

Л. І. Катан,  
д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
С. О. Сотніков,  
студент, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

DOI: 10.32702/2306-6814.2018.22.5

## ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ

L. Katan,  
Doctor of Economic Sciences, professor, Head of the Department of Finance,  
Banking and Insurance, Dnipro State Agrarian and Economic University  
S. Sotnikov,  
student, Dnipro State Agrarian and Economic University

### BASIC APPROACHES TO CLASSIFICATION OF BANKING PRODUCTS

**У статті досліджено сутність поняття "банківський продукт", розглянуто погляди вітчизняних та зарубіжних вчених. На основі узагальнення підходів до трактування банківський продукт запропоновано авторське визначення цього поняття як самостійної економічної категорії, який визначається як товар, що випускається банком у результаті основної діяльності банку із задоволення вимог клієнта при проведенні банківських операцій або із залучення тимчасово вільних ресурсів, спрямована на одержання прибутку. Також розглядаються основні підходи до визначення критеріїв класифікації банківських продуктів у діяльності комерційних банків, запропоновані іноземними та вітчизняними науковцями. Виокремлено основні критерії класифікації банківських продуктів, притаманних банківським установам, наведено їх характеристики та ознаки. Досліджено фази життєвих циклів банківського продукту.**

**In the article the essence of the concept of "banking product" is investigated, the views of domestic and foreign scientists are considered. On the basis of generalization of approaches to the interpretation of the banking product, the author's definition of the concept is proposed as an independent economic category, which is defined as the goods produced by the bank as a result of the bank's main activity in satisfying the client's requirements in conducting banking operations or in attracting temporarily free resources aimed at obtaining profit. Also, the main approaches to determining the criteria for classifying banking products in the activities of commercial banks, proposed by foreign and domestic scientists. The main criteria of classification of banking products, inherent in banking institutions, are outlined, their characteristics and features are given. The phases of the life cycles of the banking product are investigated. Important for the classification of the banking product is the lack of a unified view in the scientific theory of the definition of this concept, thus it is necessary to proceed from the position that the banking product is the result of the banking institution, and its component are various operations carried out by commercial banks: credit, deposit, settlement, cash, investment, trust, currency, consulting, etc.**

**The classification of a banking product based on three levels is considered.**

**The first level is the main banking products that are actually bought by the customer. They, as a rule, form the basic assortment of the bank: lending, attraction of deposits, cash and settlement customer service, etc.**

***The second level is the banking products in real execution, that is, the current range of the bank. Such an assortment is constantly evolving without changing the basic directions of the bank's operation. The implementation of the current range is aimed at transforming the casual client into a permanent, stimulating it to use as many bank products as possible.***

***The third level — expanded banking products, aimed at forming a friendly relationship with the client, providing him with comprehensive assistance.***

*Ключові слова: банківський продукт, банки, класифікація, клієнт, ознака, характер, критерії, кредит, депозит.*

*Key words: bank product, banks, classification, customer, sign, character, criteria, loan, deposit.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток сучасного фінансового сектору привносить у діяльність банків нові аспекти та проблеми стабільного функціонування, розв'язання яких багато в чому залежить від рівня системи управління банківськими продуктами, які є невід'ємною складовою функціонування будь-якого банку. Сучасний ринок банківських продуктів є однією із важливих і невід'ємних складових нинішньої економіки країни. Підвищується науковий інтерес до різних аспектів діяльності комерційних банків, методів управління та регулювання для забезпечення стабільності фінансових систем.

Реалізація банками своїх функцій передбачає наявність в їхньому розпорядженні банківських продуктів, які необхідні для здійснення відповідних банківських операцій. У ринкових умовах господарювання саме обсяг і якість банківських продуктів, якими володіють банки, визначають головні сфери й напрями їхньої діяльності, склад клієнтури та рівень одержуваних доходів. З огляду на це питання формування ресурсної бази банку, оптимізації її структури і забезпечення стабільності набувають особливо важливого значення для ефективної організації роботи банківських установ.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблемою визначення поняття "банківський продукт" займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені: І. Балабанов, О. Дзюблюка, Е. Жуков, О. Лаврушин, Г. Морозова, З. Сороківська. Визначенню основних підходів до класифікації банківських продуктів присвячено наукові праці вітчизняних та закордонних учених, зокрема: А. Богун, О. Захарченко, О. Мазур, Ю. Масленчиков, С. Оніщенко, Т. Савелко, Є. Уткін.

## МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Мета статті полягає у визначенні, узагальненні сучасних класифікацій банківських продуктів з метою відображення адекватної сутності досліджуваного поняття у сучасних процесах функціонування ринку банківських послуг.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Функціонування банківських установ, як і інших суб'єктів господарювання, в ринкових умовах має ви-

робничий характер. І хоча результати цієї діяльності не набувають безпосередньо матеріального втілення у традиційному розумінні (як продукція промисловості), вони мають свою вартість, зумовлену суспільними витратами. Результати банківської діяльності мають чітко виражений продуктовий характер. Банківський продукт, слід трактувати не як синонім банківської послуги, а як узагальнюючий результат діяльності банків, що охоплює сукупність наданих клієнтам різних видів послуг.

Проводячи аналогію з матеріальним виробництвом, у банківській сфері продукти можна поділити на ті, що включають перенесену і додану вартість (банківські операції), і ті, що містять виключно додану вартість (послуги). Формою речового виду банківського продукту можна вважати грошові кошти, мобілізовані та розміщені банком у активи, витрачання яких розділено у часі, аналогічно із сферою матеріального виробництва.

У цьому аспекті доцільно підтримати позицію О.В. Дзюблюка. Так, у своїй монографії він зазначає, що банківський продукт має двояке вираження — з одного боку, це надання різного роду послуг шляхом проведення активних, пасивних та комісійно) посередницьких операцій, а з іншого — це створення безготівкових платіжних засобів, що є результатом тих самих операцій [3].

У вітчизняній економічній літературі, як і в практиці, термін "банківський продукт" з'явився з переходом до ринкової економіки. У США, як правило, прийнято говорити саме про продукцію банку, маючи на увазі під цим послугу або операцію, здійснену банком, його дія, підприємницьку акцію, спрямовану на поліпшення умов бізнесу. Банки в останнє десятиліття основний акцент у своїй діяльності роблять на купівлю-продаж створюваних ними широко звертаються фінансових зобов'язань, а не на надання певних дій в інтересах клієнта (що, власне, і носить назву "послуги").

Для вивчення сутності банківського продукту в ході дослідження необхідно дати аналіз різних підходів щодо трактування цього поняття. Так, Масленченков Ю.С. вважає, що "банківський продукт — це спосіб надання послуг клієнту банку; регламент взаємодії службовців банку з клієнтом при наданні послуги, тобто комплекс взаємопов'язаних організаційних, інформаційних, фінансових та юридичних заходів, об'єднаних єдиною технологією обслуговування клієнта" [9].

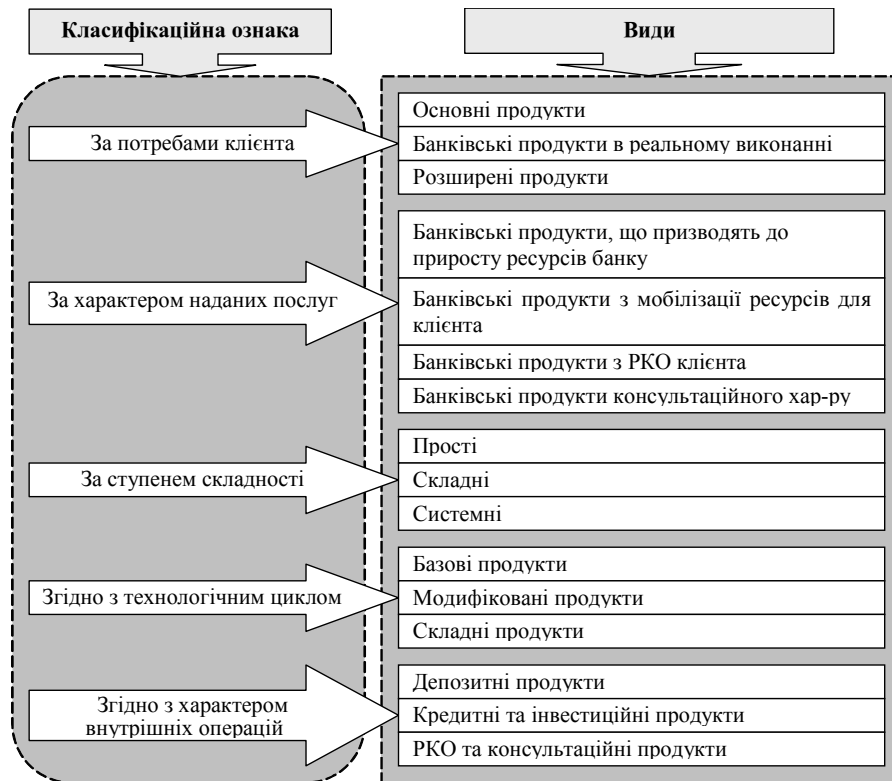


Рис. 1. Класифікація банківських продуктів

Джерело: згруповано авторами на основі [8; 9; 13].

На думку ряду вітчизняних і зарубіжних вчених, банківський продукт — це окрема банківська послуга або набір банківських послуг, пропонований клієнтам на типових умовах. Приклади: програмний кредит, цільової внесок, депозитний сертифікат, пластикові картки [6].

Лаврушин О.І. вважає, що банківським продуктом є створення платіжних засобів та надання послуг. При цьому створення платіжних засобів проявляє себе на рівні економіки в цілому (на макрорівні), тобто Національний банк здійснює випуск грошей, необхідних для обігу, для придбання та споживання матеріальних благ і продовження процесу відтворення [7].

Уткін Е.А., Морозова Н.І. і Морозова Г.І. пропонують таке визначення банківського продукту — "різноманітні дії на фінансовому ринку, грошові операції, здійснювані комерційними банками за певну плату за дорученням і в інтересах своїх клієнтів, а також дії, що мають на меті вдосконалення та підвищення ефективності банківського підприємництва (наприклад, вдосконалення організаційної структури)" [14].

Балабанов І.Т. під банківським продуктом розуміє матеріально оформлену частину банківської послуги (карта, ощадна книжка, дорожній чек, електронний гаманець і т.п.). Банківський продукт має відчутну форму, призначену для продажу на фінансовому ринку [1].

Такої точки зору дотримується і Жуков Е.Ф., який вважає, що "банківський продукт — це банківський документ (або свідоцтво), який випускається банком для обслуговування клієнта і проведення банківських операцій. Банківськими продуктами є векселі, чеки, банківські відсотки, депозити, сертифікати тощо" [4].

Таким чином, банківський продукт можна визначити як товар, який випускається банком в результаті основної діяльності банку із задоволення вимог клієнта при проведенні банківських операцій або із залучення тимчасово вільних ресурсів, спрямована на одержання прибутку.

Сороківська З.К. у навчальному посібнику розглядає три фази життєвих циклів банківського продукту: перша фаза — впровадження в оборот, яка характеризується швидким зростанням обсягу продаж; друга фаза — піднесення, коли число продаж стабілізується і далі розвивається конкурентна боротьба між банками за кінцевого споживача, за вдосконалення продукту; третя фаза — спад. Такий період може розтягнутися на десятки років, з огляду на те, що клієнти і самі банки є прихильниками звичних форм співробітництва [13].

Категорія "банківський продукт" у нормативному законодавстві України не досліджується, а розглядається категорія "банківська операція", так у ст. 47 Закону України "Про банки та банківську діяльність" на підставі банківської ліцензії банки мають право здійснювати такі банківські операції:

- 1) приймання вкладів (депозитів) від юридичних і фізичних осіб;
- 2) відкриття та ведення поточних рахунків клієнтів і банків кореспондентів, у тому числі переказ грошових коштів із цих рахунків за допомогою платіжних інструментів та зарахування коштів на них;
- 3) розміщення залучених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик [5].

Важливим для здійснення класифікації банківського продукту є відсутність у науковій теорії єдиного погляду щодо визначення цього поняття, таким чином не-

**Таблиця 1. Класифікація банківських продуктів згідно з критерієм складності**

Тріади	Банківські продукти	Банківські операції	Банківські послуги
Елементарні	Прості	Типові	Масові
Комбіновані	Складні	Комплексні	Групові
Інтегровані	Системні	Об'єднані у процес	Індивідуальні

обхідно виходити з позиції, що банківський продукт є результатом діяльності банківської установи, а його складову становлять різноманітні операції, що здійснюються комерційними банками: кредитні, депозитні, розрахункові, касові, інвестиційні, трастові, валютні, консультативні.

Серед українських та зарубіжних вчених немає єдиного підходу щодо класифікації банківських продуктів. Т. Савелко наводить класифікацію продуктів банку згідно зі спрямованістю на задоволення потреб клієнта. Так, банківські продукти за цією класифікацією поділяються на три рівні.

Перший рівень — це основні банківські продукти, які в дійсності купує клієнт. Вони, як правило, утворюють базовий асортимент банку: кредитування, залучення депозитів, розрахунково-касове обслуговування клієнтів та ін.

Другий рівень — банківські продукти в реальному виконанні, тобто поточний асортимент банку. Такий асортимент постійно розвивається, не змінюючи базових напрямів функціонування банку. Реалізація поточного асортименту спрямована на перетворення випадкового клієнта на постійного, стимулювання його до користування якнайбільшою кількістю продуктів банку.

Третій рівень — розширені банківські продукти, спрямовані на формування дружніх відносин з клієнтом, надання йому різнобічної допомоги [12].

Однак така класифікація є досить вузькою, оскільки не показує широту асортименту продуктів банківської установи та взаємозалежність між банківськими продуктами та по слугами. На сьогоднішній день у практиці вітчизняних комерційних банків класифікація банківських продуктів здійснюється за класифікаційними ознаками які наведені на рисунку 1.

Кожній класифікаційній ознаці відповідає певний вид банківського продукту, але до кожного виду відносяться певні складові. Отже, перейдемо до розкриття кожного виду банківських продуктів.

Класифікація банківських продуктів згідно характеру наданих послуг:

1. Банківські продукти, що призводять приросту ресурсів банку:

— ощадний внесок, терміновий внесок (депозит), внесок до запитання (онкольний депозит), внесок у дорогоцінних металах;

— індивідуальне довірче управління, сертифікат пайової участі;

— брокерське обслуговування, інтернет-брокер, посередництво в купівлі-продажу дорогоцінних металів, готівкової і безготівкової іноземної валюти.

2. Банківські продукти з мобілізації ресурсів для клієнта:

— кредит, кредитна лінія, овердрафт, іпотечний кредит, споживчий кредит, МБК;

— оперативний лізинг, фінансовий лізинг тощо;  
— факторинг із правом регресу, факторинг без права регресу (форфейтинг) тощо;

— андеррайтинг;

— репо, купівля-продаж цінних паперів;

— банківська гарантія, поручительство, аваль.

3. Банківські продукти з РКО клієнта:

— розрахунковий рахунок, "зарплатні" проекти, банківські карти, акредитив, інкасо;

— векселі, застави, розрахункові і дорожні чеки;

— Western Union, Money Gram тощо;

4. Банківські продукти щодо зберігання та обчислення цінностей клієнта:

— індивідуальний банківський сейф (осередок);

— ведення рахунку депо;

— ведення реєстру власників цінних паперів.

5. Банківські продукти консультативного характеру:

— консалтинг, інформаційне забезпечення, правовий супровід торговельного контракту;

— оцінка нерухомості, оцінка застави.

Ю. Масленчиков запропонував поняття "банківська тріада" як поєднання трьох вже відомих понять: продукту, операції, послуги (за ступенем складності) (табл. 1) [9].

Класифікацію банківських продуктів згідно критерію технологічного циклу розробки та впровадження продуктів банку представляють О.А. Мазур та А.М. Богун:

1) базові банківські продукти — затверджені стандартні банківські продукти з можливістю подальшої модифікації;

2) модифіковані банківські продукти — базові банківські продукти із вже існуючими модифікаціями, які є його невід'ємною складовою;

3) складні банківські продукти — сукупність затверджених базових і/або модифікованих банківських продуктів (наприклад, реалізація та обслуговування міжнародних кредитних пластикових карток під заставу виробів з дорогоцінних металів) [8].

Цікава думка С. Оніщенко який пропонує класифікацію банківських продуктів згідно критерію новизни. Під новим банківським продуктом він розуміє продукт банку, який вперше пропонується на ринку або є новим для банку при наданні своїм клієнтам. Новим продуктом вважається також модифікація вже існуючого продукту, яка стосується порядку (технології) надання, може призводити до можливості продажу новим типам клієнтів, або будь-яке нововведення, яке споживач вважає значущим для себе [11].

## ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Складна природа банківських продуктів не дала можливості донині розкрити їх економічну природу,

надати їх науково достовірну класифікацію, зокрема розмежувати поняття банківської операції та банківської послуги, які здебільшого ототожнюються. У законодавстві України економічна категорія "банківський продукт" не досліджується, в той час як розглядається поняття "банківська операція". Банківський продукт можна визначити як товар який випускається банком в результаті основної діяльності банку із задоволення вимог клієнта при проведенні банківських операцій або із залученням тимчасово вільних ресурсів, спрямована на одержання прибутку.

Отже, дослідження показали, що серед науковців немає єдиного підходу щодо класифікації банківських продуктів. На сьогоднішній день у науковій практиці класифікація банківських продуктів здійснюється за такими основними ознаками: за характером наданих послуг; за ступенем складності; згідно з технологічним циклом; згідно характеру внутрішніх операцій; за потребами клієнта.

#### Література:

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: учеб. пособие / И.Т. Балабанов. — М.: Финансы и статистика. — 2013. — 480 с.
2. Болдова А.А. Ринок фінансових послуг України: глобалізаційний аспект / А.А. Болдова, В.Ю. Мойко / Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. — 2012 — № 1. — С. 72—78.
3. Дзюблюк О.В. До питання про суть комерційного банку і специфіку банківського продукту / О.В. Дзюблюк // Вісник Національного банку України. — 2009. — № 6. — С. 82—90.
4. Жуков Е.Ф. Деньги. Кредит. Банки. Учебник для вузов / Е.Ф. Жуков, Н.М. Зеленкова, Л.Т. Литвиненко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 703 с.
5. Закон України "Про банки і банківську діяльність" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
6. Захарченко О.М. Дистанційне банківське обслуговування на основі системи "клієнт-банк": переваги та недоліки / О.М. Захарченко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. — Суми, 2013. — Т. 30. — С. 121—127.
7. Лаврушина О.І. Банківський менеджмент: підручник. — 2-е вид., перераб. і доп. / О.І. Лаврушина. — М.: КНОРУС, 2011. — 560 с.
8. Мазур О.А. Організаційно-методичні рекомендації щодо формування та визначення собівартості банківського продукту / О.А. Мазур, А.М. Богун // Аудитор України. — 2005. — № 16 (78). — С. 16—19.
9. Масленніков Є.І. Дослідження розвитку ринку фінансових послуг України / Є.І. Масленніков, А.А. Чкан // Економіка: реалії часу. — 2014. — № 2. — С. 105—111.
10. Масленчикова Ю.С. Технология и организация работы банка: теория и практика / Ю.С. Масленчикова — М., 1998. — 432 с.
11. Оніщенко С. Особливості розробки нових банківських продуктів / С. Оніщенко // Банківська справа. — 2000. — № 3 (33). — С. 24—27.
12. Савелко Т. Теоретичні аспекти ринку банківських послуг України / Т. Савелко // Економіка України. — 2007. — № 8 (549). — С. 27—32.
13. Сороківська З.К. Банківський роздрібний бізнес: навч. посіб. / З.К. Сороківська. — Тернопіль, Астон, 2013. — 245 с.
14. Уткин Э.А. Инновационный менеджмент / Э.А. Уткин, Н.И. Морозова, Г.И. Морозова. — М.: АКАЛИС, 1996. — 208 с.

#### References:

1. Balabanov, I.T. (2013), *Osnovy finansovogo menedzhmenta [Fundamentals of financial management]*, Finansy i statistika, Maskva, Rossiya.
2. Boldova, A.A. and Mojko, V.Yu (2012), "The financial services market in Ukraine: the globalization aspect", *Zbirnyk naukovykh prats' Natsional'noho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy*, vol. 1, pp. 72—78.
3. Dziubliuk, O.V. (2009) "To the question about the essence of the commercial bank and the specifics of the banking product", *Visnyk Natsional'noho banku Ukrainy*, vol. 6, pp. 82—90.
4. Zhukov, E.F. Zelenkova, N.M. and Litvinenko, L.T. (2015), *Den'gi. Kredit. Banki. Uchebnik dlja vuzov [Money. Credit. Banks. Textbook for universities]*, JuNITI-DANA, Maskva, Rossiya.
5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2001), *The Law of Ukraine "About banks and banking"*, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2121-14> (Accessed 29 October 2018).
6. Zakharchenko, O.M. (2013), "Remote banking services based on the client-bank system: advantages and disadvantages", *Problemy i perspektyvy rozvytku bankiv's'koi systemy Ukrainy: zb. nauk. prats'*, vol. 30, pp. 121—127.
7. Lavrushyna, O.I. (2011), *Bankiv's'kyj menedzhment [Banking Management]*, 2nd ed, KNORUS, Maskva, Rossiya.
8. Mazur, O.A. and Bohun, A.M. (2005), "Organizational and methodical recommendations for the formation and determination of the cost price of a banking product", *Audytor Ukrainy*, vol. 16 (78), pp. 16—19.
9. Maslennikov, Ye.I. and Chkan, A.A. (2014), "Research on the development of the financial services market in Ukraine", *Ekonomika:realii chasu*, vol. 2, pp. 105—111.
10. Maslenchikov, Ju.S. (1998), *Tehnologija i organizacija raboty banka: teorija i praktika [Technology and organization of the bank: theory and practice]*, Maskva, Rossiya.
11. Onischenko, S. (2000), "Features of developing new banking products", *Bankiv's'ka sprava*, vol. 3 (33), pp. 24—27.
12. Savelko, T. (2007), "Theoretical aspects of the banking services market in Ukraine", *Ekonomika Ukrainy*, vol. 8 (549), pp. 27—32.
13. Sorokiv's'ka, Z.K. (2013), *Bankiv's'kyj rozdrubnyj biznes [Banking Retail Business]*, 3rd ed, Aston, Ternopil', Ukraine.
14. Utkin, Je. A. Morozova, N. I. and Morozova, G. I. (1996), *Innovacionnyj menedzhment [Innovative Management]*, AKALIS, Maskva, Rossiya.

Стаття надійшла до редакції 01.11.2018 р.