Шмакова Ирина Викторовна. Доходность банковских продуктов (Оценка и методы управления) : Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 : Москва, 2004 257 c. РГБ ОД, 61:04-8/4128

**Содержание к диссертации**

Введение

ГЛАВА 1. Природа банковского продукта и определение его доходности 10

1.1 Сущность и классификация банковских продуктов 10

1.2 Понятие доходности банковского продукта 28

1.3 Факторы формирования доходности банковских продуктов 43

ГЛАВА 2. Методологические основы оценки доходности банковских продуктов 64

2.1 Принципы построения оценки доходности банковских продуктов 64

2.2 Модели оценки доходности банковских продуктов 72

2.3 Оценка себестоимости банковских продуктов 92

ГЛАВА 3. Управление доходностью банковских продуктов 133

3.1 Методы управления доходностью банковских продуктов 133

3.2 Анализ себестоимости банковских продуктов 137

3.3 Финансовое планирование и бюджетирование банковских

154 продуктов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 172

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 177

ПРИЛОЖЕНИЯ

**Введение к работе**

Актуальность темы исследования. Современный российский рынок банковских продуктов отличается большим разнообразием предлагаемых клиенту услуг: в условиях жесткой конкуренции банки вынуждены оперативно реагировать на изменения условий рынка, потребностей его клиентов и постоянно расширять свой ассортимент. При; этом основной задачей банка, как коммерческой организации, является достижение желаемого финансового результата, формируемого от реализации различных видов банковских продуктов.

Период «легких» инфляционных доходов уже прошел, и некоторые банки настойчиво идут по пути расширения клиентской базы. Однако российский рынок банковских продуктов в настоящее время достаточно насыщен и подобный подход, как показывает практика, не может существенно повлиять на рост доходов банка. Сложившаяся ситуация заставляет искать другие пути и применять другие методы для достижения желаемых финансовых результатов. На первый план выходят вопросы не количественного наращения клиентской базы, а качественного улучшения банковского менеджмента.

В настоящее время наиболее успешно функционирующие российские банки уже начали перестраивать свои системы финансового менеджмента и переходить от оценки деятельности банка исключительно с точки зрения законодательных и надзорных требований к оценке своих бизнес-линий и продуктов. Однако подобные системы, с одной стороны, затрагивают лишь отдельные показатели доходности банковских продуктов, с другой стороны, не содержат стандартных процедур и четких методик, позволяющих оперативно и точно оценивать финансовый результат деятельности; банка от реализации своих продуктов. Условия работы на банковском рынке постоянно усложняются, банки вынуждены предлагать продукты и оказывать услуги более быстро и удобно для клиента, в результате чего современный рынок требует создания и применения эффективной системы оценки доходности банковской деятельности, без которой сложно определить: какие продукты для банка - выгодны, а

какие - убыточны, а также методов ее управления. Управляя доходностью банковских продуктов, банк может вести активную ценовую конкурентную борьбу с другими банками, предоставляя тем самым более выгодные условия для клиентов, что важно при продвижении продукции и завоевании лидирующих позиций на рынке банковских продуктов.

Проблемы развития теории и практики банковского дела и совершенствования финансового менеджмента в банках рассматриваются в работах отечественных ученых: Н.И. Валенцевой, А.Н. Иванова, И.А; Киселевой, О.И. Лаврушина, И.В. Ларионовой, Ю.Г. Масленченкова, Р.Г. Ольховой, Г.С. Пановой, М.А. Помориной, К.К. Садвакасова, Г.Г. Фетисова, Е.Б. Ширинской, и зарубежных ученых: П.Х. Аллена, П.С. Роуза^ Э. Рида и Р. Коттера, В.Т. Севрука, Д.Ф. Синки, М. Хиггинса, Тимоти У. Коха.

Вместе с тем, в настоящее время не достаточно глубоко исследованы вопросы < оценки доходности в разрезе продуктов банка, поскольку в основном рассматриваются вопросы доходности банковской деятельности в целом или отдельных операций банка в работах Ю.Г. Максутова, А.В. Смирнова, В.Е. Черкасова, А.Д. Шеремета. Следует отметить смещение понятий «банковский продукт» и «банковская услуга», а также «доходность» и «прибыльность», отсутствие определения понятия «доходность банковского продукта». На сегодняшний день мало изучены методы управления доходностью банковских продуктов, поскольку в основном все методологические разработки посвящены вопросам управления доходностью банка в целом.

Таким образом, актуальность, недостаточная теоретическая и практическая разработанность вопросов - оценки и управления доходностью. банковских продуктов обусловили выбор темы, цель и задачи диссертации.

Целью данного исследования является разработка методических подходов к оценке доходности банковских продуктов и методов управления доходностью.

**. 5**

Для достижения этой цели поставлены следующие задачи: ш на основе анализа российской и зарубежной литературы провести систематизацию понятийного аппарата по теории банковских продуктов: раскрыть содержание понятия «банковский продукт» и выделить продукты Центрального банка и коммерческих банков, выявить отличие банковского продукта от банковской услуги и банковской операции;.

разработать классификацию продуктового ряда коммерческого банка;

м на основе анализа экономической литературы раскрыть понятие «доходность банковского продукта» и разработать систему показателей оценки доходности банковских продуктов;

разработать методические подходы к определению себестоимости  
банковских продуктов на базе применения традиционной методики распределения  
расходов;

5 разработать рекомендации по управлению доходностью банковских  
продуктов с использованием методов анализа себестоимости и финансового  
планирования.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования являются банковские продукты российских коммерческих банков. Предметом исследования \* являются методология; оценки и методы управления' доходностью банковских продуктов.

Методологическую и теоретическую основу диссертации составляют фундаментальные положения экономической науки, рассматривающие вопросы теории банковских продуктов, показатели и методы анализа доходности банковских операций,- перспективы развития: банковского менеджмента.- В: диссертации: использованы современные методы управленческого учета и экономического анализа в, банках. Изучение проблем проводилось в соответствии с российской законодательной базой, нормативными положениями Банка России, регулирующими деятельность кредитных организаций. В работе использовались информационные материалы Ассоциации российских банков, рабочие материалы российских

**6**коммерческих банков, материалы семинара «Проблемы организации финансово-аналитической службы в коммерческом банке», а также публикации в периодической печати.

Обоснованность решения поставленных в диссертации задач обусловлена использованием в качестве методологической основы исследования системного подхода, применения методов обобщения и сравнения, анализа и синтеза, метода группировок и логического анализа теоретического и практического материала.

Работа выполнена в соответствии с пп. 9.19 и 9.20 Паспорта специальности 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит».

Научная новизна исследования состоит в разработке комплекса теоретических и методологических положений, раскрывающих сущность банковского продукта, определение его доходности и методы управления. По результатам проведенного исследования:

в отличие от сложившегося в экономической литературе подхода расширено представление о банковском продукте, в составе которого\* выделены продукты, создаваемые Центральным Банком и коммерческими банками;

усовершенствован понятийный аппарат по теории банковскихшродуктов: уточнены понятия «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция» коммерческого банка, выявлены различия и взаимосвязь между продуктом, услугой и операцией коммерческого банка;

м на основе уточненного автором понятия банковского продукта разработан продуктовый ряд коммерческого банка и предложена классификация продуктов по типам, группам и видам продуктов коммерческого банка;

*ш:*раскрыто понятие «доходность банковского продукта», разработана группа показателей для оценки доходности банковских продуктов коммерческого банка, которая включает абсолютные, относительные и сводный показатель, характеризующий позицию общей доходности по конкретному банковскому продукту;

разработана методика расчета себестоимости продуктов коммерческого банка, основанная на использовании группировки текущих расходов банка по экономически однородным группам в разрезе его финансовой структуры и персонификации расходов по соответствующим местам их возникновения в рамках традиционной системы калькулирования себестоимости и поэтапном формировании различных видов себестоимости продукта;

разработана методика анализа себестоимости банковских продуктов, включающая анализ структуры и динамики расходов на один рубль банковского продукта и анализ себестоимости в разрезе статей калькуляции.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в том, что основные положения, выводы и рекомендации ориентированы на широкое использование кредитными *>*организациями, в т.ч. Центральным Банком, коммерческими банками, Ассоциацией российских банков (АРБ), при решении задач; по оценке и управлению доходностью банковских продуктов; Самостоятельное практическое значение имеют:

1. Предложения по разработке картотеки продуктов коммерческого банка, которая позволяет систематизировать и обобщить всю информацию по банковским продуктам.
2. Методические рекомендации по оценке доходности банковских продуктов с использованием системы трех групп показателей, позволяющих использовать единые подходы к определению доходности банковских продуктов, рассчитывать различные виды доходности и производить сравнительный анализ по видам и группам продуктов коммерческого банка.
3. Методические-рекомендации по.определению. себестоимости.банковских продуктов с использованием традиционной системы калькулирования:

рекомендации по группировке текущих расходов банка, положенной в  
основу построения номенклатуры расходов по счету 702 «Расходы» для учета и  
калькулирования себестоимости банковских продуктов;

предложения по системе кодирования лицевого счета 702 «Расходы», позволяющей одновременно учитывать расходы банка, как по группам, так и по местам их возникновения, т.е. по конкретным подразделениям банка в автоматизированном режиме, что делает возможным более точно производить калькуляцию себестоимости продуктов и упрощает систему контроля и анализа формирования расходов по продукту коммерческого банка;

рекомендации по распределению косвенных и накладных расходов в рамках традиционной системы калькулирования себестоимости.

1. Методические рекомендации по анализу себестоимости; банковских продуктов, применение: которого позволяет осуществлять регулирование расходов банка в разрезе калькуляционных статей, формирующих себестоимость продуктов.
2. Предложения по формированию центров финансовой структуры банка по соответствующим центрам прибыли и центрам инфраструктуры.

Апробация и внедрение результатов. Диссертация выполнена в рамках научно-исследовательских работ Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации в соответствии с комплексной темой «Финансово-экономические основы устойчивого и безопасного развития России в XXI веке».

Основные положения; диссертации докладывались и обсуждались в рамках научных конференций, в т.ч. на 4-м Всероссийском экономическом форуме студентов и молодых ученых «Экономические и социальные преобразования в России: опыт и проблемы» (Санкт-Петербург, 2001г.), на 5-м Всероссийском форуме молодых ученых и студентов «Конкурентоспособность территорий и предприятий — стратегия экономического развития страны» (г. Екатеринбург, 2002г.), на конференции молодых ученых «Проблемы совершенствования банковского дела. в. России»,, проводимой на кафедре «Банковское дело» Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации (октябрь, 2003г.).

Материалы исследования, выводы и предложения, сформулированные в диссертации, используются в практической работе АКБ «Первое О.В.К.» и АКБ «Центрокредит» при решении задач по оценке и управлению доходностью

банковских продуктов: внедрена классификация продуктового ряда по типам, группам и видам банковских продуктов, разработана картотека и каталог банковских продуктов, применяется авторская система показателей оценки доходности банковских продуктов, а также методика расчета и анализа себестоимости банковских продуктов, что подтверждено соответствующими справками.

Материалы диссертационной работы использованы в преподавании учебной дисциплины «Организация деятельности коммерческого банка» в Финансовой: академии при Правительстве Российской Федерации.

Публикации. Основные положения диссертации отражены в семи публикациях общим объемом 4,0 п.л. (весь объем авторский).

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы; из 182 наименований и приложений, содержит 35 таблиц, 22 рисунка, 4 схемы и 10 приложений. Структура диссертации представлена в Таблице 1.

В первой главе содержится анализ сложившихся представлений о банковском' продукте, сформулировано определение банковского продукта и его доходности, исследован продуктовый ряд банка и разработана классификация' банковских продуктов, предложена группа показателей оценки доходности банковских продуктов и выявлены факторы, влияющие на доходность банковских продуктов.

Вторая глава раскрывает методологические основы оценки доходности банковских продуктов, рассматриваются различные модели оценки доходности банковских продуктов. Особое место уделено вопросам формирования себестоимости банковских продуктов.

В третьей главе рассматриваются вопросы, управления- доходностью банковских продуктов на основании использования методов анализа и финансового планирования банковских продуктов.

В заключении сформулированы основные выводы по результатам исследования и рекомендации по проведению оценки доходности банковских продуктов.

## Сущность и классификация банковских продуктов

В современной экономической: литературе сформировались различные подходы к определению банковского продукта.

В работах Хруцкого В.Е.1, Уткина Э.А.2 и Садвакасова К.К.3 под продуктом банка подразумевается «любая банковская- услуга или операция, совершенная банком». Однако, определяя банковский продукт как услугу или операцию, данными авторами не уточняются термины «услуга» и «операция», различия и взаимосвязи между ними.

В известном российском издании. «Банковская система России. Настольная книга банкира» впервые более глубоко рассматривается понятие банковского продукта и приводится его характеристика. Так, «в прикладном значении данного термина под банковским продуктом понимается определенная банковская услуга или банковская операция, оказываемая клиентам банка (внешний продукт) или имеющая внутреннее значение для работы банка (внутренний продукт). Возможны также продукты «смешанные». В этом смысле банковский продукт, в конечном счете, включает в себя:

а) экономическую характеристику (целевое назначение, содержание и роль) банковского продукта;

б) порядок организации, представления и эффективной реализации банковского продукта: цена, срок, правила документооборота, порядок учета и др.;

в) полный набор банковских документов (договора, бланки и т.п.), сопровождающие реализацию банковского продукта».4

Таким1 образом, по мнению авторов книги «Банковская система России. Настольная книга банкира», под банковским продуктом понимаются услуги банка. В свою очередь, услуги коммерческих банков определяются как «проведение банковских операций по поручению клиента в пользу последнего за определенную плату. Именно наличие клиента позволяет говорить об операции банка как об услуге».5 Приведенные выше определения и характеристики продукта и услуги банка, на наш взгляд, являются основой при определении данных понятий.

Дальнейшее развитие понятие «банковский продукт» получило в работах

Иванова А.Н., Валенцевой Н.И. и Масленченкова Ю.С.

По мнению Иванова А.Н., под банковским продуктом понимается «комплекс взаимосвязанных услуг и операций, направленный на удовлетворение потребностей клиентов в отдельных видах банковской деятельности. Банковская услуга -техническая, технологическая, финансовая, интеллектуальная и профессиональная деятельность банка, сопровождающая и оптимизирующая проведение банковских операций. Банковская операция - комплекс взаимосвязанных действий банка и клиента, производимых от имени банка, предусматривающих перемещение денежных средств и направленных на решение конкретной экономической задачи»6:

Проф. Валенцева Н.И. определяет банковский продукт как «результат деятельности кредитной организации; банковский продукт предлагается в качестве товара на различных сегментах банковского рынка, его отличительной чертой является нематериальный и денежный характер. Банковская услуга является разновидностью конкретного нематериального банковского продукта и выражается в действиях банка, направленных на удовлетворение конкретных потребностей клиента денежного характера. Банковская операция — это технические, бухгалтерские, финансовые, аналитические, правовые и другие приемы и способы действий банка, совокупность и определенное сочетание которых выражается в технологии создания банковской услуги»7.

## Принципы построения оценки доходности банковских продуктов

В условиях жесткой конкуренции на рынке банковских продуктов, российские банки в настоящее время вынуждены оперативно реагировать на изменения условий рынка и потребностей его клиентов, постоянно расширяя ассортимент предлагаемых продуктов. При этом для банка важен результат реализации продуктов на рынок, что требует создания эффективной системы оценки доходности банковских продуктов, позволяющей банку комплексно решать следующие задачи:

? рассчитывать позицию общей доходности по видам и группам продуктов банка, выявляя наиболее доходные продукты;

? рассчитывать технологическую, производственную, внутреннюю и полную себестоимость предлагаемых продуктов,

? обоснованно формировать цены на банковские продукты, с учетом полной себестоимости и планируемой маржи прибыли;

? выбирать наиболее эффективные направления предложения продукции.

В большинстве английских и американских банков уже разработаны подобные системы: управленческая информационная система (Management Information System), система управления Business Unit Management. Наиболее успешно функционирующие российские банки также перестроили свои системы финансового менеджмента и переходят от оценки деятельности банка, исключительно с точки зрения законодательных и надзорных требований, к оценке своих бизнес-линий, продуктов и клиентской- базы. Среди: таких, банков; можно отметить такие крупные банки, как Альфа-банк, Банк Москвы, ГУТА-банк, МДМ-банк, Сбербанк России, Пробизнесбанк и другие банки г. Москвы.

Тем не менее, системы, разработанные отдельными российскими банками, далеко не универсальны и имеют ряд существенных недостатков:

? неэффективность или отсутствие системы управленческого учета и формирования оперативной управленческой информации;

? неразработанность четких управленческих стандартов, представляющих собой шаблон управленческих процедур;

? системы не оперативны и не всегда содержат механизм обратной связи;

? неразработанность единой методологической базы, позволяющей получать сопоставимые данные по банкам.

Таким образом, по мнению автора исследования, в современных условиях эффективная система оценки доходности банковских продуктов должна строиться с учетом выполнения ряда следующих требований, позволяющих сделать ее универсальной:

? система формирует информацию обо всех необходимых элементах бизнеса, за которые менеджер несет ответственность: продуктах, услугах, операциях, клиентах;

? система построена по принципу четко выстроенной управленческой системы, стандартные процедуры которой проводят менеджера по логической цепочке, предлагая на каждом этапе дискретный набор решений, освобождая тем самым от необходимости придумывать оригинальный способ решения задачи;

? система доступна всегда, когда она требуется, и предоставлять информацию в удобной для руководителя форме, чтобы дать ему возможность предпринять адекватные действия;

? система обеспечивает менеджера информацией как финансового, так и нефинансового характера, для того чтобы он мог анализировать изменения, способные со временем снизить доходность продуктов. Зарубежный опыт проведения оценки доходности банковских продуктов позволяет выделить ряд факторов, влияющих на ее достоверность и определяющих методологические подходы к ее формированию. К ним обычно относят:

## Методы управления доходностью банковских продуктов

Управление доходностью — важная составная часть банковского менеджмента, цель которого заключается в максимизации доходов при допустимом уровне расходов, рисков и обеспечении ликвидности баланса.

Управление - это процесс, предназначенный для того, чтобы деятельность организации соответствовала ее планам и чтобы она достигла поставленных целей.100

Управление прибылью банка осуществляется через систему элементов (блоков) управления, тесно связанных между собой.

По мнению проф. Валенцевой Н.И., можно выделить следующие основные блоки управления прибылью коммерческого банка101:

Определение подразделений банка, участвующих в процессе управления прибылью,

Планирование доходов, расходов и прибыли банка,

Применение способов оценки уровня прибыльности банковской деятельности,

Определение методов текущего регулирования прибыли (финансового результата).

Управление прибылью коммерческого банка осуществляется на различных уровнях: на уровне банка в целом (высший уровень) и на уровне отдельных направлений деятельности банка, конкретных банковских продуктов (микроуровень).

К управлению банка на микроуровне относится управление рентабельностью конкретных банковских продуктов. Прибыль любого банковского продукта определяется на основе его рыночной цены и себестоимости.

Важным элементом в системе управления прибыльностью продукта является блок методов текущего регулирования финансового результата. К методам регулирования прибыльности отдельных видов банковских продуктов можно отнести:

Совершенствование технологии создания продукта (устранение дублирования операций, их автоматизация, обработка кредитной документации, удешевление ресурсов и т.д.),

Отслеживание динамики себестоимости и процентной маржи в разрезе конкретных продуктов,

Контроль за соответствием себестоимости и цены на рынке данного продукта,

Отслеживание динамики цен на рынке,

Разработка ценовой стратегии.

По мнению проф. Ларионовой И.В., управление доходностью в кредитной организации включает финансовое планирование и бюджетирование, учет и распределение затрат, трансфертное ценообразование - неотъемлемые атрибуты децентрализованной системы управления доходностью, оценка доходности в разрезе подразделений и продуктов102.

«Метод» - греческое слово, означающее прием или способ действия, применительно к управлению - прием в какой-либо области человеческой деятельности, способ достижения цели, путь решения проблемы. Иными словами, под методом следует понимать способ целенаправленного воздействия на работников, обеспечивающего достижение поставленных перед ним целей (задач) в необходимые сроки и наиболее эффективным образом.