку платіжних повідомлень за операціями з платіжними картками. Процесинговий центр може функціонувати у складі банку або бути сторонньою організацією, яка обслуговує кілька банків — учасників платіжної системи.

Інформаційне забезпечення аналізу операцій з платіжними картками.

Відображення операцій з платіжними картками у бухгалтерському обліку здійснюється на підставі даних процесингової системи. Утім інформація, що продукується системою бухгалтерського обліку, не задовольняє потреби аналізу в повному обсязі, оскільки інформація переважно подається у згорнутому вигляді та унеможливорює проведення аналітичних процедур.

Карткові операції у своєму фізичному вигляді є базою даних, тобто великий обсяг структурованої інформації. Саме від того, як організована ця база даних, і залежить оперативність та ефективність аналізу. Найкраще, коли процесингова система банку налаштована так, щоб оперативно і в необхідному розрізі формувати звіти за операціями з платіжними картками.

Тому інформаційним забезпеченням аналізу діяльності банку на картковому ринку є:

1. Дані аналітичного та синтетичного обліку (балансові рахунки 2605 «Кошти на вимогу суб'єктів господарювання для здійснення операцій з використанням платіжних карток», 2625 «Кошти на вимогу фізичних осіб для здійснення операцій з використанням платіжних карток», 2655 «Кошти на вимогу небанківських фінансових установ для здійснення операцій з використанням платіжних карток», 2202 «Короткострокові кредити на поточні потреби, що надані фізичним особам», 2203 «Довгострокові кредити на поточні потреби, що надані фізичним особам», 2920 «Транзитний рахунок за операціями, здійсненими через банкомат»).

2. Форми статистичної звітності, що подаються до НБУ, — 401 «Дані про операції, які здійснені із застосуванням платіжних карток, емітованих для клієнтів банку», 402 «Дані про операції, які здійснені із застосуванням платіжних карток через власну інфраструктуру банку», 403 «Дані про кількість емітованих платіжних карток для клієнтів банку та технічні засоби, що використовуються при здійсненні операцій з їх застосуванням».

3. Квартальні звіти, що надаються до міжнародних платіжних систем.
4. Внутрішні форми статистичної та управлінської звітності, що формуються із процесингової системи.
5. Тарифи банку та контрагентів (платіжних систем, процесингових центрів, компаній постачальників заготовок платіжних карток та Пін-конвертів, сервісних організацій тощо).

9.2.1. Оцінювання конкурентної позиції банку на ринку платіжних карток

Як відомо, зовнішнє середовище має для кожного банку важливе значення. Саме воно змушує власників і керівництво банку визначати своє місце на ринку банківських послуг, впливає на визначення стратегії і тактики діяльності, напрями розвитку, організаційну структуру. Неврахування впливу зовнішніх факторів при проведенні економічного аналізу банків суттєво обмежує можливості пошуку резервів підвищення ефективності їх діяльності, зменшує роль аналізу в управлінському процесі, не дає змоги врахувати всі причинно-наслідкові зв'язки, які мають місце як на мікро-, так і макрорівнях. Ці завдання вирішуються у процесі здійснення стратегічного аналізу, одним із етапів якого є оцінювання конкурентної позиції банку на певному сегменті фінансового ринку.

Аналіз діяльності банку на картковому ринку проводиться з метою визначення доцільності тих чи інших карткових проектів як для самого банку, так і його клієнтів, а також для визначення умов співробітництва з МПС (наприклад, набуття вищого статусу членства). З метою всебічної характеристики діяльності одного банку необхідно порівняти його результати з аналогічними даними інших українських банків, які є членами міжнародних та внутрішньодержавних платіжних систем. Скористаємося даними табл. 9.10, де наведено обсяг емісії платіжних карток українських банків.

Як бачимо з даних табл. 9.10, лідерами з емісії платіжних карток міжнародних платіжних систем є системні банки, які входять до групи великих. Розгалужена філійна мережа, реалізація масштабних проектів, у тому числі й зарплатних, високий рівень сервісу, моніторинг конкурентного ринку, бачення керівництвом банку пріоритетів розвитку карткового бізнесу, розуміння його перспективності та, як наслідок, інвестування значних коштів у його технологічне оснащення сприяли досягнутим результатам.

Лідируючі позиції банку на національному картковому ринку засвідчує і частка банку у загальному обсязі емісії платіжних карток. Найбільша з них належить Приватбанку — до 40 %. Із значним відривом від нього йдуть інші банки — банк «Надра» (близько 15 %), Райффазен Банк Аваль (12 %), Промінвестбанк (11 %), Ощадбанк (близько 4 %). Якщо порівняти емісію платіжних карток у розрізі платіжних систем, то бачимо, що найбільшу перевагу банки віддають картковим продуктам міжнародної платіжної системи Visa.

Водночас аналіз показників діяльності вітчизняних банків на картковому ринку свідчить про суттєвий розрив між темпами нарощування емісії і еквайрингу та дохідністю карткових проектів. Нині на ринку спостерігається тенденція до поступового зниження темпів емісії платіжних карток та поживавлення інтересу до розгортання інфраструктури їх обслуговування.

Таблиця 9.10

БАНКИ УКРАЇНИ — ЛІДЕРИ З ЕМІСІЇ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК ЗА СТАНОМ НА 01.01.10 р.

№ п/п	Назва банку	Усього на 01.01.09 р.	Усього на 01.01.10 р.	З них за платіжними системами				Відхилення, %	Питома частка
				НСМЕП	Master Card	Visa	Одномігнентні та інші		
1	Приватбанк	18 304 869	12 936 218	—	4 193 460	8 142 758	—	-29,33	44,45
2	Райффазен Банк Аваль	3 989 917	3 182 276	—	1 098 429	1 269 389	814 458	-20,24	10,93
3	Промінвестбанк	2 662 203	2 007 759	—	528 950	752 669	726 140	-24,58	6,90
4	Ошадбанк	1 528 807	1 813 816	—	660 071	812 399	341 345	18,54	6,23
5	Укрсиббанк	698 328	826 507	—	71 393	755 114	—	18,36	2,84
6	Укрсоцбанк	1 054 119	807 991	—	188 957	619 034	—	-23,35	2,78
7	Укрексімбанк	450 105	694 163	—	292 495	401 668	—	54,22	2,39
8	Імекс-банк	709 113	669 802	651 226	18 576	—	—	-5,54	2,30
9	Брокбізнесбанк	731 156	559 028	—	186 430	372 598	—	-23,54	1,92
10	Укргазбанк	491 006	555 140	—	248 652	306 477	11	13,06	1,91
11	Експресс-Банк	514 770	461 898	456 225	0	5673	—	-10,7	1,59
Усього по банках		38 576 008	29 104 158	1 300 785	8 758 352	16 495 215	2 099 806	-24,6	100,00 %

З метою оцінки конкурентоспроможності банку на картковому ринку розглянемо далі перелік основних параметрів, які необхідно визначити та порівняти з показниками конкурентів (табл. 9.11). Зауважимо, що перелік параметрів та їх вагомість залежить від інтенсивності конкурентних відносин ринку. Якщо для новостворених банків найважливішими показниками є збільшення обсягів емісії платіжних карток та чисельність термінальної інфраструктури, статус у МПС, то для вже діючих першочергового значення набувають такі параметри, як репутація та імідж, технологічна оснащеність процесингового центру, термінальної мережі, упровадження чіп-технологій, наявність Call-центру, заходи безпеки та надійність карткових продуктів.

У табл. 9.11, окремі параметри надаються без конкретного значення, оскільки їх розмір залежить від поточної ситуації на ринку. Наприклад, показник середньої кількості операцій на один банкомат у 2006–2007 рр. в Україні становив до 2000 у місяць, у 2008 р. — уже 3000 операцій. Аналогічно щодо середньої суми однієї операції за платіжною картою (2006 р. — 270,80 грн, а 2008 р. — 333,00 грн).

Найзручнішим методом оцінювання конкурентної позиції банку є застосування коефіцієнта вагомості кожного параметра.

$$K_3 = \sum_{i=1}^n a_i \cdot K_i, \quad (9.1)$$

де K_3 — зважена (узагальнене значення параметра оцінки);

a_i — коефіцієнт значимості (ранг) i -го показника;

K_i — значення коефіцієнта i -го показника (параметра).

Для порівняння також можуть використовуватись індекси, що показують, наскільки той чи інший показник банку відрізняється від аналогічного показника конкурента. Значення індексів можуть бути меншими або більшими від одиниці та розраховуються так:

$$Y_i = K_i / k_i(k), \quad (9.2)$$

де Y_i — індекс i -го показника конкурентоспроможності;

K_i — значення i -го показника;

$k_i(k)$ — значення i -го показника конкурента.

Узагальнювальний показник конкурентної позиції банку на ринку визначається як сума параметрів з урахуванням коефіцієнта вагомості. Так, наприклад, до параметрів з найвищим коефіцієнтом вагомості можуть бути віднесені — рівень технологічної оснащеності процесингового центру, репутація та імідж банку, асортимент продуктового ряду, якість послуг, до параметрів меншої вагомості — частка на ринку емітованих карток, розвиненість термінальної мережі, маркетингові заходи (вони виділені у таблиці) тощо.

ПЕРЕЛІК ПАРАМЕТРІВ ДЛЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ БАНКУ НА РИНКУ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК

Параметри	КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ		
	3	2	1
Репутація та імідж банку	Бездоганна репутація, імідж стабільного та надійного банку	Банк має задовільну репутацію	Мають місце факти або наявні передумови щодо надійності банку
Статус банку в платіжній системі	Принциповий член платіжної системи	Асоційований член платіжної системи	Асоційований член платіжної системи або інший менший статус учасника
Статус процесингового центру, технологічна оснащеність	Має власний повнофункціональний процесинговий центр, високий рівень технологічної оснащеності та удосконалює його	Користується послугами стороннього процесингового центру та має середній рівень технологічної оснащеності	Недостатній рівень технологічної оснащеності
Масштаби діяльності банку на ринку платіжних карток	1. Від 30 % вище 2. Від 20 % і вище 3. Від 30 % і вище 4. Розгалужена філійна мережа	1. Від 10 % до 30 % 2. Від 5 % до 20 % 3. Банк має філії у кожному регіоні 4. Розгалужена філійна мережа	1. Від 30 % і вище 2. Від 20 % і вище 3. Від 30 % і вище 4. Розгалужена філійна мережа
Кількісні показники карткових операцій та їх динаміка	1. Приріст обсягів емісії; 2. Приріст обсягу еквайрингу	1. Приріст від х % до у % 2. Приріст понад х % до у %	1. Приріст менше х % 2. Приріст менше х %
Якісні характеристики карткового бізнесу	1. Структура емісії 2. Структура еквайрингу 3. Функціональність банкоматів	1. Питома вага зарплатних карток від 60 % до 90 % 2. Середній розмір трансакції — х гривень 3. Забезпечені сучасним функціоналом	1. Питома вага зарплатних карток перевищує 90 % 2. Середній розмір трансакції — х гривень 3. Не забезпечені сучасним функціоналом

Продуктовий ряд 1. Асортимент карткових продуктів; 2. Унікальність карткових продуктів 3. Наявність інновацій, ноу-хау	1. Широкий асортимент карткових продуктів, який постійно оновлюється 2. Карткові продукти мають значні переваги порівняно з банками-конкурентами 3. Швидке впровадження нових продуктів (у тому числі і власні розробки)	1. Банк пропонує клієнтам повний асортимент «класичних» продуктів 2. Карткові продукти мають незначні переваги над продуктами банків-конкурентів 3. Упроваджуються нові продукти, запропоновані платіжними системами або власні розробки	1. Портфель карткових продуктів неповний 2. Немає переваг над продуктами банків-конкурентів 3. Банк повільно впроваджує інновації або задовольняється традиційним
Тарифна політика банку	Регулярний перегляд тарифної політики та оперативне реагує на ціннові параметри ринку	Банк притримується середньоринкового рівня цін на карткові продукти	Банк не узгоджує тарифів на карткові продукти з умовами ринку
Якість сервісу та наявність переліку додаткових послуг	Високий рівень обслуговування (індивідуальний підхід до клієнта); Банк активно розробляє та впроваджує додаткові послуги	Задовільний рівень обслуговування Банк розробляє та планує впроваджувати додаткові послуги	Незадовільний рівень обслуговування (технологічні збої, недостатньо кваліфікований персонал тощо) Банк не надає додаткових послуг
Партнерські відносини 1. Мережа банків афіліатів 2. Агентська мережа 3. Наявність спільних проектів (co-branding)	1. Активна позиція банку щодо партнерства, реалізація спільних проектів 2. Банк має розгалужену агентську мережу та мережу банків афіліатів	1. Банк планує впровадження спільних проектів у найближчій перспективі 2. Банк працює на агентських засадах принаймні з одним банком	1. Банк не працює з партнерами в рамках спільних проектів 2. Банк не має агентських відносин з іншими банками
Маркетингові заходи	Активні рекламні та акційні заходи	Реклама карткових продуктів відбувається в рамках загальної реклами продуктів банку	Банк не рекламує власних карткових продуктів
Фінансові результати	Рівень прибутку достатній для окупності карткового бізнесу	Карткові програми приносять прибуток, але ще не окупилися	Карткові програми є збитковими для банку
Рівень кваліфікації персоналу взагалі, та карткового зокрема	Позитивний імідж керівництва та високий рівень професіоналізму співробітників	Співробітники постійно підвищують свій професійний рівень (семінари, курси, власна система навчання)	Недостатній рівень професіоналізму співробітників
Інші (клієнтська підтримка, заходи щодо безпеки карткового бізнесу — моніторинг операцій та термінального обладнання тощо)	Цілодобова клієнтська підтримка, Повнофункціональний моніторинг операцій та термінальної мережі	Клієнтська підтримка не надається цілодобово Моніторинг операцій та термінальної мережі частковий	Клієнтська підтримка працює сумісно або не цілодобово Відсутність моніторингу операцій
Стан переходу на Чіп емісію. Стан переходу на Чіп-еквайринг	Завершено перехід на Чіп-емісію Завершено перехід на Чіп-еквайринг	Завершено перехід на Чіп-еквайринг	Заходи по переходу на Чіп-технології не розпочаті
Наявність пунктів самообслуговування	Широка мережа пунктів самообслуговування	Банк планує або розпочав впровадження пунктів самообслуговування	Не планує

Безумовно, низка запропонованих показників не є вичерпною, але вона достатня для оцінювання конкурентної позиції банку на картковому ринку, визначення сильних та слабких сторін карткового бізнесу та віднаходження заходів, які спонукали б до кращих бізнес рішень. Разом з тим прагнення зайняти провідні позиції на ринку не може бути самоціллю для банку. Важливо мати достатній рівень прибутковості та ефективності бізнесу. Для цього необхідно розуміти економіку бізнесу, складові витрат та доходів, чинники, які впливають на рівень доходів, способи оптимізації витрат тощо.

Для аналізу карткового бізнесу банку його доцільно розподілити за основними напрямками, насамперед на емісію та еквайринг.

9.2.2. Аналіз емісії платіжних карток

Емісія банківських платіжних карток є найбільш поширеною стратегією в Україні та, мабуть, і у світі. Головна економічна причина — нижчий інвестиційний поріг входження на картковий ринок порівняно, наприклад, з еквайрингом. Важлива якісна сторона емісійної частини — питання бренду. Емісійні проекти, які ґрунтуються на різних брендах, суттєво відрізняються економічно. Якщо подати їх у порядку зростання дохідності, отримаємо локальні (НСМЕП), масові міжнародні (Visa, MasterCard) та ексклюзивні міжнародні (American Express, Diners Club). Утім не варто вважати, що, займаючись ексклюзивними картками, наприклад American Express, банк зможе досягти високого рівня доходів. Цей ринок дуже вузький. З економічного погляду найбільш привабливою є емісія міжнародних платіжних карток початкового рівня або стандартних (*див. вище розподіл карток на класи*).

Для здійснення аналітичних процедур за операціями емісії, насамперед необхідно мати таку статистичну інформацію:

1. Кількість карткових рахунків.
2. Приріст карткових рахунків за звітний період.
3. Обсяги залучених коштів на карткові рахунки.
4. Приріст обсягу залучених коштів на карткові рахунки.
5. Частка карткових рахунків у загальному обсязі поточних рахунків.
6. Частка залучених коштів на карткові рахунки у загальному обсязі залучених коштів.
7. Кількість депозитних рахунків, що відкриті як гарантійне забезпечення (майнові права) під кредитні програми, усього.
8. Обсяг незнижувального залишку за картковими рахунками.
9. Кількість закритих рахунків.
10. Кількість недіючих рахунків (рахунки, на яких числяться кошти, але операції не здійснювалися понад три роки).
11. Загальна кількість емітованих платіжних карток з них:
 - розрахована кумулятивним методом (кількість усіх емітованих платіжних карток за весь період діяльності банку, незалежно від їх поточного стану (активна картка, термін дії, якої уже закінчився, картки, продовжені за терміном дії, і т. п.);
 - кількість активних платіжних карток (з чинним терміном дії);
 - кількість емітованих активних платіжних карток (за якими була здійснена хоча б одна видаткова операція).

12. Кількість емітованих платіжних карток за видами платіжних систем (НСМЕП, Укркарт, одноемітентні, Master Card, VISA, інші).

13. Кількість емітованих платіжних карток у розрізі категорій клієнтів.

14. Кількість емітованих платіжних карток за типами карткових продуктів банку.

15. Кількість емітованих платіжних карток за типами платіжних карток (дебетних, кредитних).

16. Кількість емітованих платіжних карток за видами носіїв інформації (з магнітною смугою, з магнітною смугою та чіпом, з чіпом, для розрахунків у мережі Інтернету).

17. Кількість емітованих платіжних карток за типами фінансових операцій (з функцією видачі готівки, з функцією платежів та видачі готівки, з функцією платежів без видачі готівки).

18. Кількість емітованих наперед оплачених карток.

19. Кількість емітованих неперсоніфікованих платіжних карток.

20. Кількість платіжних карток за типами класу платіжної картки (Maestro, MasterCard Standart, MasterCard Gold, MasterCard Platinum, Visa Electron, Visa Classic, Visa Classic Domestic, Visa Gold, Visa Platinum).

21. Кількість платіжних карток, емітованих у рамках зарплатних проектів (пенсійних, студентських і т. п.).

22. Кількість та сума операцій із застосуванням платіжних карток, середня кількість операцій за однією картою, що проведені:

- у власній еквайринговій мережі;
- у еквайринговій мережі українських банків;
- у еквайринговій мережі банків-нерезидентів (за межами України).

З метою здійснення структурного аналізу операцій з платіжними картками на підставі статистичних даних здійснюємо розрахунок таких показників:

- питома вага залишків на карткових рахунках у загальному обсязі залучених ресурсів;
- питома вага залишків на карткових рахунках у розрізі клієнтів (фізичних та юридичних осіб);
- питома вага залишків на карткових рахунках у розрізі валют;
- структура карткового портфеля (емісії платіжних карток) у розрізі платіжних систем;
- структура карткового портфеля (емісії платіжних карток) у розрізі кредитних та дебетних карток;
- структура операцій у розрізі операцій видачі готівки у власній мережі банку та мережі інших банків-емітентів;
- структура операцій у розрізі готівкових та безготівкових розрахунків (розрахунків у підприємствах торгівлі та сервісу);
- структура безготівкових операцій, що здійснюються через банкомат (перекази між картковими рахунками, оплата ваучерів мобільного зв'язку, оплата комунальних послуг, погашення заборгованості за кредитом тощо).

Розглянемо насамперед структуру карткового портфеля у розрізі платіжних систем та їх продуктів (табл. 9.12).

Таблиця 9.12

СТРУКТУРА КАРТКОВОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ, тис. шт.

Тип платіжних карток	Станом на 01.01.2009 р.	Станом на 01.01.2010 р.	Відхилення		Питома частка у 2009 р., %
			абсолютне	%	
MasterCard усього	672 480	850 000	177 520	20,88	62,04
Maestro	615 000	750 000	135 000	18,00	88,24
MasterCard Mass (standart)	56 980	70 000	13 020	18,60	8,24
Electronic	50	29 400	29 350	99,83	3,46
Master Gold	450	600	150	25,00	0,07
Master Platinum	0	15	15	100,00	0,00
Visa усього	202 520	520 000	317 480	61,05	37,96
Visa Classic	850	49 597	48 747	98,29	9,54
Visa Business	3	3	0	0,00	0,00
Visa Gold	197	400	203	50,75	0,08
Visa Domestic	64 000	120 000	56 000	46,67	23,08
Visa Electron	137 470	350 000	212 530	60,72	67,31
Усього	875 000	1 370 000	495 000	36,13	100,00

У розрізі платіжних систем, структура емісії платіжних карток банку свідчить про перевагу МПС MasterCard, оскільки емісія платіжних карток МПС Visa була розпочата банком пізніше. Так, станом на 01.01.2010 р. банк емітував 850 000 тис. платіжних карток МПС MasterCard, що становить 62,04 % карткового портфеля банку. Водночас спостерігається тенденція до нарощування емісії карток МПС Visa, приріст яких лише за 2009 р. становив 61,05 %. Певною мірою цьому сприяє активна стимулювальна політика цієї платіжної системи, маркетингові заходи, гнучка тарифна політика, що суттєво зменшує собівартість обслуговування карток. Як видно із табл. 9.12, найбільшу кількість у картковому портфелі банку становлять картки початкового рівня, які розвивають банківські відносини (Maestro та Visa Electron). Такий розподіл цілком логічний, оскільки дебетні картки є більш доступними для клієнтів та менш ризикованими. На основі дебетних карток здебільшого реалізують й зарплатні проекти, частка яких у картковому портфелі банку значна. Плідне співробітництво приводить до відносно стійких відносин (наступний клієнтський сегмент), що дає змогу банку збільшувати доходи від їх обслуговування. Приріст за цією групою клієнтів та типом карток склав за картками MasterCard Mass (standart) 18,6 % та Visa Classic — 98,29 %.

В останні роки банк суттєво наростив обсяги емісії нового карткового продукту MasterCard Electronic, який є кредитною картою початкового рівня, орієнтованою на користувачів дебетних карток з мінімальною кредитною історією, але бажаючих використовувати кредитні можливості картки.

Результати структурного аналізу карткового портфеля дають якісну та кількісну характеристику емісії платіжних карток. Позитивні зміни у бік карток стандартного та привілейованого типу засвідчують про закріплення клієнтських відносин та залучення на обслуговування клієнтів з високим рівнем доходу та соціальним статусом. У такому разі банк повинен особливу увагу приділити заходам безпеки карткового бізнесу, розширити спектр додаткових послуг та залучитися до різноманітних заохочувальних програм (установлення бонусів, сумісні дисконтні проекти з торговельними закладами, картки індивідуального обслуговування).

Ключовим показником розвитку карткового бізнесу, безумовно, є обсяг емісії платіжних карток. Слід зазначити, що цей показник ще залишається для багатьох банківських установ стратегічним, і для нарощування обсягів емісії банки вдаються до різних заходів, навіть достатньо витратних. Банки випускають для одного клієнта одночасно кілька карток — зарплатна картка, картка з установленим кредитним лімітом, картка для участі в акціях тощо.

Існують різні методологічні підходи до розрахунку обсягів емісії платіжних карток:

- розрахунок обсягу емісії кумулятивним методом, тобто кількість усіх емітованих платіжних карток за весь період діяльності банку, незалежно від їх поточного стану (активна картка, термін дії, якої вже закінчився, картки, продовжені за терміном дії, і т. п.);
- розрахунок обсягу емісії платіжних карток (за активними картками, тобто за якими була здійснена хоча б одна операція);
- розрахунок обсягу емісії платіжних карток з чинним терміном дії.

Так, наприклад, загальний обсяг емісії платіжних карток, тобто накопичувальний підсумок емітованих карток за весь період діяльності банку на картковому ринку доцільно застосовувати для аналізу показників розвитку бізнесу, виявлення його тенденцій. За таким принципом, формується статистична інформація, яка розміщується на сайті Української міжбанківської Асоціації членів платіжних систем.

Для забезпечення об'єктивності оцінки фінансового результату за операціями емісії, розрахунок дохідності карткових програм доцільно здійснювати на основі показників емісії тих платіжних карток, які потенційно здатні генерувати прибуток (з активним статусом). При цьому статус активності визначається так:

- з чинним терміном дії (можливо за винятком заблокованих карток);
- за якими у звітному періоді була здійснена хоча б одна видаткова операція (така методика застосовується при складанні статистичної звітності НБУ).

Проілюструємо це на прикладі емісії платіжних карток банку «А» (табл. 9.13).

За даними табл. 9.13 можна зробити висновок, що кількість емітованих карток загалом та зі статусом активності суттєво різняться. Так, загальний обсяг емісії платіжних карток станом на 01.01.2010 р. становив 1,37 млн, з яких з чинним терміном дії було 713 504 шт., або 52,08 %, та 700 504 шт., або 51,13 % карток, за якими була здійснена хоча б одна видаткова операція. Така розбіжність цілком логічна, оскільки платіжні картки емітуються терміном один–три роки та після його завершення перевипускаються і також включаються до розрахунку, деякі клієнти закривають карткові рахунки або переходять на обслуговування до іншого банку тощо.

Таблиця 9.13

СТРУКТУРА ЕМІСІЇ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК БАНКУ «А», шт.

Тип платіжних карток	Станом на 01.01.2010 р.	З них з активним статусом			
		з чинним терміном дії	%	за якими було здійснено не менше однієї видаткової операції	%
1	2	3	4	5	6
MasterCard (всього)	850 000	399 574	47,01	418 777	49,27
Maestro	750 000	338 990	45,20	357 300	47,64
MasterCard Mass (standart)	70 000	40 820	58,31	40 652	58,07
Electronic	29 400	19 300	65,65	20 354	69,23
Master Gold	600	450	75,00	457	76,17
Master Platinum	15	14	93,33	14	93,33
Visa усього	520 000	313 930	60,37	281 727	54,18
Visa Classic	49 597	30 670	61,84	33 215	66,97
Visa Business	3	0	0,00	0	0,00
Visa Gold	400	310	77,50	312	78,00
Visa Domestic	120 000	67 950	56,63	73 000	60,83
Visa Electron	350 000	215 000	61,43	175 200	50,06
Всього	1 370 000	713 504	52,08	700 504	51,13

Обсяги емісії платіжних карток з активним статусом.

Операції з платіжними картками є потужним джерелом грошових ресурсів, що здебільшого досягається реалізацією зарплатних проектів. Вітчизняними банками інколи ще використовується практика встановлення незнижувального залишку за картковими рахунками, яка унеможливорює несанкціонований овердрафт за операціями з платіжними картками та пов'язані з цим ризики. Тому аналіз формування ресурсної бази за операціями з платіжними картками є невід'ємною складовою аналізу емісійної частини карткового бізнесу банку.

У нашому прикладі (табл. 9.14), обсяг залучених коштів за операціями з платіжними картками станом на 01.01.2009 р. становив 3,05 млн грн (п. 1, п. 2, п. 3 табл. 3), що у загальному обсязі ресурсів становить 20 %. У звітному періоді відстежується збільшення залучених коштів на суму 1,13 млн грн, яке відбулося за рахунок упровадження нових зарплатних проектів. Укладання угод з підприємствами на перерахування заробітної плати через карткові рахунки суттєво вплинуло на обсяги залишків за картковими рахунками фізичних осіб — 2,5 млн грн, що на 42,82 % більше минулого періоду. Водночас відбувся вплив коштів з рахунків небанківських фінансових установ (100 500,00 тис. грн), який пояснюється ще незначною кількістю цих суб'єктів на ринку.

Таблиця 9.14

ОБСЯГ ЗАЛУЧЕНИХ КОШТІВ ЗА ОПЕРАЦІЯМИ З ПЛАТІЖНИМИ КАРТКАМИ, тис. грн

Показник	Станом на 01.01.2009 р.	Станом на 01.01.2010 р.	Відхилення	
			абсолютне	відносне, %
Залишки на картрахунках, усього	1 750 500,00	2 500 000,00	749 500,00	42,82
З них:				
на рахунках фізичних осіб	1 200 000,00	1 900 000,00	700 000,00	58,33
на рахунках юридичних осіб	400 000,00	550 000,00	150 000,00	37,50
на рахунках небанківських фінансових установ	150 500,00	50 000,00	-100 500,00	-66,78
Сума незнижувального залишку	100 000,00	180 000,00	80 000,00	80,00
Залишки на депозитних рахунках, залучені як гарантійне забезпечення	1 200 000,00	1 500 000,00	300 000,00	25,00
Частка залучених коштів за операціями з платіжними картками у загальному обсязі ресурсів	20 %	27 %	×	

Платіжні картки стрімко проникають у всі сфери банківської діяльності, зокрема кредитної. Практика надання кредитів під платіжні картки набуває дедалі більшого поширення за рахунок простішої схеми оформлення кредитів та їх використання.

Таблиця 9.15

ОБСЯГИ НАДАНИХ КРЕДИТІВ ЗА ОПЕРАЦІЯМИ З ПЛАТІЖНИМИ КАРТКАМИ

Показник	Станом на 01.01.2009 р.	Станом на 01.01.2010 р.	Відхилення	
			абсолютне	відносне, %
Кількість карток з установленим лімітом кредиту, шт.	100 850,00	180 000,00	79 150,00	78,48
Надані кредити під платіжні картки, тис. грн	600 000,00	910 000,00	310 000,00	51,67
за особистими платіжними картками, тис. грн	450 000,00	700 100,00	250 100,00	55,58
за корпоративними платіжними картками, тис. грн	150 000,00	209 900,00	59 900,00	39,93
Процентні доходи за наданими кредитами під платіжні картки, тис. грн	150 000,00	250 000,00	100 000,00	66,67
Надані кредити (овердрафт) за дебетними картками, тис. грн	160 000,00	250 000,00	90 000,00	56,25
Процентні доходи за наданими кредитами (овердрафт) за дебетними картками, тис. грн	27 000,00	42 100,00	15 100,00	55,93

Дані табл. 9.15 свідчать про стрімкий розвиток кредитних продуктів на основі платіжних карток та зростання обсягів процентних доходів. Порівняно з минулим періодом кількість кредитних карток збільшилася на 78,48 %, що сут-

тево вплинуло й на обсяги наданих кредитів та кредитів овердрафт. Станом на 01.01.2010 р. доходи від кредитних операцій з платіжними картками (кредити та овердрафти) досягли 292 100 тис. грн, що на 65,03 % більше минулого періоду.

На сучасному етапі розвитку карткового ринку банківські установи приділяють особливу увагу питанню збільшення доходності карткових проектів, їх ефективності та окупності коштів, що інвестуються в розвиток інфраструктури обслуговування платіжних карток.

Безумовно, структура та обсяги доходів банку за операціями емісії платіжних карток вирішальною мірою залежать від конкретних умов господарювання та стратегії банку на картковому ринку.

Оскільки діяльність банку на картковому ринку пов'язана з певними особливостями організаційного та технологічного характеру, важливо чітко розуміти структуру доходів та витрат за операціями з платіжними картками. Безпосередній вплив на структуру та обсяги операцій має:

- статус членства в міжнародній платіжній системі;
- участь у національній чи міжнародній платіжній системі;
- статус процесингового центру (власний чи сторонній), його функціональність;
- структура карткового портфеля, асортимент карткових продуктів;
- розгалуженість термінальної мережі та її функціональність.

Розглянемо більш детально структуру доходів та витрат за операціями з платіжними картками:

Доходи за операціями з платіжними картками:

1. Процентні доходи

1.1. Доходи за використання грошових коштів, які розміщені як гарантійне забезпечення ризиків в уповноважених міжнародними платіжними системами банках (якщо банк є принциповим членом платіжної системи).

1.2. Нараховані та сплачені доходи від розміщення залучених коштів на карт-рахунки, на рахунки гарантійного забезпечення від філій, банків агентів та асоційованих учасників (якщо банк є принциповим членом платіжної системи та має на обслуговуванні банки — афілійовані члени платіжних систем).

1.3. Доходи за наданими під платіжні картки кредитами (у тому числі овердрафт).

2. Комісійні витрати.

2.1. Випуск та обслуговування карток.

2.2. За розрахунково-касове обслуговування зарплатних проектів.

2.3. Комісія за взаємообмін інформацією (interchange) між учасниками платіжної системи.

2.4. Комісія за проведення операцій у мережі інших банків.

2.5. Видача готівки в мережі свого банку (у практиці не поширюється на операції в банкоматах).

2.6. Комісія за конвертацією, у разі коли валюта операції відрізняється від валюти карткового рахунку.

2.7. Інші комісійні доходи (звіти, блокування картки, інші платежі тощо).

3. Прибутки торговельного характеру:

3.1. Від операцій перерахунку (конвертації) у випадках, коли валюта рахунку відрізняється від валюти операції.

3.2. Валютно-обмінні операції, що здійснені через АТМ (якщо дозволено законодавством).

4. *Дохід у вигляді дивідендів* (володіння часткою в акціонерному капіталі МПС).

5. *Інші операційні доходи*.

Витрати за операціями з платіжними картками:

1. *Процентні витрати*.

1.1. Витрати за залишками на карткових та депозитних рахунках клієнтів (що залучені як гарантійне забезпечення).

1.2. Витрати за використання грошових коштів залучених як гарантійне забезпечення від банків — асоційованих членів МПС (для банків — принципів членів платіжної системи).

2. *Комісійні витрати*.

2.1. За розрахункове обслуговування в уповноваженому МПС розрахунковому банку.

2.2. Платежі МПС за підтримку та проведення розрахунків (за авторизацію, платежі з надання послуг безпеки, управління ризиками тощо).

2.3. Платежі МПС з придбання ліцензій, сертифікації).

2.4. Платежі процесинговим центрам:

— персоналізацію карток;

— за обробку операції (авторизація, кліринг) з платіжними картками власної емісії;

— за постановку в стоп-список;

— за обробку зворотних платежів.

3. *Витрати на формування спеціальних резервів* (під стандартну заборгованість та нестандарту заборгованість).

4. *Збитки торговельного характеру*:

4.1. Від операцій перерахунку (конвертації) у випадках, коли валюта рахунку відрізняється від валюти операції.

4.2. Валютно-обмінні операції через АТМ (якщо дозволено законодавством).

5. *Загальні адміністративні витрати* (на рекламу, маркетинг, витратні матеріали (бланки заготовок платіжних карток, Пін-конвертів, квитанцій), амортизація обладнання, гарантійне та пост гарантійне обслуговування обладнання, оренда приміщення, заробітна плата персоналу, витрати на дизайн платіжних карток).

6. *Інші операційні витрати (збитки від шахрайства)*.

У процесі здійснення операцій з платіжними картками, банки сплачують або отримують комісію за взаємообмін (interchange), яка є однією із ключових статей доходів/витрат (залежно від типу операцій) та використовується міжнародними платіжними інструментами для стимулювання процесів емісії або торгового еквайрингу. Тому важливо знати певні особливості сплати цієї комісії:

- за операціями видачі готівки в термінальній мережі (банкомати, ПОС-термінали) комісію за взаємообмін (interchange) сплачує банк-емітент банку-еквайру;

- за операціями торгового еквайрингу (тобто за проведення розрахунків платіжною картою у підприємствах торгівлі та сервісу) комісію, навпаки, сплачує банк-еквайр банку-емітенту.

Їх розмір установлюється тарифами міжнародних платіжних систем та залежить від типу операції, типу платіжної картки і т. п.

СТАВКИ КОМІСІЙНОЇ ВИНАГОРОДИ (INTERCHANGE)
ЗА ОБСЛУГОВУВАННЯ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК В УКРАЇНІ

Тип операцій	Тариф МПС MasterCard	Тариф МПС VISA
Видача готівки у банкоматах	1 % + 3 грн	1 % + 3 грн
Видача готівки в касах банків	1 % + 1 грн	1 % + 1 грн
Розрахунки у підприємствах торгівлі та сфери послуг: чіп-картка. з магнітною стрічкою	1 % 1,5 %	1 % 1,8 %

Ураховуючи тарифну політику стосовно (комісійної винагороди (interchange), банку-емітенту слід упроваджувати різноманітні програми заохочувального характеру, які сприяли б активізації розрахунків на підприємствах торгівлі та сфери послуг. Такими заходами можуть бути різноманітні рекламні компанії, системи нарахування бонусів, акції, co-branding (спільні з підприємствами торгівлі та послуг проекти обслуговування клієнтів).

Аналіз дохідності операцій емісії платіжних карток залежно від організації бізнесу здійснюється на підставі таких показників:

- дохідність за операціями емісії платіжних карток загалом;
- дохідність у розрізі типів платіжних карток;
- дохідність у розрізі цільових груп клієнтів (категорій клієнтів);
- дохідність у розрізі проектів (зарплатний, пенсійний, студентський);
- дохідність на одну картку;
- дохідність на один картковий рахунок.

Збільшення емісії платіжних карток не завжди є абсолютним чинником зростання доходів. Більш важливим є показник її використання, а саме кількість та сума операцій.

Оскільки структура операцій, що здійснюються з використанням платіжних карток, безпосередньо впливає на формування доходів, важливо проаналізувати операції у такому розрізі:

- кількість та сума операцій, здійснених у власній мережі банку;
- кількість та сума операцій, здійснених у мережі українських банків;
- кількість та сума операцій, здійснених у мережі банків-нерезидентів.

Вирішальним є з'ясування причин тих чи інших процесів, які відбуваються у результаті діяльності банку на картковому ринку, та виявлення чинників, які впливають на ефективність карткових проектів (табл. 9.17).

У табл. 9.17 наведені основні показники, які показують обсяги емісії платіжних карток та операції, що здійснюються з їх використанням. Необхідно звернути увагу, що зазначені показники охоплюють лише емісійну частину карткового бізнесу банку. Так, станом на 1 січня 2010 р. емітовано 1,37 карток, з яких з активним статусом — 0,71 млн (з чинним терміном дії) або 52,08 %. Далі надається інформація щодо операцій (кількість, сума, середня сума), які здійснюються платіжними картками, що емітовані банком у розрізі їх основних типів. Загалом спостерігається позитивна динаміка цих показників, окрім операцій, що здійснюються на підприємствах торгівлі та послуг власної мережі. Це пояс-

нюється тим, що банк не розвиває напрям торгового еквайрингу і станом на 1 січня 2010 р. мав лише сім таких підприємств. У таблиці також наведено дані щодо доходів та витрат, які доцільно застосувати для розрахунку дохідності на одну картку (з активним статусом), на один картковий рахунок тощо.

Таблиця 9.17

ПЕРЕЛІК ПОКАЗНИКІВ ЗА ОПЕРАЦІЯМИ ЕМІСІЇ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК

Показник	Станом на 01.01.2009 р.	Станом на 01.01.2010 р.	Відхилення	
			Абсолютне	%
Кількість зарплатних проектів	50	300	250	500,00
Обсяг емісії, тис. карток	875 000	1 370 000	495 000	56,57
Кількість емітованих карток (за якими здійснена хоча б одна видаткова операція) статус активна «за рухом коштів»	450 300	700 254	249 954	64,31
Кількість карток (зі статусом активна «за терміном дії»)	452 115	713 504	261 389	57,81
Середня сума транзакцій за місяць по картці	410 050	700 504	290 454	70,83
У тому числі: на POS-терміналах	1159,5	877,5	-282	-24,32
у торговельній мережі	103,5	149	45,5	43,96
у банкоматах	173	217,5	44,5	25,72
Власна мережа банку-емітента				
Кількість транзакцій за місяць:	722 541	1 055 300	332 759	46,05
У тому числі: на ПОС-терміналах	196 959	210 303	13 344	6,78
у торговельній мережі	23	30	7	30,43
у банкоматах	525 559	844 967	319 408	60,77
Обсяг транзакцій за місяць, тис. грн	174 171	330 610	156 439	89,82
У тому числі: на ПОС-терміналах	69 172	101 409	32 237	46,60
у торговельній мережі	2 313	5 026	2713	117,29
у банкоматах	102 686	224 175	121 489	118,31
Середня сума однієї транзакції	646	935	289	44,74
У тому числі: на ПОС-терміналах	351	504	153	43,59
у торговельній мережі	100	166	66	66,00
у банкоматах	195	265	70	35,90
Мережа інших банків				
Кількість транзакцій за місяць	37 589	63 130	25 541	67,95

Показник	Станом на 01.01.2009 р.	Станом на 01.01.2010 р.	Відхилення	
			Абсолютне	%
У тому числі: на ПОС-терміналах	212	654	442	208,49
у торговельній мережі	8 882	14 564	5682	63,97
у банкоматах	28 495	47 912	19 417	68,14
Обсяг трансакцій за місяць, тис. грн	5752,9	1 0959,9	5206,6	90,50
У тому числі: на ПОС-терміналах	417,8	818,2	400,4	95,84
у торговельній мережі	953,4	1918,8	965,4	101,26
у банкоматах	4381,7	8222,5	3840,8	87,66
Середня сума однієї трансакції	2226	1553	-1327	59,61
У тому числі: на ПОС-терміналах	1 968	1 251	-717	-36,43
у торговельній мережі	107	132	25	23,36
у банкоматах	151	170	19	12,58
Оборот коштів по картрахунках у місяць				*
У тому числі: Середньомісячний залишок на картрахунках, грн	7 570 350	14 650 210	7 079 860	93,52
Кількість підприємств торгівлі та послуг	6	7	1	16,67
Кількість банкоматів	506	565	59	11,66
Кількість ПОС-терміналів	1946	2 425	479	24,61
Кількість імпринтерів	817	817	0	0,00
Доходи, тис. грн	885 000	1 358 500	473 500	53,50
Витрати, тис. грн	613 000	814 700	201 700	32,90

Поліпшення дохідності карткових операцій — одна з найскладніших проблем, з якими стикаються банки під час реалізації карткових продуктів. Для її вирішення необхідно мати можливість своєчасно коригувати стратегію й тактику у сфері карткового бізнесу, що можливо на підставі оперативних даних аналітичної системи. Велике значення у цьому процесі займає аналіз структури доходів та витрат за операціями з платіжними картками.

Розглянемо основні статті доходів та витрат банку за операціями з платіжними картками.

Таблиця 9.18

СТРУКТУРА ДОХОДІВ ЗА ОПЕРАЦІЯМИ ЕМІСІЇ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК

Стаття доходів	Станом на 01.01.2009 р.	Станом на 01.01.2010 р.	Відхилення		Питома вага (2010 р.)
			абсолютне	%	
Доходи, усього	885 000	1 358 500	473 500	53,50	100,00
<i>1. Процентні доходи, усього</i>	300 000	480 000	180 000	60,00	35,33
У тому числі: від розміщення гарантійних депозитів в уповноважених МПС банках;	15 000	18 000	3000	20,00	3,75
від розміщення ресурсів, що залучені на карткові рахунки	150 000	240 000	90 000	60,00	50,00
за наданими під платіжні картки кредитами	135 000	222 000	87 000	64,44	46,25
<i>2. Комісійні доходи</i>	575 000	878 500	303 500	52,78	64,67
У тому числі: за взаємообмін за операціями торгового еквайрингу	80 000	105 000	25 000	31,25	11,95
за випуск та обслуговування платіжної картки	300 000	540 000	240 000	80,00	61,47
РКО за перерахування заробітної плати на картрахунки	140 000	175 000	35 000	25,00	19,92
за конвертацію коштів	45 000	47 000	2000	4,44	5,35
інші комісійні доходи (за блокування картки, надання довідок, розслідування платежів)	10 000	11 500	1500	15,00	1,31

Дані табл. 9.18, свідчать про значне зростання доходів від операцій емісії платіжних карток (53,5 %), найбільша частка з яких сформована за рахунок комісійної винагороди — 64,67 %. З розвитком кредитного сегмента карткового бізнесу збільшується обсяг процентних доходів, з яких 45,09 % одержано безпосередньо за кредитними операціями. Водночас велике значення у формуванні дохідної частини мають операції розміщення ресурсів, які залучені у процесі карткового бізнесу. Станом на 1 січня 2010 р. їх частка становить 50 % загальних процентних доходів. У цілому приріст доходів за базовий період становив 38 %, що свідчить про динамічний розвиток та перспективність цього виду банківської діяльності.

Проаналізуємо основні статті витрат за цими операціями (табл. 9.19).

Таблиця 9.19

СТРУКТУРА ВИТРАТ ЗА ОПЕРАЦІЯМИ ЕМІСІЇ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК

Стаття доходів	Станом на 01.01.2009 р.	Станом на 01.01.2010 р.	Відхилення		Питома вага (2007 р.)
			абсолютне	%	
Витрати, усього	613 000	814 700	201 700	32,90	100
1. <i>Процентні витрати</i>	95 000	124 000	29 000	30,53	15,22
за коштами, що розміщені як гарантійні депозити банків — асоційованих членів МПС	15 000	21 000	6000	40,00	16,94
сплачені проценти за залишками на карткових та депозитних рахунках	70 000	90 000	20 000	28,57	72,58
витрати на розрахунково-касове обслуговування (РКО)	10 000	13 000	3000	30,00	10,48
2. <i>Комісійні витрати</i>	103 000	98 700	-4300	-4,17	12,11
за розрахунково-касове обслуговування в уповноваженому МПС розрахунковому банку	10 000	12 000	2000	20,00	12,16
платежі МПС за кожну транзакцію (комісії за проведення авторизації, клірингу, розрахунків, взаємообмін інформацією)	25 000	26 700	1700	6,80	27,05
платежі МПС, які сплачуються з визначеною періодичністю — місяць, квартал, один раз на рік (наприклад, платежі з надання послуг безпеки, управління ризиками тощо)	3000	10 000	7000	233,33	10,13
одноразові платежі (оплата ліцензії з набуття членства, права на користування торговими марками, картковими продуктами, сертифікацію)	65 000	50 000	-15 000	-23,08	50,66
3. Платежі за процесинг операцій (персоналізація, авторизація, кліринг, блокування карток, за обробку зворотних платежів тощо)	250 000	380 000	130 000	52,00	46,64
4. Нарахування резервів під стандартну та нестандартну заборгованість	45 000	52 000	7000	15,56	6,38
5. Відрахування до Фонду гарантування вкладів	40 000	50 000	10 000	25,00	6,14
6. Загальні адміністративні витрати (рекламу, оренду приміщення, заробітна плата персоналу, гарантійне обслуговування обладнання для персоналізації та іншого програмного забезпечення)	70 000	93 000	23 000	32,86	11,42
7. Інші операційні витрати (збитки від шахрайства)	10 000	17 000	7000	70,00	2,09

Із даних табл. 9.19 видно, що переважна частка витрат сплачується за процесинг операцій, тобто їх технологічна обробка (46,64 %) та проценти, що нараховані за картковими та депозитними рахунками (15,22 %). Великі обсяги витрат і за статтею загально-адміністративних витрат — 93 000 тис. грн, або 11,42 %, оскільки картковий бізнес є високотехнологічним і потребує значних витрат на підтримку обладнання та програмного забезпечення. Відсутність власного процесингового центру та низький рівень технологічної оснащеності карткового бізнесу суттєво збільшує собівартість операцій з платіжними картками, оскільки потребує послуг сторонніх організацій.

Якщо банк уже тривалий час працює на картковому ринку та є членом міжнародної платіжної системи, зменшуються його витрати, пов'язані з організацією бізнесу (набуття членства в МПС, придбання ліцензій на право використання карткових продуктів, розроблення дизайну, сертифікація програмного забезпечення карткової системи). Водночас із зростанням обсягів емісії та операцій збільшуються платежі на користь МПС.

У структурі операційних витрат можуть бути втрати від шахрайських дій з платіжними картками (інші операційні витрати), що можливо при недотриманні установлених вимог безпеки.

Для забезпечення належного рівня безпеки карткового бізнесу необхідні не лише заходи організаційного характеру [обмеження доступу до приміщень, де виготовляються платіжні картки чи міститься інформація про платіжні картки та їхніх держателів, установлення лімітів на проведення розрахунків платіжною картою (кількість операцій на день, сума операцій за день або інший період), на операції з видачі готівки та розрахунки в підприємствах торгівлі], а й значні кошти (на відеоспостереження за банкоматами, криптування мереж, через які відбувається обіг інформації, перехід на емісію мікропроцесорних платіжних карток тощо).

Оскільки карткові продукти поєднують у собі одночасно елементи депозитних інструментів, тобто є джерелом ресурсів, доцільно окремо провести розрахунок доходу від їх розміщення (табл. 9.20).

Таблиця 9.20

**ОБЧИСЛЕННЯ МІСЯЧНОГО ДОХОДУ ВІД РОЗМІЩЕННЯ ЗАЛИШКІВ
НА КАРТКОВИХ РАХУНКАХ КЛІЄНТІВ БАНКУ**

Вид картки	Кількість карткових рахунків, відкритих за даним видом, од.	Розмір не знижувального залишку/гарантійного депозиту, ум. од.	Сума незнижувальних залишків та депозитних коштів за видами карток, ум. од.
	1	2	3 = 1 · 2
VISA Electron, Cirrus Maestro	7 000	5	35 000
VISA Classic, Business, EC/MC Mass	2 575	20	51 500
VISA Gold, MC Gold	85	2 000* (розмір гарантійного депозиту)	170 000
Сума, усього			256 500
Ставка за ресурсами: річна — 15 %, за один місяць — 15/12 %			1,25
Дохід, ум. од.			3206,25
Курс, грн/ум. од.			5,00
			16 031,25

* за картковими рахунками платіжних карток типу Visa Gold, MC Gold банки вимагають відкриття клієнтами гарантійного депозиту.

Якщо сума залучених коштів (незнижувального залишку та депозитів) за місяць склала 256 500 ум. од., ставка їх розміщення становить 15 % річних (або 1,25 % на місяць), маємо дохід від розміщення ресурсів у сумі 16 031,25 грн.

Розраховувати дохідність від розміщення усіх залучених ресурсів (у тому числі й кошти до запитання) можна за такою формулою:

$$D_r = K_r \cdot (R_k - R_d) / (1 - N / 100) / 12 / 100,$$

де D_r — щомісячний дохід від розміщення ресурсів;

K_r — середньомісячний залишок (кредитовий) за одним картковим рахунком;

R_k — середня процентна ставка банку за певною валютою;

R_d — процентна ставка за поточними (картковими) рахунками);

N — процентна ставка для формування резервів.

Найпоширенішою статтею доходів банку-емітента є комісійна винагорода за випуск та обслуговування платіжних карток. За роки становлення карткового ринку в Україні суттєво змінилися структура тарифів та значно зменшилася вартість послуг. Наразі все більшого поширення набуває практика безкоштовного випуску платіжної картки. Це й логічно, оскільки платіжна картка за своєю суттю як платіжний інструмент здатна генерувати дохід у процесі проведення розрахунків. Тому стимулювальні заходи щодо активізації безготівкових розрахунків, розширення кредитного аспекту карткових продуктів сприяють отриманню значно більшого обсягу доходів, ніж проста «реалізація пластику».

Дохід банку приносять також операції, які здійснюють клієнти з використанням платіжних карток у підприємствах торгівлі та сервісу. За цими операціями, як уже згадувалося, навпаки, комісію за взаємообмін отримує банк-емітент. Інформація щодо обсягів комісійної винагороди за цим типом операцій (interchange) міститься на рахунках аналітичного обліку (якщо банк її виділяє окремо) або може бути розрахована на підставі показників частоти використання картки у розрахунках за товари та послуги.

Як свідчать практика, дебетні продукти менше застосовуються для торговельних операцій. Інша річ — використання карток вищого класу. Клієнти оформляють її цілеспрямовано, як правило, у зв'язку з очікуваною поїздкою за кордон, а потім використовують і вдома.

Розглянемо приклад установи банку (філії), клієнти якої приблизно двічі на місяць застосовують картки Visa Electron/Cirrus Maestro — 1,17, Visa Classic (MasterCard Mass), чотири картки типу Visa Gold та MasterCard Gold. Обсяг середньостатистичної операції, здійснюваної за допомогою карток Classic (Mass), становить близько 500 грн, карток типу Gold — 1 000 грн.

Визначивши питому вагу кожного із зазначених вище продуктів у картковому портфелі філії, можна розрахувати дохід від операцій купівлі з використанням карток певного виду (табл. 9.21).

Як уже згадувалося, аналіз дохідності за операціями емісії можна проводити за різними методиками. Відомо, що клієнти з кращим достатком та соціальним статусом віддають перевагу елітним картковим продуктам, які використовують у безготівкових розрахунках. Держателі дебетних карткових продуктів у рамках зарплатних проектів поки що використовують їх лише для зняття готівки через банкомати банку. Тому єдиним джерелом доходів за цією (численною) катего-

рією клієнтів є комісія за перерахування коштів на карткові рахунки, яку сплачує підприємство. Для поліпшення прибутковості операцій з платіжними картками цієї категорії клієнтів необхідно інтенсивно впроваджувати спектр додаткових послуг — установлення ліміту овердрафт за картковим рахунком, виписки за рахунком, сплата комунальних платежів, погашення кредитної заборгованості, продаж ваучерів мобільного зв'язку через банкомат.

Таблиця 9.21

**МІСЯЧНИЙ ДОХІД ЗА РОЗРАХУНКАМИ ПЛАТІЖНИМИ КАРТКАМИ
У ТОРГОВЕЛЬНО-СЕРВІСНІЙ МЕРЕЖІ**

Вид картки	Кількість активних карток	Частота використання протягом місяця, грн	Середня сума операцій за картою, грн	Обсяг операцій купівлі за допомогою карток, грн
	1	2	3	$4 = 1 \cdot 2 \cdot 3$
Visa Electron/Cirrus Maestro	15 000	0,17	50	127 500
Visa Classic, Business, MC Mass	7000	2	500	7 000 000
Visa Gold, MC Gold	70	4	1000	280 000
Загальна сума операцій, грн				7 407 500
Розмір комісії за взаємообмін (interchange)				1 %
Дохід за цими операціями за місяць, грн				740,75

Дохідність операцій емісії більшою мірою залежить від якості карткового портфеля, а не від обсягів емісії. Тому великого значення набуває залучення клієнтів із високими та стабільними прибутками, розширення спектра додаткових послуг держателям зарплатних платіжних карток, аби залучити їхні кошти у безготівковий оборот.

Якщо банк упроваджує карткові продукти, які одночасно орієнтовані на кілька категорій клієнтів та базуються на різних типах платіжних карток, аналіз операцій емісії доцільно здійснювати на основі групування статей доходів та витрат у розрізі цих продуктів. Якщо банк займає провідні позиції на картковому ринку, має широкий асортимент карткових продуктів та динамічно їх розвиває, аналіз за операціями емісії краще проводити у розрізі карткових продуктів.

9.2.3. Аналіз операцій еквайрингу

Для забезпечення розрахунків з використанням платіжних карток банк, безумовно, повинен мати відповідне термінальне обладнання — банкомати, POS-термінали, імпринтери. Розрахунки з використанням платіжних карток належать до операцій еквайрингу, який умовно поділяється на торговий та банкоматний. Ураховуючи, що в Україні значна частка готівкових операцій із застосуванням платіжних карток здійснюється через каси банків, доцільно в аналізі виокремити цей напрям.

Сьогодні розвиток роздрібного бізнесу неможливий без належної інфраструктури, зокрема без власної банкоматної мережі. Банкомат перетворюється в один з найбільш досконалих та ефективних каналів надання банківських послуг. Ще зовсім недавно банкомати закуповувалися лише для забезпечення «зарплатної емісії» і лише іноді установлювалися в торгово-сервісних підприємствах з метою отримання прибутку від операцій з платіжними картками інших емітентів. Наразі банкомат — це програмно-технічний комплекс, який здатний і повинен приносити прибуток. Тому варто розглядати його як важливий інструмент генерації прибутку у сфері роздрібного бізнесу. Структура еквайрингу показана на рис. 9.4.



Рис. 9.4. Напрями діяльності банку на картковому ринку

У найближчій перспективі в Україні зростатиме насиченість ринку, а конкуренція переміститься у площину якості та комфорту обслуговування. Це змусить банки переглянути свої бізнес-стратегії, навчитись оперативно реагувати на зовнішні чинники ринку, зростаючі потреби клієнтів та забезпечувати ефективність вкладених інвестицій. Відбувається перехід від хаотичного закуповування терміналів до їх обґрунтованого застосування. Прийняття рішення щодо придбання банкомату повинно ґрунтуватися на розрахунках окупності інвестованих коштів та ефективності вже існуючого парку терміналів.

Ефективність роботи банкоматної мережі найкраще характеризують показники продуктивності, якості (працездатності) та дохідності.

Продуктивність показує, якою була завантаженість банкомату за певний період. Вона визначається кількістю операцій на один банкомат, сумою операцій на один банкомат, середньою кількістю та середньою сумою операцій на один банкомат, кількістю карток, що обслуговувались у банкоматі за звітний період. Ознайомимося зі структурою операцій, які виконуються через банкомат (табл. 9.22).

Таблиця 9.22

**СТРУКТУРА ОПЕРАЦІЙ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК,
ЩО ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ЧЕРЕЗ БАНКОМАТ**

Вид операцій та послуг	Кількість операцій	Питома частка, %	Сума операцій	Питома частка, %
Усього операцій	16 515	100,00	2 799 262,00	100,00
З них:				
видача готівки	4500	27,25	1 700 000,00	60,73
запит залишку за рахунком	3570	21,62	—	—
переказ коштів на інший рахунок	243	1,47	752 300,00	26,87
купівля напередоплачених продуктів (ваучерів мобільного зв'язку, IP-телефонія і т. п.)	3120	18,89	17 462,00	0,62
поповнення рахунку (у т. ч. внесення коштів на депозит)	2082	12,61	95 100,00	3,40
сплата комунальних послуг	2370	14,35	32 500,00	1,16
погашення заборгованості за кредитом	543	3,29	178 500,00	6,38
інші	87	0,53	23 400,00	0,84

У табл. 9.22 дано перелік операцій, що здійснюється повнофункціональним банкоматом. Найбільшу частку становлять традиційні операції — видача готівки, як за кількістю (27,25 %), так і за обсягами операцій (60,73 %). Оскільки функціональність банкомату передбачає й операції внесення готівки, це забезпечує можливість переказування коштів між рахунками (26,87 %) сплати комунальних послуг (1,16 %) та погашення кредитної заборгованості (6,38 %). Ці операції стають популярними у населення та суттєво впливають на збільшення дохідності операцій еквайрингу, зокрема банкоматного.

Показник продуктивності банкомату значною мірою залежить від цілеспрямованості, тобто мети його установа. Бізнес-стратегія банкоматного еквайрингу може бути орієнтована на обслуговування зарплатних проектів, розвантаження операційних кас відділень банку та обслуговування клієнтів у публічних місцях (супермаркетах, розважальних центрах, готелях тощо). Вдале місцезнаходження банкомату є головним чинником його ефективності. Розглянемо структуру банкоматних операцій з урахуванням бізнес-направленості та місця розташування.

Таблиця 9.23

СТРУКТУРА ОПЕРАЦІЙ, ЩО ЗДІЙСНЮЮТЬСЯ У БАНКОМАТНІЙ МЕРЕЖІ,
У РОЗРІЗІ ТИПІВ БАНКОМАТІВ (МІСЦЕМ РОЗМІЩЕННЯ)

Показник	Банкомати, розміщені на території підприємства (під зарплатні проекти)	Банкомати, розміщені у відділенні банку	Банкомати, розміщені у місцях публічного доступу (супермаркети, розважальні центри)
Кількість операцій, усього	140 645	147 790	149 230
З них: видача готівки	92 400	75 700	120 630
переказування коштів	1700	3800	930
внесення готівки на депозит	200	1500	420
сплата комунальних послуг	450	670	130
купівля ваучерів мобільного зв'язку	795	920	1720
запит залишку	45 100	65 200	25 400
Кількість банкоматів за групою	30	37	24
Доходи за групою			

З даних табл. 9.23 видно, що загалом банкоматна мережа банку налічує 91 банкомат, з яких 30 розміщені на території підприємств і спрямовані на обслуговування зарплатних проектів. За цією групою середня кількість операцій на один банкомат дорівнює 4688, серед яких найбільша частка належить операціям з видачі готівки та запиту залишку за рахунком. Основним джерелом доходу зазначеної групи банкоматів є комісія за перерахування заробітної плати на картрахунки. За іншою групою банкоматів, які розміщені у відділеннях банку, (37 банкоматів), середня кількість операцій на один банкомат становить 3994, що менше попереднього показника. Найвищий показник за банкоматами, які розміщені у публічних місцях, — 6218. У такий самий спосіб варто розрахувати показник середньої суми операцій на один банкомат. Аналіз структури операцій у розрізі карток власної емісії та карток інших банків дає можливість визначити, який клієнтський потік обслуговується у тому чи іншому банкоматі та за рахунок чого отримані доходи. Так, наприклад, банкомати, які обслуговують зарплатні проекти, мають перевагу в обсягах операцій з картками власної емісії, операції за якими здійснюються безкоштовно для їх держателів. Доходи за цією групою банкоматів формуються за рахунок комісії за розрахунково-касове обслуговування підприємств, які перераховують заробітну плату на картрахунки своїх працівників. Водночас доходи за операціями видачі готівки за картками інших банків-емітентів банк-еквайр (тобто банк, у банкоматі якого проводилась операція) отримує за рахунок комісії взаємообміну (interchange), яку сплачує банк-емітент.

Таблиця 9.24

СТРУКТУРА ДОХОДІВ ЗА ОПЕРАЦІЯМИ,
ЩО ЗДІЙСНЕНІ У БАНКОМАТНІЙ МЕРЕЖІ

Показник		Банкомати, розміщені на тери- торії підприємства (під зарплатні про- екти)	Банкомати, розміщені у відділенні банку	Банкомати, розміщені у місцях публічного доступу (супермаркети, розважальні центри)
Обсяг операцій, усього тис. грн		94 070	120 500	247 500
З них:				
Доходи за операціями видачі готівки, грн	за картками власної емісії	0	6700	9300
	за картками українських банків-емітентів	0	3700	64 200
	за картками банків- нерезидентів	0	4500	9500
Доходи за операціями переказування коштів		900	2500	3100
Доходи за операціями внесення го- тівки на депозит		0	6400	5100
Доходи за операціями сплати кому- нальних послуг		0	9500	4230
Доходи за операціями купівлі вауче- рів мобільного зв'язку		270	430	560
Доходи за операціями запиту залишку		180	120	230
Доходи за групою		1350	33 850	38 440

Як бачимо із даних табл. 9.24, сума доходів, отриманих у банкоматній мережі, становить 73 640 грн, з яких найбільша частка належить банкоматам, розміщеним у місцях публічного доступу (супермаркети, розважальні центри) — 38 440 грн, або 52,20 %. Це пояснюється тим, що до складу цієї групи банкоматів входять повнофункціональні термінали, здатні забезпечити повний спектр роздрібних послуг (внесення готівки на депозит, сплата комунальних платежів тощо), які є додатковим джерелом доходу. У структурі операцій видачі готівки значну частку займають операції з іншими банками-емітентами, за якими банк отримує комісію за взаємообмін (interchange).

Ефективність роботи банкоматної мережі значною мірою залежить від структури та обсягу витрат. Банкоматний еквайринг є найбільш капіталоемним бізнесом, і тому у структурі його витрат велика частка належить капітальним витратам. У структурі капітальних витрат (рис. 9.5) значну частку (65 %) займають витрати на придбання банкомату.

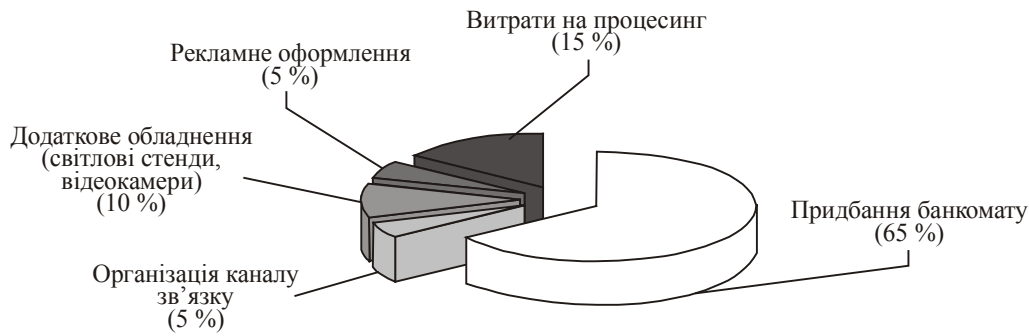


Рис. 9.5. Структура капітальних витрат за банкоматом

Безумовно, вартість банкомату залежить від його функціональності. До витрат на процесинг належать послуги з підключення банкоматів та їх реєстрації у процесинговій системі. Для того щоб розрахувати окупність цих витрат, необхідно спрогнозувати структуру та обсяги доходів від операцій, що плануються здійснювати через банкомат. При цьому варто врахувати його майбутню цілеспрямованість та місце розташування. Для оцінювання окупності банкомату необхідно мати дані стосовно поточних витрат.

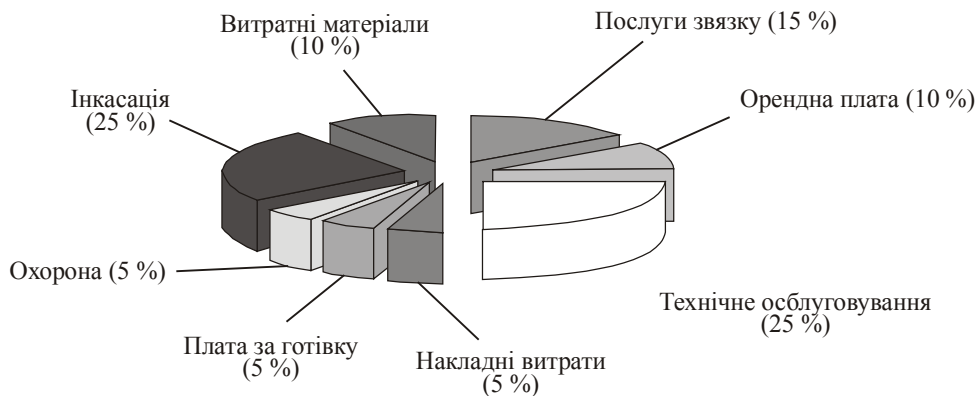


Рис. 9.6. Структура поточних витрат за банкоматом

Рис. 9.6 показує, що найбільшу частку серед поточних витрат за банкоматом становлять витрати на інкасацію готівкових коштів (25 %) та технічне обслуговування (25 %), послуги зв'язку (15 %).

Розрахунок фінансового результату роботи банкомату наведено у табл. 9.25.

На підставі даних табл. 9.25 здійснюємо аналіз дохідності банкомату з урахуванням його продуктивності та місцезнаходження. Термін окупності банкоматів, спрямованих на обслуговування зарплатних проектів, значно вищий, оскільки клієнтський потік обмежений. За такими банкоматами варто брати до уваги частку доходів, яку банк отримує від розміщення ресурсів, залучених на карткові рахунки. Необхідно проводити аналіз показників продуктивності та дохідності кожного банкомату та порівнювати їх із запланованими показниками. За результатами аналізу слід виявляти фактичне відхилення та причини, які призвели до їх незадовільного значення.

Таблиця 9.25

ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ БАНКОМАТНОЇ МЕРЕЖІ ЗА МІСЯЦЬ

Показник	Банкомат 1	Банкомат 2	Банкомат 3	Банкомат 4	Разом
Продуктивність (кількість операцій)	4500	2700	6200	1300	14 700
Продуктивність (обсяг операцій, тис. грн)	1179,0	211,95	2450,24	243,49	4084,68
Середня сума операції, грн	262	78,5	395,2	187,3	18 784,68
Доходи, грн	33 000	12 700	45 200	35 700	126 600
Витрати, грн	15 800	9 300	18 500	18 200	61 800
Фінансовий результат, грн	17 200	3 400	26 700	17 500	64 800
Термін окупності банкомату	48 місяців	60 місяців	36 місяців	48 місяців	x
Місцезнаходження	зарплатний	зарплатний	розважальний центр	відділення	x

У розвитку банкоматної мережі велике значення має її функціональність та якість роботи, а саме: частота і тривалість періоду непрацездатності банкоматів, а також випадків технологічних збоїв. Необхідно здійснювати моніторинг роботи банкоматів та оперативно визначати причини його простою — відсутність готівки, відсутність зв'язку, фізичні пошкодження або вихід із ладу запчастин тощо.

Оцінювання роботи банкоматної мережі за означеними показниками продуктивності, дохідності та якості потребує обробки великих масивів інформації та їх відповідного структурування. Тому цей процес можливо здійснювати лише за умов автоматизації аналітичних процедур та впровадження заходів моніторингу, які б забезпечували оперативність інформації щодо працездатності банкомату, виявлення причин простою, вжиття превентивних дій тощо.

За результатами аналізу ефективності роботи того чи іншого банкомату необхідно вжити заходів, які б сприяли підвищенню ефективності. Такими заходами можуть бути:

- зниження витрат на інкасацію та розрахунок лімітів завантаження банкоматів готівкою;
- мінімізація витрат на зв'язок за рахунок оптимізації схеми підключення банкоматів;
- розширення функціональності банкоматів за існуючого обладнання за рахунок доопрацювання програмного забезпечення (реклама, інформаційні послуги, виписки, перекази, комунальні платежі тощо);
- переміщення банкоматів у місця більшого клієнтського потоку (зазвичай 20 % банкоматів, що розміщені вдало, дають 80 % прибутку).

Усі зміни, що відбуваються в обсягах та структурі операцій з платіжними картками, необхідно проаналізувати з погляду факторів впливу.

Внутрішні фактори впливу:

- кредитна та тарифна політика банку;
- технологічна оснащеність;

- кваліфікація персоналу;
 - рекламні заходи.
- До зовнішніх факторів можна віднести:
- економічну ситуацію в країні;
 - регіон країни, міста тощо;
 - попит на послуги та пропозиції;
 - адміністративні та законодавчі чинники.

На завершальному етапі аналізу карткових операцій визначається їх частка у загальному обсязі прибутку.

Позитивну характеристику розвитку картковому бізнесу дають такі взаємопов'язані показники:

1. Широкий спектр емітованих карткових продуктів. У структурі емісії мають бути різноманітні типи карток (дебетові, кредитові) та види (традиційні, золоті, платинові, сумісні, клубні, приватні та корпоративні картки), націлені на широку аудиторію клієнтів та різні сегменти ринку.

2. Наявність розгалуженої інфраструктури обслуговування карток — банкоматів, торгових POS-терміналів, обладнання для «ініціювання трансакцій» (під такими мається на увазі персональні комп'ютери, мобільні GSM-телефони та інше обладнання, за допомогою якого держателі карток можуть здійснювати трансакції у різних сегментах електронної комерції.

3. Показники використання карток, зокрема кількість трансакцій, що здійснюється з використанням карток протягом місяця або року. Задовільним є значення десяти трансакцій протягом місяця. Крім цього, важливо, щоб у це число входили різні типи операцій.

4. Наявність кількох каналів зв'язку з користувачами, маркетингу, реклами та просування карткових продуктів на ринку, систем управління з клієнтом.

9.2.4. Ризики у сфері карткового бізнесу

Крім успіхів, які досягнуто вітчизняними банками на картковому ринку, існує низка проблем, які перешкоджають упровадженню нових платіжних інструментів у споживацьке середовище. Нездатність банку своєчасно виявити, виміряти ці ризики та налагодити належний контроль за ними може негативно відбитися на показниках банку.

Оцінювання ризику при використанні банками платіжних карток.

Для покриття збитків від шахрайських операцій з платіжними картками банки-емітенти зазвичай формують страхові фонди за рахунок власних коштів або коштів клієнтів. Як уже зазначалося, покриття ризику за кредитними картками здійснюється у формі різних форм застави, гарантій тощо. За дебетними картками найчастіше використовується процедура незнижувального залишку за картковим рахунком. Суму для формування страхового депозиту, як правило, визначають експерти виходячи із власного бачення ризику та рівня конкуренції на ринку.

Розглянемо деякі методи, за допомогою яких можна оцінити ризик банківських установ при впровадженні карткових проектів та, відповідно, визначити оптимальний розмір страхового фонду.

Оцінювання втрат.

Під час аналізу ризиків часто використовують не ціни активів або їх зміни, а втрати від використання цих активів за певний період. Під коефіцієнтом втрат будемо розуміти відношення

$$r = \frac{w_1 - w_0}{w_1},$$

де w_1 — очікуваний базовий дохід від емісії платіжних карток (відповідно тарифів за випуск та обслуговування карток);

w_0 — фактичний дохід від емісії платіжних карток (відповідно тарифів за випуск та обслуговування карток за мінусом кредитних втрат) на кінець періоду.

Безумовно, банки повинні прагнути до зниження показника r через зниження фактичних кредитних втрат та операційних витрат або збільшення тарифів.

Оскільки w_1 і w_0 на початковому етапі не відомі, то r є випадковою величиною, характеристики якої можна визначити статистичними методами виходячи з досвіду роботи на ринку.

Перевагами цього методу є простота розрахунків та наочність в оцінюванні ризику для дійсного проекту. Недоліком є неможливість диверсифікації цього ризику за типами карток і необхідність використання великого статистичного матеріалу щодо проекту за минулий період. Цей метод неможливо використовувати для впровадження нового проекту, для якого невідомий стан на кінець періоду.

Стандартне відхилення як вимір ризику.

Випадкові величини мають такі характеристики: математичні очікування, дисперсії тощо. Математичне очікування дохідності найчастіше інтерпретується як вимір потенційної віддачі від упровадження проекту, дисперсія — як вимір ризику.

При цьому дисперсію легко вирахувати, але вона не поділяється на позитивну і негативну — у бік збільшення дохідності та у бік її зменшення.

Для графічного зображення ризиків упровадження карткових проектів можна використати графіки у системі координат «дохідність-ризик».

Оцінка VaR.

Останнім часом велику популярність має методика оцінювання ризику Value-at-Risk, яка дає змогу розрахувати найгіршу дохідність від впровадження проекту за заданих рівнів значимості.

Якщо $F(x)$ — функція розподілу дохідності карткового проекту, то

$$f(x) = p.$$

Дохідність буде меншою від «найгіршого» значення з імовірністю p і більшою — з імовірністю $(1 - p)$. Необхідно відокремити відхилення у дохідності в «кращу» та «гіршу сторони» та оцінити їх з погляду імовірності. Значення R_p називають оцінкою VaR.

Найчастіше за p беруть 0,05, що відповідає 95 % рівня значимості оцінки VaR.

Оскільки факторів, що впливають на прибутковість упровадження карткового проекту, можна виділити досить багато і ці фактори мало залежні, то випад-

кову величину доходу можна характеризувати за допомогою нормального розподілу з параметрами m і s .

$$F(x) = \frac{1}{s\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^x e^{-\frac{(t-m)^2}{2s^2}} dt.$$

Тоді квантиль рівня 0,05 (або «найгірша» дохідність зі значенням 95 %) визначається як

$$R_{0,05} = m - 1,65s.$$

Отже, якщо дохідність має нормальну функцію розподілу, то оцінка VaR лінійно визначається через класичну характеристику ризику — дисперсію.

Залежність оцінки ризику від терміну дії проекту.

Як впливає на ризиковість проекту термін його дії? Як відомо, чим більший термін мають вкладені інвестиції, тим більший ризик їх втрат. Що стосується банківських платіжних карток, то це не зовсім так. Продовження терміну дії картки через її перевипуск не несе ніяких додаткових ризиків. У клієнта уже склалася кредитна історія.

Розглянемо аналітику. Нехай T — термін дії картки (або карткового проекту). Будемо вважати, що дохід, отриманий за період T дії проекту або й за більший, — незалежна випадкова величина з математичним очікуванням m і стандартним відхиленням s .

Якщо термін дії проекту T , то характеристика дохідності і ризику визначається параметрами m і s . У разі збільшення терміну дії проекту на число kT очікуване значення дохідності зросте лінійно до km , а стандартне відхилення — нелінійно та буде визначатися величиною $\sqrt{ks}$. Тому й відношення потенційного доходу до ризику $\left(\frac{km}{\sqrt{ks}}\right)$ зростатиме.

Порівняємо тепер оцінки VaR для різних часових горизонтів. Оцінка VaR для проекту з часовим горизонтом, що дорівнює T , відповідає $m - 1,65s$, а оцінка VaR, відповідна горизонту kT , дорівнюватиме $km - 1,65\sqrt{ks}$. Отже, оцінка VaR найгіршого доходу зростатиме.

Залежність оцінки ризику від ставлення керівного складу банку до ризику (концепція теорії корисності).

Корисність — термін, що використовують економісти для характеристики рівня задоволеності індивіда від користування певними благами.

Опишемо корисність за допомогою функції корисності, що має такі властивості:

- незалежно від кількості благ, якими володіє індивід, він бажає мати їх ще більше;
- при отриманні кожного наступного блага корисність від його використання зменшується (закон зменшення граничної корисності);
- у міру накопичення певних благ вони приносять менше користі, ніж інші блага (закон взаємозаміни).

Для оцінювання ризику під час впровадження карткових проектів можна скористатися кривими байдужості у системі координат «дохідність — ризик, при цьому аргументом функції буде стандартне відхилення дохідності.

У разі меншої схильності керівництва банку до ризику може використовуватися функція корисності виду

$$U(x) = \log(x + b), x > 0$$

або

$$U(x) = a - be^{-cx}, b > 0, x \geq 0.$$

За умов середньої схильності керівництва до ризику використовується функція корисності виду

$$U(x) = a + bx, b > 0.$$

Варіаційно-коваріаційний метод (VCV).

Для більш точного оцінювання ризику під час провадження платіжних карток необхідно розрізняти ризики для різних типів карток. Так, наприклад, використовуючи термінологію платіжної системи Visa, ризики за картками типу ELECTRON суттєво відрізняються від ризиків за картками GOLD або PLATINUM.

Будемо вважати, що дохідність проекту $(r_1, \dots, r_n)$ має багатовимірне нормальне розподілення, відомо середнє значення m_i , дисперсія S_i , і кореляція P_{ij} дохідності окремих типів карт. Ці дані можна отримати відомими статистичними методами виходячи з історичної бази карткових продуктів банку.

Середня дохідність усього проекту у цілому тоді визначається як

$$m = \sum w_i m_i,$$

а дисперсія — як

$$S = (\sum \sum w_i w_j s_i s_j p_{ij})^{1/2}.$$

Використовуючи цей метод, можна оцінити вплив ризиків окремих типів карт на весь картковий проект у цілому. Недоліком методу є великий обсяг розрахунків і необхідність мати історичну базу даних у розрізі всіх елементів проекту.

Заходи безпеки та оптимізації ризиків карткового бізнесу.

З метою оптимізації ризиків карткового бізнесу банки повинні насамперед вжити низку заходів організаційного характеру. Їх метою є забезпечення такої організації бізнес-процесів, яка відповідала б політиці і стратегії банку, передбачала б адекватну організаційну структуру, ефективну кадрову політику, чітко визначала б рівень відповідальності за здійснення операцій згідно з установленими бізнес-правилами та вимогами чинного законодавства. До таких заходів належать:

- дотримання вимог безпеки на всіх ділянках технологічного процесу, у тому числі і транспортуванні карток та ПІН-конвертів;
- розмежування повноважень і доступу працівників банку;
- упровадження системи лімітування (установлення обмежень на суму та кількість) на операції.
- забезпечення безпеки під час зберігання інформації і документів;

- використання сучасних захищених технологій, шифрування каналів передавання інформації під час виконання розрахунків;
- формування нормативно-правової бази;
- заходи ідентифікації та оцінювання клієнта при відкритті карткового рахунку та прийняття рішення щодо випуску картки;
- постійне навчання персоналу та контролю за їх діяльністю;
- ретельна перевірка потенційних держателів карток та торговців;
- взаємодія з правоохоронними органами з питань ризиків і безпеки;
- унесення інформації про шахрайські операції у відповідні системи звітності МПС;
- підключення клієнтів до послуги SMS-банкінгу (повідомлення на мобільний телефон про факт здійснення операції та залишку за картковим рахунком);
- навчання держателів платіжних карток правилам користування картою;
- використання принципу відбору клієнтів:
 - ✓ мінімізація видачі карток:
 - нерезидентам України;
 - особам, що виїжджають на постійне проживання за межі України;
 - малозабезпеченим громадянам;
 - без постійного місця роботи, проживання;
 - ✓ не видавати кредитні картки особам з низьким соціальним статусом;
- формування бази щодо «проблемних» клієнтів, використання її при укладанні договорів;
- перехід на чіп-технології;
- інспектування банкоматів щодо наявності сторонніх предметів (які можуть бути інструментами для копіювання інформації з картки та подальшого виготовлення підроблених карток).

9.3. АНАЛІЗ НЕТРАДИЦІЙНИХ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

9.3.1. Види, мета, завдання та інформаційні джерела

Особливе місце в банківській діяльності займають банківські послуги. Вони поділяються на традиційні, які передусім пов'язані з розрахунковим і касовим обслуговуванням клієнтів, та нетрадиційні.

До нетрадиційних банківських послуг, що надаються банківськими установами України, можна віднести довірчі (трастові) послуги; депозитарну діяльність; операції з дорогоцінними банківськими металами; оренду індивідуальних банківських сейфів; дистанційне обслуговування клієнтів; гарантійні; посередницькі; консультаційні; інформаційні послуги тощо. Такі нетрадиційні операції, як факторинг, лізинг, форфейтинг, овердрафт, досліджені у розд. 8 «Аналіз інших активно-пасивних операцій».

Мета і завдання аналізу нетрадиційних банківських послуг, які надаються комерційними банками, — навчитися оцінювати їх ефективність. Використовуючи балансові дані, необхідно проаналізувати питому вагу конкретних операцій у загальному обсязі операцій банку; визначити частку нетрадиційних послуг за різними видами у загальному обсязі операцій банку.