



# ФИНАНСЫ ГОСУДАРСТВА И ПРЕДПРИЯТИЙ

УДК: 336.717.06

## СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ БАНКОВСКОГО ПРОДУКТА И УСЛУГИ

## SPECIFIC FEATURES OF BANKING PRODUCTS AND SERVICES

**Т.Ю. Тарасова, Т.Н. Флигинских**  
**T.Y. Tarasova, T.N. Fliginskih**

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85*

*Belgorod State National Research University, 85, Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia*

*E-mail: tatynatarasova@gmail.com, fliginskih@bsu.edu.ru*

*Аннотация.* В статье рассматриваются банковские продукты и услуги с точки зрения присущих им специфических особенностей. В результате сравнения и обобщения различных мнений ведущих ученых-экономистов выделены основные свойства банковских продуктов и услуг, сформулирован их перечень, дополнен авторскими характеристиками. Обоснована неравнозначность банковских продуктов и банковских услуг исходя из предложенных автором их отличительных качеств.

*Resume.* The article discusses banking products and services in terms of their inherent specific features. Highlighted the main properties of banking products and services as a result of the comparison and synthesis of various opinions of leading scientists-economists, formulated a list of them, supplemented by the author's characteristics. The nonequivalence banking products and banking services substantiates on the basis proposed by the author their distinctive qualities.

*Ключевые слова:* банк, клиент, банковский продукт, банковская услуга, свойства.  
*Key words:* the bank, the customer, bank product, a banking service, properties.

### Введение

В современных рыночных условиях особую роль в обеспечении экономического роста страны играют банки. Успешное развитие национальной экономики невозможно без хорошо развитой банковской системы, предоставляющей комплекс услуг и продуктов, соответствующий запросам потребителей. Однако банковские услуги и продукты существенно отличаются, к примеру, от продуктов предприятий сферы производства. Они обладают определенными свойствами, характеризующими их содержание, исследование которых в условиях постоянно возрастающей банковской конкуренции приобретает особое значение и актуальность. Выявление и детальное изучение специфических особенностей банковских продуктов и услуг и будет являться целью настоящей работы.

Необходимость данного исследования обусловлена тем, что на сегодняшний момент взгляды ученых-экономистов на экономическую природу банковских продуктов и услуг остаются дискуссионными. Довольно часто и неправомерно, на наш взгляд, эти термины отождествляются. К тому же они могут трактоваться по-разному субъектами банковской деятельности (клиентами, банками, государством). Поэтому проводимый нами экономико-теоретический анализ будет направлен на повышение точности описания свойств и характеристик каждого изучаемого понятия, что поможет сформировать правильное понимание сущности базовых категорий банковской сферы.

### Результаты исследований

Исследование многочисленных публикаций по банковским вопросам показывает, что в большинстве случаев, банковский продукт рассматривают как банковскую услугу, удовлетворяющую имеющиеся потребности клиентов банка, или набор определенных банковских услуг. По нашему мнению, отождествление банковского продукта и банковской услуги совсем не

корректно в связи с их различной сущностью. Ведь банковская услуга представляет, по своей сути, некое действие, процесс, заключающийся в определенной деятельности, а банковский продукт – конечный итог, результат деятельности.

Профессор О.И. Лаврушин определяет банковскую услугу как «совокупность действий по созданию банковского продукта» [3]. Однако стоит отметить, что банковские услуги могут иметь своей конечной целью не только создание нового банковского продукта, но и обслуживание уже действующего. Например, для действующего банковского вклада в соответствии с условиями договора могут быть доступны услуги пополнения или расходования вклада, выплаты или капитализации процентов, оформления доверенности на совершение операций представителем вкладчика и прочие. То есть отдельные банковские услуги могут носить дополнительный характер по предоставлению сервиса.

По нашему мнению, можно обозначить сходство банковского продукта и услуги, которое заключается в том, что их целью для клиента является удовлетворение его потребностей, а для банка – получение прибыли [6]. Так, ипотечный кредит – это банковский продукт, а процесс его предоставления клиенту – кредитование уже относится к банковским услугам. И в первом и во втором случае это способствует удовлетворению потребности клиента в денежных средствах и получению дохода банком в виде процентов за кредит.

Большинство авторов выделяют такую общую черту банковского продукта и услуги как их нематериальный характер или неосвязаемость. Исследование Н.Л. Полторацкой и А.Я. Долгушиной подтверждает, что зачастую банковский продукт, в отличие от продукта промышленного предприятия, не выглядит как нечто вещественное, материальное [5]. Банковские услуги как совокупность действий также имеют абстрактную, неосязаемую форму, то есть их нельзя потрогать. Формой материализации банковского продукта или услуги может выступать определенный документ (сберегательная книжка, договор, чек, квитанция). Однако в настоящее время существует тенденция ухода от любых материальных носителей в связи с постоянно нарастающим внедрением в банковской сфере интернет-технологий. Неосязаемость как качество банковского продукта и услуги создает определенные сложности для банка-продавца. Так как клиенту невозможно наглядно показать свой товар, банки несут существенные затраты на рекламные компании, чтобы донести преимущества, которые появятся после приобретения банковского продукта у его покупателя. А клиенту до момента приобретения приходится верить рекламе и сотрудникам банка, пока он не сможет самостоятельно оценить качество банковского продукта или услуги.

Еще одну особенность банковской услуги – несохраняемость отмечает Д.Е. Швед [10], что проявляется в невозможности её хранения. Эта характеристика присуща и банковским продуктам, так как их нельзя производить «впрок» и складировать. Поэтому банкам приходится прогнозировать периоды повышенного спроса на свои продукты, чтобы запланировать организационные мероприятия во избежание очередей (привлечение дополнительных сотрудников, изменение режима работы и др.). С этой же целью современные банки стимулируют своих клиентов пользоваться дистанционными каналами обслуживания без посещения офиса банка. Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) позволяет проводить операции по своим счетам в удобное для клиента время и в удобном для него месте, обеспечивая экономию времени. Тем самым ДБО способствует повышению эффективности клиентского обслуживания, росту географической и временной доступности услуг и продуктов банка. Динамичное развитие ДБО свидетельствует о его возможности стать в современных условиях ведущим каналом реализации основных банковских услуг и продуктов населению посредством использования интернет-технологий [7].

Договорной характер является следующей специфической чертой банковских продуктов и услуг, на которую указывает Е.Е. Лаврентьева. Она говорит о невозможности физического или юридического лица стать клиентом банка до момента установления между ними договорных отношений [2]. Для предоставления клиенту банковских продуктов, оказания услуг и выполнения банковских операций необходимо заключение между банком и клиентом определенных договоров, соглашений, контрактов, предусмотренных требованиями действующего законодательства. Однако некоторые банковские продукты и услуги с идентичными условиями для всех клиентов не требуют непосредственного оформления договора. Это могут быть переводы денежных средств по различным платежным системам (Western Union, Contact), обмен валюты и прочие. В данном случае клиент, подписывая заявление об оказании данной услуги, соглашается с условиями, которые носят публичный характер.

Договорной характер банковских продуктов и услуг вызывает необходимость разъяснения клиенту содержания и условий договоров. От клиента, в свою очередь, для правильного понимания требуется наличие определенного образовательного уровня. Этим обусловлено такое свойство банковских продуктов и услуг как сложность, отмеченное М.П. Логиновым и О.Н. Логиновой [4]. Непонимание клиентами сущности продуктов, предлагаемых банками, может стать существенным препятствием на пути их продвижения на рынок. Поэтому существует



практика организации банками различных просветительских и образовательных мероприятий для клиентов: «школ финансовой грамотности», разъяснительных курсов, открытых образовательных семинаров, выставок финансовых услуг.

При характеристике договорных отношений, связанных с приобретением банковских продуктов и услуг, П.А. Хафизова пишет о свойственной им протяженности во времени. Это объясняется тем, что приобретение большинства банковских продуктов зачастую не ограничивается однократной сделкой, а клиент вступает с банком во взаимоотношения различной продолжительности [9]. К примеру, между моментом реализации такого банковского продукта как депозит (т.е. открытием депозита) и моментом получения финансового результата (т.е. уплатой процентов и возвратом основной суммы депозита) существует определенный временной разрыв, равный сроку действия договора вклада. В связи с этим особое значение принимает доверительный характер взаимоотношений банка и клиента, поэтому банки стараются создать себе положительный имидж и стремятся к сотрудничеству с клиентами на долгосрочную перспективу.

Авторы Н.П. Абаева и Л.Т. Хасанова говорят о связи банковских продуктов и услуг с денежными ресурсами. Ведь процесс оказания основных видов банковских услуг связан с использованием наличной или безналичной формы денежных средств. При этом стоит отметить, что для банковского продукта деньги могут являться как его составляющей, так и платой за его получение. А присущее людям особое внимание к деньгам делает деятельность банка зависимой от доверия клиентов и требует немалых усилий для укрепления этого доверия [1].

Таким образом, исследование литературных источников банковского дела позволило выявить основные, на наш взгляд, общие свойства и для банковских продуктов, и для услуг:

- абстрактность;
- несохраняемость;
- договорной характер;
- сложность;
- протяженность обслуживания во времени;
- связь с денежными ресурсами.

Помимо вышеперечисленных свойств отдельные ученые-экономисты выделяют следующие присущие банковским продуктам и услугам черты: сложность потребительского выбора, разовость некоторых услуг, имидж марки услуг, присутствие других потребителей, неподверженность амортизации, отсутствие возможности патентной защиты продукта, вторичность удовлетворяемых потребностей клиента. По нашему мнению, данные свойства банковских продуктов и услуг не относятся к ключевым, а являются второстепенными, дополнительными, а отдельные из них можно назвать дублирующими основные характеристики.

Стоит отметить, что банковский продукт для возможности предоставления клиенту также обязательно должен иметь определенные рыночные параметры, заданные продавцом: цену, срок, качество, включенные в него сервисы, прочие условия предоставления.

Если говорить об особенностях, отличающих банковскую услугу от банковского продукта, то среди них можно выделить непостоянство (неодинаковость) качества услуг и неотделимость услуг от источника.

Действительно, как пишут М.П. Логинов и О.Н. Логинова, качество банковских услуг во многом зависит от банковских сотрудников, имеющих различный уровень знаний, умений, навыков, по-разному выполняющих свою работу [4]. Что касается банковских продуктов, то к ним данное свойство уже не применимо, так как они в большей мере имеют определенную стандартизированность, унифицированность. К примеру, клиент может выбрать конкретный депозит из общего набора, предлагаемого банком, для которого уже определены параметры срока, возможности пополнения или расходования средств, порядка начисления и выплаты процентов. И оформляя данный депозит, клиент гарантированно получает проценты в срок, указанный в договоре. То есть, можно сказать, что клиент приобрел банковский продукт стандартного качества, ведь депозит с такими же параметрами доступен и другим лицам. А сколько по времени займет у клиента услуга оформления вклада, как подробно ему пояснят условия договора, насколько с ним будут любезны и доброжелательны в процессе обслуживания, зависит уже от банковского сотрудника. Следовательно, одним и тем же банковским продуктам могут соответствовать услуги, имеющие различный уровень качества [8].

Рассматривая неотделимость банковских услуг от источника, данные авторы указывают на то, что услуги не существуют отдельно от оказывающих их банковских служащих или электронных машин в случае использования автоматизированных каналов обслуживания (банкоматы, терминалы). Этим услуга банка отличается от банковского продукта, который выступая в качестве товара, может иметь формой материализации определенный документ (сберегательную книжку, пластиковую карту, чек, вексель) и существовать независимо от присутствия или отсутствия его источника [4]. К тому же большинство банковских продуктов, ориентированных на массового потребителя, разрабатывают в головных офисах банков, которые являются их непосредственными

источниками производства, а реализуют уже в сетевых подразделениях, при этом параметры продуктов не изменяются в зависимости от пожеланий клиентов.

На наш взгляд, можно выделить ещё такую черту, присущую банковским услугам, как одномоментность, что обусловлено исчезновением услуги после её оказания. Когда конкретная банковская услуга выполнена, клиент получает в качестве результата приобретенный банковский продукт, который остается у него, к примеру, в виде оформленного договора или пластиковой карты. Из этого следует, что банковский продукт продолжает действовать определенный промежуток времени, а банковская услуга одномоментна, и в следующий раз клиенту необходимо обращаться в банк для повторного заказа этой же услуги или заказа новой.

Из вышеприведенного анализа видно, что банковский продукт и банковская услуга обладают целым рядом не только схожих, но и противоположных характеристик. Для обобщения информации представим группировку общих и отличительных свойств банковской услуги и банковского продукта на рисунке 1.



Рис. 1. Основные свойства банковской услуги и банковского продукта  
 Fig. 1. The main properties of banking services and banking products

### Заключение

Таким образом, проведенное исследование теоретических положений в банковском деле позволило выявить основные специфические черты, присущие банковским продуктам и услугам. Причем отдельные особенности банковских услуг, свидетельствуют об их принципиальных отличиях от банковских продуктов. Поэтому рассмотрение этих основных элементов банковской деятельности как равнозначных является, на наш взгляд, в корне неверным и способно привести к подмене их экономической сущности.

По нашему мнению, корректным является представление банковской услуги как совокупности определенных действий по обслуживанию клиента в процессе предоставления конкретного банковского продукта. А банковский продукт выступает уже итогом оказания услуг для удовлетворения потребностей клиентов. Главная особенность банковского продукта заключается в выражении им конечного результата, остающегося после выполнения банковской услуги. В то время как банковской услуге свойственна одномоментность. При этом каждому банковскому продукту может соответствовать одна или несколько банковских услуг.

Подводя итог, следует отметить, что на сегодняшний момент в современном российском законодательстве отсутствуют зафиксированные юридически формулировки банковского продукта и услуги, что отражает его несовершенство. Следовательно, выявленные особенности банковских продуктов и услуг могут использоваться в качестве их отличительных характеристик в дальнейших исследованиях для разработки их единых общепринятых определений с закреплением правового статуса. На практике полученные результаты могут стать основой при составлении кредитными организациями информационных материалов, условий и правил банковского обслуживания, а также клиентами банков в целях повышения уровня финансовой грамотности.

### Список литературы References

Абаева Н.П., Хасанова Л.Т. 2012. Конкурентоспособность банковских услуг: Монография. Ульяновск, УлГТУ, 118.  
 Abaeva N.P., Hasanova L.T. 2012. The competitiveness of banking services: Monograph. Ulyanovsk, UlSTU, 118.



- Лаврентьева Е.Е. 2012. Неоднозначность трактовки термина «банковская услуга» [Электронный ресурс]. Научный журнал СПбГУНиПТ. Серия: Экономика и экологический менеджмент, 1(10). – Режим доступа: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/6785.pdf>. (дата обращения: 13.02.17).
- Lavrenteva E.E. 2012. The ambiguity of interpretation of the term «banking services» [Electronic resource]. SPbGUNIPT Science magazine. Series: Economics and Environmental Management, 1 (10). - URL: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/6785.pdf>. (Accessed 13 February 2017).
- Лаврушин О.И., Валенцева Н.И. и др. 2016. Банковское дело. М., КНОРУС, 800.
- Lavrushin O.I., Valentseva N.I. et al. 2016. Banking. M, KNORUS, 800.
- Логинов М.П., Логинова О.Н. 2012. Повышение конкурентных преимуществ банковских услуг [Электронный ресурс]. Вопросы управления, 4 (21). – Режим доступа: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2012/04/18/>. (дата обращения: 12.02.17).
- Loginov M.P., Loginova O.N. 2012. Improving the competitive advantages of banking services [Electronic resource]. Management, 4 (21). - URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2012/04/18/>. (Accessed 12 February 2017).
- Полтораднева Н.Л., Долгушина А.Я. 2016 К вопросу о совершенствовании понятийного аппарата банковской сферы. Деньги и кредит, 10: 72-78.
- Poltoradneva N.L., Dolgushina A.Y. 2016. On improvement of the conceptual apparatus of the banking sector. Money and credit, 10: 72-78.
- Степанова В.С., Синельников Д.С. 2015. О сущности понятий «банковская услуга», «банковский продукт». Приоритетные направления развития науки и образования, 2(5): 461-462.
- Stepanova V.S., Sinelnikov D.S. 2015. On the essence of the concepts of «banking», «bank product». Priority directions of development of science and education, 2 (5): 461-462.
- Тарасова Т.Ю. 2016. Современное состояние интернет-банкинга в России. Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сборник статей Международной научно-практической конференции (15 декабря 2016г., г.Екатеринбург). В 8 ч. Ч.2. Уфа, АЭТЕРНА: 203-205.
- Tarasova T.Y. 2016. The current state of online banking in Russia. Current problems and future directions of innovative development of science: International Scientific and practical conference (15 December 2016, Ekaterinburg). In 8 hours Part2. Ufa, 203-205.
- Флигинских Т.Н., Тарасова Т.Ю. 2016. Факторы, определяющие развитие инноваций в виде новых банковских продуктов. Креативная экономика, 10(10): 1157–1168.
- Fliginskikh T.N., Tarasova T.Y. 2016. Factors that determine development of innovations in form of new banking products. Creative Economy, 10(10): 1157-1168.
- Хафизова П.А. 2013. Банковские продукты (услуги): содержание и принципы размещения. Вестник Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. Серия гуманитарных наук, 1(53): 89-99.
- Khafizova P.A. 2013. Banking products (services): the content and placement guidelines. Bulletin of the Tajik State University of Law, Business and Politics. Series of Humanitarian Sciences, 1 (53): 89-99.
- Швед Д.Е. 2011. О понятиях «банковский продукт» и «банковская услуга». Маркетинг в России и за рубежом, 1: 56–64.
- Swed D.E. 2011. The concepts of «bank product» and «banking service». Marketing in Russia and abroad, 1: 56-64.