

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УДК 336.717(476)

ЛЕОНОВИЧ  
ТАТЬЯНА ИВАНОВНА

**РЫНОК РОЗНИЧНЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ  
И УСЛУГ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ  
РАЗВИТИЯ И РОЛЬ В ПОВЫШЕНИИ ПРИБЫЛЬНОСТИ  
БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Автореферат диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук  
по специальности 08.00.10 — финансы, денежное обращение и кредит

Минск, 2008

Работа выполнена в УО «Белорусский государственный экономический университет»

Научный руководитель	Ткачук Сергей Семенович, кандидат экономических наук, профессор, профессор кафедры, УО «Белорусский государственный экономический университет», кафедра денежного обращения, кредита и фондового рынка
Официальные оппоненты:	Богданкевич Станислав Антонович, доктор экономических наук, профессор Каллаур Павел Владимирович, кандидат экономических наук, Первый заместитель Председателя Правления Национального банка Республики Беларусь
Опонирующая организация	ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь»

Защита состоится 21 января 2009 г. в 12.00 на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.01 при УО «Белорусский государственный экономический университет» по адресу: 220070, Минск, просп. Партизанский, 26, ауд. 407 (1-й учеб. корп.), тел. 209-79-56.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке УО «Белорусский государственный экономический университет».

Автореферат разослан 18 декабря 2008 года.

Ученый секретарь  
совета по защите диссертаций



Киреева Е. Ф.

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие банковской системы Республики Беларусь на современном этапе сопряжено со стремлением каждой кредитно-финансовой организации универсализировать деятельность путем предоставления клиентам максимально возможного спектра банковских продуктов и услуг. Банки нацелены не только на расширение ассортимента, адаптированного к постоянно изменяющимся условиям финансового рынка, но и на завоевание или стабилизацию конкурентного положения с одновременным увеличением финансового результата деятельности. Следовательно, наращивать прибыль и обеспечивать свою конкурентоспособность банки могут при условии осуществления мероприятий по наполнению рынка банковских продуктов и услуг (на основе уже сложившегося уровня), учитывающих изменения в предпочтениях потребителей.

В рамках формирования предложения рынка отдельные вопросы сущности и качества банковских продуктов и услуг были освещены в публикациях многих белорусских и зарубежных ученых (Н.В. Бонцевича, Г.И. Кравцовой, Г.С. Кузьменко, Б. Бухвальда, Ч.Дж. Вульфела, А.Ю. Викулина, Е.Ф. Жукова, Ю.Б. Зеленского, А.Н. Иванова, С.В. Ким, Л.К. Климович, Г.Г. Коробовой, С. де Куссерг, О.И. Лаврушина, Ю.С. Масленченкова, Э.В. Новаторова, В.А. Перехожева, П. Роуза, А.М. Тавасиева, Ф. Янсена и др.).

Отечественными и зарубежными авторами определены следующие способы наращивания объемов реализации банковских продуктов и услуг: маркетинговые исследования (С.А. Коптик, О.А. Морозевич, В.С. Викулов, С.П. Войтович, Б. Кадержабкова, Дж. К. Канджи, Б. Карлофф, М. Коленсо, Дж. Коллинз, А. Пако, О.В. Смородинов, С.И. Шкаровский и др.), развитие банковских информационных технологий (В.С. Водянов, Б. Гейтс, Н.П. Гнатюк, Д. Дэйвис, А.В. Дятлов, Н.П. Ермошин, Н.Ф. Комарова, И.К. Комиссаров, В.П. Новик, В.С. Рогов, П. Фаве, О.Н. Федорченко и др.), совершенствование каналов обслуживания клиентов (Ю.А. Гусев, А.П. Донских, А.В. Дьяченко, Н.В. Ермолаева, Т.И. Зыкова, А.С. Мальцева, Л. Нери, Б.В. Прокопов, Е. Ро, И.П. Хоминич, Д.В. Хрусталева, Е.С. Чернышева, Д. Фабри и др.). В работах А.С. Дудкина, З.П. Луферчик, Н.Ю. Трифонова, В.А. Хинича и др. освещены возможные методы анализа и оценки себестоимости банковских продуктов и услуг.

Изучение разработанности проблем наращивания прибыльности банков показало, что многие их аспекты, особенно применительно к условиям развития банковского сектора Республики Беларусь, исследованы недостаточно. В частности, это относится к критериям оценки наполненности рынка, методическому обеспечению как ценообразования на банковские продукты и услуги, так и проведения анализа факторов формирования и наращивания прибыли кредитно-финансовых организаций в перспективе.

Вышеизложенное обуславливает необходимость комплексного исследования банковской системы в целях определения инновационных направлений развития рынка банковских продуктов и услуг, способствующих повышению прибыльности и конкурентоспособности банков.

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Связь работы с крупными научными программами (проектами) и темами.** Основные положения диссертации нашли отражение в научно-исследовательских работах по темам:

- «Проблемы развития денежно-кредитной системы Республики Беларусь» (выполняется кафедрой денежного обращения, кредита и фондового рынка УО «Белорусский государственный экономический университет»); этап 2007 г. — «Пути увеличения кредитно-инвестиционного потенциала банковской системы Республики Беларусь»; этап 2008 г. — «Проблемы развития рынка розничных банковских услуг в Республике Беларусь»;

- «Разработка методологических принципов воздействия денежно-кредитного регулирования на макро- и микроуровне на банковскую систему как фактор становления в Республике Беларусь инновационной социально-ориентированной экономики» (ГР № 20062089) — ГКПНИ «Экономика и общество»;

- «Теоретико-методологические основы регулирования банковской системы в обеспечении экономической безопасности страны» (ГР № 20063217) — ГКПНИ «Национальная безопасность»;

- «Теоретико-методологические основы государственного регулирования банковской системы в обеспечении устойчивого инновационного развития Республики Беларусь» (ГР № 20071553) — по результатам конкурса для молодых ученых Белорусского фонда фундаментальных исследований.

**Цель и задачи исследования.** Цель исследования — развитие теоретических основ функционирования рынка розничных банковских продуктов и услуг, усовершенствование методического обеспечения оценки прибыли и ценообразования на банковские продукты и услуги и разработка практических рекомендаций, реализация которых будет способствовать повышению прибыльности банков Республики Беларусь.

Для достижения указанной цели были поставлены и решены следующие задачи:

- развить теоретические основы функционирования рынка банковских продуктов и услуг для определения условий выстраивания банками стратегии деятельности по наращиванию прибыли;

- систематизировать критерии, определяющие наполненность рынка банковских продуктов и услуг, оценка которых позволяет выявлять перспективные направления деятельности банков в условиях всевозрастающих потребностей клиентов и меняющихся технологий, для чего необходимо:

- оценить уровень конкуренции, присущий приоритетным рынкам (краткосрочных и долгосрочных кредитов и депозитов населения) банковской деятельности Республики Беларусь;

- определить качественные характеристики банковских продуктов и услуг на основе критериев, ранжируемых физическими лицами Республики Беларусь в обозначенной последовательности и выделяемых самими банками;

- модифицировать методiku оценки прибыли банками Республики Беларусь на основе экономико-математических методов анализа финансового результата в целях выявления и прогнозирования значимых факторов наращивания прибыльности;

- усовершенствовать методiku расчета себестоимости продуктов и услуг банков и установления тарифов (цен) на них на основе адаптации к белорусским условиям развития рынка банковских продуктов и услуг в целях повышения обоснованности и точности определения величины вознаграждений на платные розничные услуги;

- разработать рекомендации по наполнению рынка востребованными и многосложными банковскими продуктами и услугами для розничных потребителей и на их базе построить структурную модель с учетом необходимости облегчения процедуры определения и реализации инновационных направлений деятельности, вносимых в стратегию наращивания прибыльности банков.

Объектом исследования является банковская система Республики Беларусь как совокупность коммерческих организаций, финансовый результат деятельности которых формируется под воздействием множества факторов (подфакторов). Предметом исследования выступает рынок банковских продуктов и услуг, от уровня наполненности которого зависит размер получаемой банками прибыли. Выбор объекта и предмета исследования обусловлен необходимостью поиска новых прибыльных направлений деятельности белорусских банков в рамках нарастания интенсивности конкуренции в результате интеграционных процессов в банковском секторе экономики Республики Беларусь.

### **Положения, выносимые на защиту.**

1. Развитие теоретических основ функционирования рынка банковских продуктов и услуг, включающее, в частности:

- уточнение экономической сущности понятий «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт», заключающееся в том, что с учетом пространственных и временных изменений потребностей и интересов розничных клиентов сформулированы определения, содержание которых отражает

иерархическую зависимость данных терминов и в рамках современной теории фирмы показывает необходимость продвижения банками на рынок именно банковского продукта как совокупности взаимосвязанных банковских операций и услуг, позволяющих комплексно обслуживать клиентов, стремящихся получить полезный эффект или вещь;

- авторское определение понятия «наполненность рынка банковских продуктов и услуг» как степени целостности организации и полноты функционирования сферы экономических отношений, складывающихся между финансовыми посредниками (банками) и потребителями по поводу удовлетворения единичной или разносторонних потребностей клиентов с учетом интересов банков и государства, уровень которой представляется возможным охарактеризовать на основе системы определенных критериев оценки.

Предложенный автором понятийный аппарат в большей степени отвечает условиям развития национальной банковской системы, чем существующий, и необходим для выявления приоритетных направлений деятельности при выстраивании банками стратегии по наращиванию прибыли.

2. Критерии наполненности рынка банковских продуктов и услуг (доступность, объем и качество кредитной задолженности, информатизация банковской системы, спектр предлагаемых банками и уровень сложности запрашиваемых клиентами продуктов и услуг, ценовая (тарифная) политика и уровень ее гибкости, конкурентная среда и интенсивность конкуренции), приведенные в систему, опираясь на авторское определение понятия «наполненность рынка банковских продуктов и услуг». Целостный характер критериев обеспечивается детальным описанием взаимосвязанных показателей степени развития современного рынка банковских продуктов и услуг Республики Беларусь (количественный состав белорусских банков, их структурных подразделений и технического инструментария по обслуживанию клиентов; структура и динамика активов и пассивов банков; динамика и темпы прироста депозитов и кредитов по видам, срокам, размеру процентных ставок и видам валют; структура и динамика проблемной задолженности секторов экономики; динамика количества пластиковых карточек и инфраструктуры по их обслуживанию; удельный вес каждого банка на рынках краткосрочных и долгосрочных кредитов и депозитов населения) с учетом интересов и предпочтений розничных потребителей. Практическая ценность систематизированных критериев состоит в возможности осуществления оценки уровня целостности функционирования рынка на базе расчета количественных показателей конкурентной среды (индекс рыночной концентрации Херфиндала-Хиршмана и коэффициент вариации) и определения качественных характеристик продуктов и услуг (с позиций физических лиц и банковских экспертов), что позволяет выявить перспективные направления дея-

тельности банков в условиях всевозрастающих потребностей клиентов и меняющихся технологий.

3. Методика оценки и прогнозирования факторов наращивания прибыли, новизна которой состоит в модифицированном структурировании этапов анализа финансового результата банка, при котором помимо проведения оценки структуры и динамики источников прибыли, собственного капитала и активов банков, коэффициентного анализа эффективности работы на основе декомпозиционного подхода, или модели Дюпона, осуществляется факторный анализ прибыли путем построения эконометрической модели зависимости эндогенных (внутренних) переменных. Предложенная методика, в отличие от традиционно используемых банками и описанных в экономической литературе, позволяет с большей степенью глубины проанализировать прибыль банков и провести прогнозный расчет влияния значимых факторов формирования финансового результата, зависящих от наполнения рынка банковских продуктов и услуг.

4. Усовершенствованная методика определения себестоимости и установления тарифов (цен), включающая алгоритм расчета косвенных расходов, а также себестоимости в зависимости от удельного веса оказываемых банками платных услуг. Предложенный алгоритм основан на новом подходе к отнесению косвенных расходов на себестоимость услуги или продукта пропорционально размеру фонда заработной платы сотрудников банков, деятельность которых приносит доход в виде комиссии (комиссионные доходы) или процента (процентные доходы). Экономическая ценность предлагаемой методики заключается в возможности, в отличие от существующих, более обоснованно и точно рассчитать величину вознаграждений, получаемых банками за финансовое посредничество, а также установить для розничных потребителей приемлемый размер тарифа (цены) на платные услуги и продукты.

5. Рекомендации по реализации инновационных мероприятий по наполнению рынка розничных банковских продуктов и услуг, учитывающие результаты оценки критериев наполненности рынка банковских продуктов и услуг, эконометрического моделирования, позволившего выявить перспективные направления деятельности, и данные кривой «жизненного цикла клиента банка». Практическая реализация предложенных рекомендаций позволит наполнить рынок продуктами и услугами, максимально удовлетворяющими всевозрастающие потребности розничных клиентов, увеличить прибыль банков, а также улучшить конкурентную среду на рынке розничных банковских продуктов и услуг за счет:

- совершенствования кредитно-финансовыми организациями ценовой, коммуникационной политики и политики распределения (обслуживание клиентов по таким каналам, как мини-офисы с функцией «cash-in»), колл-центры интерактивного речевого взаимодействия, Интернет, внеофисное обслуживание

через розничных агентов или промоутеров, что дает возможность расширить круг клиентов, способствует сдерживанию расходов и позволяет проводить политику «множественных» тарифов (цен) на банковские продукты и услуги);

- развития товарной политики банков (осуществление кредитования клиентов маргинальных категорий на основе договоров страхования; расширение объемов привлечения частного инвестиционного капитала за счет продуктов и услуг интернет-трейдинга; обслуживание розничных клиентов с помощью многофункциональных пластиковых карточек, совместимых с различными приложениями, информационные потоки по которым накапливаются в централизованной общереспубликанской базе и банки могут использовать их для определения кредитоспособности розничных потребителей, а также проводить качественный скоринг);

- разработки стратегии наращивания прибыльности банков, представление которой в виде структурной модели направлено на возможность облегчить кредитно-финансовым организациям работу при определении и реализации инновационных направлений деятельности.

**Личный вклад соискателя.** Диссертация является законченным научным трудом, выполненным автором на основе изучения современной экономической литературы, оценки отечественных и зарубежных статистических материалов и опыта в области развития розничных банковских продуктов и услуг, тарифной (ценовой) политики, управления банками. Все основные положения, содержащиеся в диссертации и выносимые на защиту, имеют определенную научную новизну, практическую, социальную и экономическую значимость и разработаны соискателем лично.

**Апробация результатов диссертации.** Основные результаты диссертационного исследования апробированы на следующих республиканских и международных научно-практических и научно-методических конференциях: «Актуальные проблемы современной экономики» (Минск, 2003, 2006), «Развитие банковского сектора экономики и совершенствование подготовки банковских специалистов» (Пинск, 2004), «Проблемы модернизации экономик Беларуси и России» (Минск, 2005), «Государственное регулирование экономики и повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования» (Минск, 2005), «Теория и практика менеджмента и маркетинга» (Минск, 2005, 2006, 2007), «Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития в регионе ЦЕИ» (Минск, 2005), «Беларусь на пути вступления в ВТО: социально-экономические проблемы и последствия» (Минск, 2005), «Коммуникативные технологии в системе современных экономических отношений» (Минск, 2006), «Белорусская модель социально-экономического устойчивого инновационного развития: формирование и пути реализации» (Минск, 2006), «Европейская наука XXI столетия: стратегия и перспек-



тивы развития» (Днепропетровск, 2006), «Социально-экономическая роль денег в обществе» (Санкт-Петербург, 2006), «Проблемы развития транзитивной экономики: инновационность, устойчивость, глобализация» (Минск, 2007), «Актуальные проблемы развития финансово-кредитного механизма в инновационной экономике» (Минск, 2007), «Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость» (Минск, 2008).

Работа соискателя на тему «Перспективные направления развития банковского бизнеса», которая фрагментарно отражает результаты диссертационного исследования, заняла 5-е место на конкурсе работ молодых ученых по актуальным проблемам современной экономики, проводимом в соответствии с проектом ПРООН 00011745 «Развитие диалога по важнейшим направлениям социально-экономической политики в рамках «Белорусского экономического журнала».

**Опубликованность результатов диссертации.** По теме диссертационного исследования опубликовано 26 научных работ (из них 1 — в соавторстве) общим объемом 5,93 авторского листа, в том числе 7 статей в научных рецензируемых журналах, 1 — в сборнике научных трудов, 1 — в практическом журнале, 16 — в материалах конференций, 1 — в тезисах докладов конференций; из них 7 публикаций, соответствующих п. 18 Положения о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий в Республике Беларусь, общим объемом 4,33 авторского листа.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 219 наименований, и приложений. Работа изложена на 186 страницах. Объем, занимаемый 19 рисунками, 18 таблицами, 42 приложениями, составляет 64 страницы.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В первой главе «Теоретические основы функционирования рынка розничных банковских продуктов и услуг» уточнена экономическая сущность понятий «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт», предложена авторская формулировка понятия «наполненность рынка банковских продуктов и услуг», а также на основе качественных характеристик продуктов и услуг, выделяемых банковскими сотрудниками и физическими лицами Республики Беларусь, и рассчитанных количественных показателей систематизированы критерии наполненности рынка банковских продуктов и услуг. На основе результатов оценки каждого критерия в отдельности выявлены направления деятельности банков, способствующие росту финансового результата.

Терминологический анализ понятий «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт» позволил автору предложить их уточненные определения, а именно:

- *банковский продукт* — совокупность взаимодополняющих и проводимых банками операций и оказываемых услуг, которая не только позиционирует себя на рынке среди массы подобных продуктов, но и удовлетворяет как единичные, так и разносторонние интересы и потребности клиента (в виде получения полезного эффекта или вещи);

- *банковская услуга* — действие или определенный комплекс действий (технического, интеллектуального и этического характера), осуществляемых работниками банка для решения задач или достижения цели удовлетворения конкретной (единичной) потребности клиента;

- *банковская операция* — отдельное действие в ряду других (технического или технологического характера) или комплекс действий, выполняемых работниками банка для достижения целей или решения задач.

Уточнение экономической сущности данных понятий базируется на том, что с течением времени (наступление «зрелого» или пенсионного возраста; рост денежных доходов и расходов населения в результате стабилизации экономического положения страны, изменение семейного положения и др.) и при пространственном перемещении (командировки, туристические поездки, переселение и др.) у физических лиц изменяются потребности и интересы, но одновременно с этим в силу наличия психологического фактора всегда присутствует необходимость их максимального удовлетворения. Комплексно обслужить клиентов банки могут при условии наличия договорных отношений или открытого счета, поэтому в рамках разработки стратегии максимизации прибыли предложенные автором трактовки понятий помогают определять приоритеты поведения кредитных организаций при выстраивании взаимоотношений с розничными потребителями.

В целях развития терминологического аппарата, используемого в сфере деятельности банков Республики Беларусь, предложено авторское определение понятия «*наполненность рынка банковских продуктов и услуг*», которая представляет собой степень целостности организации и полноты функционирования сферы экономических отношений, складывающихся между финансовыми посредниками (банками) и потребителями по поводу удовлетворения единичной или разносторонних потребностей клиентов с учетом интересов банков и государства, уровень которых представляется возможным охарактеризовать на основе системы определенных критериев оценки.

В последнее время в Республике Беларусь наблюдаются повышенный интерес государства к платным услугам, оказываемым населению банками, и структурные сдвиги в сфере услуг, а изучение доступности и спектра продуктов и услуг населению, уровня информатизации банков, кредитной задолженности

физических лиц и ее качества и уровня конкурентной среды (с помощью расчета индекса рыночной концентрации Херфиндала-Хиршмана и коэффициентов вариации) показало наличие дифференцированной олигополии с преобладанием государственной собственности в капиталах на рынке краткосрочных и долгосрочных кредитов и депозитов населения. В таких условиях, помимо количественных показателей, особую значимость для завоевания конкурентного положения и максимизации прибыли приобретают качественные характеристики банковских продуктов и услуг. Поэтому качество банковских продуктов и услуг как единство и результат взаимодействия трех составляющих (банковские управленческие решения; корпоративная культура банка; оптимизация деятельности на основе внедрения инноваций, выражающихся в новаторских подходах, методах, приемах и средствах решения актуальных проблем в области отношений кредитно-финансовых организаций с клиентами, способствующих максимизации прибыли, и информационных технологий) рассмотрено на основе критериев, выделяемых банками и ранжированных в некоторой зависимости физическими лицами Республики Беларусь.

На основе качественных характеристик и количественной оценки развивающегося белорусского рынка банковских продуктов и услуг определены критерии, отражающие уровень его наполненности (рисунок 1).



**Рисунок 1 — Критерии наполненности рынка банковских продуктов и услуг**

Источник: разработка автора.

Показано, что помимо изучения указанных критериев для завершённой оценки развитости рынка банковских продуктов и услуг необходимо проанализировать финансовый результат деятельности банковского сектора экономики Республики Беларусь.

Во второй главе «Оценка прибыли и определение направлений развития рынка розничных банковских продуктов и услуг Республики Беларусь» на основе сравнительного анализа с позиции выявления недостатков применяемых банками и описанных в экономической литературе методик оценки прибыли предложена модифицированная методика оценки и прогнозирования факторов наращивания прибыли банков Республики Беларусь. На базе изучения существующих и используемых белорусскими банками методик определения себестоимости и установления тарифов (цен) и с учетом результатов оценки тарифной (ценовой) политики банков Республики Беларусь усовершенствована методика, включающая алгоритм расчета косвенных расходов и механизм учета доли платных услуг.

Сравнение методик анализа прибыли, используемых российскими и крупнейшим белорусским банками, показало, что осуществляемой в их рамках оценки прибыли и источников ее формирования недостаточно для выявления перспективных направлений деятельности банков, позволяющих наращивать финансовый результат и наполнять рынок банковских продуктов и услуг. Разработанная автором методика оценки и прогнозирования факторов наращивания прибыли, которая на заключительном этапе анализа финансового результата банка предполагает эконометрическое моделирование, позволяет посредством расчета коэффициентов регрессии и прогнозных показателей более глубоко проанализировать независимые переменные формирования прибыли в ретроспективе и определить возможное изменение факторов наращивания прибыли и наполнения рынка банковских продуктов и услуг в краткосрочной перспективе, а также сформулировать рекомендации по улучшению деятельности банков, вносимые в стратегию развития.

Соискателем первоначально для оценки прибыли были построены 3 корреляционно-регрессионные модели, отражающие ее взаимосвязь с различными комбинациями 14 факторов.

Коэффициенты регрессии первоначальной модели «ПРИБЫЛЬ» определили комиссионные, процентные и прочие банковские доходы, уменьшение резервов, кредиты физическим лицам как факторы, которые оказали количественно положительное влияние на ежемесячный прирост прибыли в 2002—2008 гг. Однако построение матрицы корреляции исследуемых факторов показало наличие высокой взаимозависимости (мультиколлинеарности) таких переменных, как процентные и комиссионные доходы. Некоторые другие факторы наращивания прибыли были исключены из числа объясняющих переменных по причине незначимого статистического влияния на финансовый результат деятельности банков. Окончательная модель, данные которой могут быть использованы для прогнозирования возможных изменений информативных переменных

ных (см. таблицу), содержит 5 наиболее значимых факторов, а именно: кредиты физическим лицам, кредиты органам государственного управления, основные средства, требования к Национальному банку и требования к другим банкам Республики Беларусь.

### Эконометрическая модель «ПРИБЫЛЬ»

Зависимая переменная: <b>ПРИБЫЛЬ</b> .		Период: 2002:1 — 2008:8.		
Метод наименьших квадратов.		Количество наблюдений: 80.		
Дата: 14.11.2008.		Тест Уайта на гетероскедастичность — сопоставлены стандартные ошибки и ковариации.		
Время: 15 часов 33 минуты.				
Факторы (независимые переменные)	Коэффициенты регрессии	t-статистика Стьюдента	Стандартизированные коэффициенты	Средние частные коэффициенты эластичности
Кредиты физическим лицам	0,183053	6,544943	0,69	0,88
Кредиты органам госуправления	0,016327	2,052517	0,10	0,03
Основные средства	0,161195	1,800891	0,29	0,22
Требования к Национальному банку	-0,013782	-1,861245	-0,11	-0,02
Требования к другим банкам	-0,000604	-1,838896	-0,0030	-0,0004
Остатки	1,234262	0,306344	—	—
Коэффициент детерминации $R^2$			0,676567	
Скорректированный $R^2_{\text{скадр}}$			0,653984	
F-критерий Фишера			18,85053	
Среднеарифметическое значение			27,91025	
Среднеквадратическое отклонение			30,78046	
Критерий Дарбина-Уотсона			1,863819	

И с т о ч н и к: разработка автора.

Прогнозный анализ прибыли на основе расчета стандартизированных коэффициентов и средних частных коэффициентов эластичности показал, что в краткосрочной перспективе большее значимое положительное влияние на прибыль может оказать прирост кредитов физическим лицам и основных средств, а меньшее — прирост кредитов органам государственного управления.

С помощью модифицированной методики, основанной на факторном и комплексном эконометрическом анализе, автором выявлены резервы повышения уровня прибыли, которыми являются направления деятельности, способствующие повышению прибыльности банков, как подфакторы обобщающих коэффициентов рентабельности.

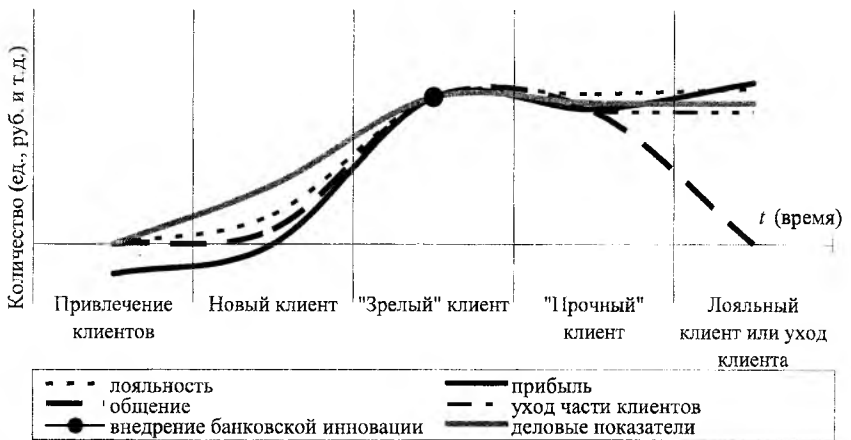
С учетом существующих условий единства тарифов (цен) для всех структурных подразделений кредитно-финансовой организации и недостатков мето-

дик, используемых белорусскими банками, предложена усовершенствованная методика определения себестоимости банковских продуктов и услуг и установления тарифов (цен) на них. Расчетным путем доказано, что применение усовершенствованной методики позволит посредством применения алгоритма расчета косвенных расходов, относимых на себестоимость пропорционально размеру фонда заработной платы сотрудников, непосредственно оказывающих услугу или реализующих продукт и приносящих доход в виде комиссии или процента, а также механизма учета доли платных услуг банков установить тариф (цену) на продукт или услугу, в полном объеме учитывающий произведенные расходы на обслуживание клиентов.

Выполнена сегментация клиентской базы банков Республики Беларусь (физические лица), на основе которой определено, что все возрастные категории клиентов предпочитают обслуживание в ОАО «АСБ «Беларусбанк» и ОАО «Белагропромбанк». Выявлено, что присутствует неудовлетворенный спрос молодежи и пенсионеров на кредитные продукты и услуги. Кроме того, автором установлены заинтересованность в проведении операций с пластиковыми карточками клиентов всех возрастных категорий, кроме людей предпенсионного и пенсионного возрастов, а также повышенный спрос на депозитные услуги респондентов «зрелого», предпенсионного и пенсионного возрастов.

В третьей главе **«Инновационные направления развития рынка розничных продуктов и услуг и повышения прибыльности банков»** разработаны рекомендации для банков по реализации инновационных мероприятий ценовой, товарной, коммуникационной политики и политики распределения, основанные на данных кривой «жизненного цикла клиента банка», позволившей выявить тип взаимоотношений с розничными потребителями, на результатах эконометрического моделирования, давшего возможность выделить перспективные направления деятельности кредитно-финансовых организаций на рынке розничных продуктов и услуг, а также учитывающие оценку уровня наполненности рынка. На базе этих рекомендаций сформирована стратегия наращивания прибыльности банков (реализация перспективных направлений которой способствует наполнению рынка банковскими продуктами и услугами, максимально удовлетворяющими разносторонние потребности клиентов). Она представлена в виде структурной модели, облегчающей работу кредитно-финансовых организаций по определению и реализации инновационных направлений деятельности.

С помощью построения кривой «жизненного цикла клиента банка», дающей возможность выявить тип взаимоотношений банка и клиентов, определены мероприятия для разных направлений наполнения рынка банковских продуктов и услуг, которые максимально учитывают неудовлетворенные потребности розничных потребителей (рисунок 2).



**Рисунок 2 — Кривая «жизненный цикл клиента банка»**

И с т о ч н и к: разработка автора.

В силу повышенного интереса населения Республики Беларусь к кредитным продуктам и услугам и необходимости увеличения кредитов физическим лицам как фактора (подфактора) наращивания прибыльности банков предложено расширить объемы кредитования молодежи и лиц пенсионного и предпенсионного возрастов. Проведена оценка зарубежного опыта, прежде всего развитых стран, в области предоставления кредитных денежных средств физическим лицам молодого возраста, а также видов льготного кредитования, применяемых некоторыми белорусскими банками, по результатам которой предложено расширять ассортимент кредитных продуктов для молодежи Республики Беларусь, поскольку это будет способствовать не только росту прибыли банков, но и активизации человеческого фактора страны (повышение уровня образованности населения, инвестирование в интеллектуальный потенциал человека).

Доказано, что в силу ряда причин (утрата рабочего места в условиях выхода на пенсию, наступление инвалидности, смерть) возрастная категория клиентов старше 50 лет больше остальных подвержена риску потери кредитоспособности, поэтому на основе расчета сумм ежемесячных платежей по договорам страхования в рамках предлагаемых белорусскими страховыми организациями видов страхования изучена возможность физических лиц предпенсионного и пенсионного возраста воспользоваться одним из предлагаемых банками кредитных продуктов. Определено, что за счет страхового способа обеспечения

возвратности кредита банки могут расширять клиентскую базу, несмотря на наличие среди населения маргинальных категорий физических лиц.

В силу необходимости наращивать комиссионные доходы как стабильный источник прибыли и существования спроса физических лиц на операции с пластиковыми карточками и по проведению различного рода платежей предложено развивать деятельность банков в сфере карт-счетов с помощью реализации проектов повышения лояльности клиентов (co-brand карточки) и применения многофункциональных карточек. Показано, что благодаря интеграции с медицинским, страховым и другими видами приложений и тем потокам информации, которые будут объединены в централизованной общереспубликанской базе (в том числе расчетные операции в рамках единого расчетного и информационного пространства — ЕРИП), использование многофункциональных карточек поможет решить ряд проблем:

- в условиях отсутствия определенности в законодательстве по объединению информационных потоков по кредитным продуктам и платежным операциям розничных потребителей банки получают возможность на основе данной базы оценивать кредитоспособность таких категорий клиентов;
- государство сможет упорядочить распределение адресной социальной помощи и усовершенствовать процесс медицинского, транспортного и другого обслуживания населения Республики Беларусь.

В целях сдерживания расходов по обеспечению деятельности, проведения гибкой тарифной (ценовой) политики банков и одновременно расширения круга клиентов, в том числе завоевания новых сегментов клиентуры, обоснована необходимость развития многоканального бизнеса на основе использования следующих систем коммуникаций: банк-шопы, мини-офисы в виде банкоматов (инфокиосков) с функцией «cash-in», колл-центры вида IVR—VRU (интерактивного речевого взаимодействия). В условиях выхода на международные финансовые рынки для удовлетворения спроса физических лиц на услуги и продукты инвестиционного характера как канал распределения должен также применяться Интернет, что будет способствовать стабилизации фондового рынка частных инвесторов за счет предоставления услуг и продуктов интернет-трейдинга.

На основе модифицированного и усовершенствованного автором методического обеспечения процесса оценки финансового результата банка и ценообразования на банковские продукты и услуги и с учетом типа взаимоотношений с клиентами, определенного за счет построения «кривой жизненного цикла клиента банка», соискателем разработана стратегия наращивания прибыльности от деятельности банков на рынке розничных продуктов и услуг, которая представлена в виде структурной модели (рисунок 3).



ИССЛЕДОВАНИЯ	РАЗВИТИЕ	РЕЗУЛЬТАТЫ	
КРИТЕРИИ НАПОЛНЕННОСТИ РЫНКА БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ	ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ	НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА РОЗНИЧНЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ	
<i>Предлагаемые продукты и услуги банками, уровень сложности запрашиваемых продуктов и услуг</i>	Сравнение, анкетирование, структурный анализ, коэффициентный анализ, факторный анализ, эконометрическое моделирование, сегментирование, экспертные оценки	<i>Развитие и предложение новых и многосложных продуктов и услуг, учитывающих разносторонние потребности и интересы клиентов</i>	
<i>Кредитная задолженность клиентов и качество кредитных услуг банков</i>		НАРАЩИВАНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ	
<i>Доступность банковских продуктов и услуг (филиальная сеть, банкоматы и шифокоски)</i>			<i>Внедрение новых программных и технических средств, позволяющих одновременно развивать многоканальный бизнес банка</i>
<i>Уровень информатизации банковской системы (Интернет-банкинг, наличие сайтов у банков)</i>			<i>Совершенствование инструментов реализации тарифной (ценовой) политики</i>
<i>Ценовая (тарифная) политика банков, уровень ее гибкости в зависимости от структурного состава банка и типа клиентов</i>			
Конкурентная среда и интенсивность конкуренции на банковском рынке продуктов и услуг		НАРАСТАНИЕ ИНТЕНСИВНОСТИ КОНКУРЕНЦИИ, СПОСОБСТВУЮЩЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ	
		СТАБИЛИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ЗА СЧЕТ ЗАВОЕВАНИЯ НОВЫХ РЫНКОВ И СЕКТОРОВ КЛИЕНТУРЫ	

Рисунок 3 — Структурная модель реализации банками стратегии наращивания прибыльности

И с т о ч н и к: разработка автора.

В работе обоснован тот факт, что структурное представление стратегии наращивания прибыльности значительно облегчает работу банков по разработке и реализации инновационных мероприятий деятельности, способствующих

наполнению рынка банковскими продуктами и услугами, максимально удовлетворяющими предпочтения розничных потребителей.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**Основные научные результаты диссертации.** Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов и сформулировать предложения по наполнению рынка банковских продуктов и услуг.

1. Развита теоретическая основа функционирования рынка банковских продуктов и услуг, в частности, уточнена экономическая сущность понятий «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт» и дано авторское определение понятия «наполненность рынка банковских продуктов и услуг». Выполненная систематизация терминов, используемых в мировой экономической литературе и банковской практике, позволила аргументировать выбор комплексности обслуживания клиентов в виде договорных отношений или открытого счета в качестве основы для разграничения понятий «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт» и предложить их определения в авторской интерпретации, учитывающей временные и целевые характеристики потребностей клиентов. Поскольку необходимо определение более корректных приоритетов поведения во взаимоотношениях с клиентами при разработке стратегии наращивания прибыльности, автором также предложена формулировка понятия «наполненность рынка банковских продуктов и услуг». На основе оценки критериев наполненности рынка представляется возможным установить уровень его развития на современном этапе [8, 18, 21, 22].

2. Для выявления приоритетных направлений деятельности банков систематизированы критерии, характеризующие уровень наполненности рынка банковских продуктов и услуг. Изучение уровня информатизации банковской системы, доступности и спектра розничных продуктов и услуг, объемов и качества кредитной задолженности физических лиц, конкурентной среды на базе расчета индекса рыночной концентрации Херфиндала—Хиршмана и коэффициентов вариации показало наличие дифференцированной олигополии с преобладанием государственной собственности на рынках краткосрочных и долгосрочных кредитов и депозитов физических лиц. Автором обоснована необходимость в условиях конкурентной среды олигополистической направленности оценивать не только количественные, но и качественные характеристики банковских продуктов и услуг. На основе критериев, определенных банковскими специалистами и в процессе пилотажного исследования ранжированных в некоторой последовательности физическими лицами, качество продуктов и услуг рассмотрено в виде единства и результата взаимодействия следующих составляющих: банковские управленческие решения, корпоративная культура банка, оптимизация

деятельности на базе внедрения инноваций, выражающихся в новаторских подходах, методах, приемах и средствах решения актуальных проблем в области отношений с клиентами, и информационных технологий. Оценка количественных показателей рынка и качественных характеристик продуктов и услуг показала недостаточность сложившегося уровня наполненности белорусского рынка банковских продуктов и услуг для стабильного роста прибыли и необходимость выявления инновационных направлений деятельности банков, способствующих наращиванию прибыльности [2, 6, 13, 23, 24].

3. Модифицирована методика оценки и прогнозирования факторов наращивания прибыли, что позволяет более точно анализировать временные ряды прибыли, определять основные источники формирования прибыли, оценивать влияние факторов на изменение конечного финансового результата посредством эконометрического моделирования как в ретроспективе, так и на краткосрочную перспективу. Эта методика более пригодна для оценки факторов наращивания прибыли, чем применяемые белорусскими банками, поскольку обеспечивает интеграцию результатов анализа и дает возможность формировать ряды динамики данных, на основе которых при прочих равных условиях (неизменности объясняющих независимых переменных) прогнозируется влияние факторов (подфакторов) наращивания прибыльности. Использование модифицированной методики при осуществлении факторного анализа прибыли путем эконометрического моделирования позволило установить, что финансовый результат деятельности банковской системы Республики Беларусь в перспективе будет формироваться в наибольшей степени под влиянием таких факторов, как кредиты физическим лицам, кредиты органам государственного регулирования, основные средства, требования к Национальному банку, требования к другим банкам, а также в части необходимости разработки стратегии наращивания прибыльности сформулировать рекомендации по наполнению рынка банковских продуктов и услуг. Предложенная методика дает возможность определить направления деятельности, которые в виде подфакторов обобщающих коэффициентов рентабельности способствуют наращиванию прибыльности как банковской системы, так и каждого отдельного банка [10, 14, 16, 17].

4. Усовершенствована методика определения себестоимости и установления тарифов (цен) на банковские продукты и услуги, включающая в себя алгоритм расчета косвенных расходов и размера себестоимости в зависимости от удельного веса оказываемых банками платных услуг. Расчет косвенных расходов основан на последовательном разделении сотрудников банков на категории и пропорциональном отнесении размера их фонда заработной платы на себестоимость продукта или услуги. Механизм включения удельного веса платных услуг в определение размера себестоимости позволяет в настоящее время банкам максимально исключить случаи бесплатного обслуживания уменьшать

суммы вознаграждений для розничных потребителей. В отличие от существующих, эта методика дает возможность при наполнении рынка розничными платными услугами более обоснованно и точно рассчитать размер тарифа (цены) на соответствующую услугу или продукт, а также, в случае развития технического инструментария для дистанционного банковского обслуживания, проводить политику «множественных» тарифов (цен) [19, 20].

5. Разработаны рекомендации для банков по реализации инновационных мероприятий ценовой, товарной, коммуникационной политики и политики распределения, базирующиеся на результатах оценки критериев наполненности рынка банковских продуктов и услуг, эконометрического моделирования, позволившего выявить перспективные направления деятельности банков, и данных кривой «жизненного цикла клиента банка», построение которой дало возможность определить тип взаимоотношений с розничными потребителями. На основе кривой и выявленного неудовлетворенного спроса (по результатам пилотажного исследования клиентской базы) сформирован спектр банковских продуктов и услуг для всех возрастных категорий физических лиц Республики Беларусь. Мероприятия товарной политики представлены: кредитованием молодежи и лиц пенсионного и предпенсионного возрастов, практическую реализацию которого предложено осуществлять на основе договоров страхования; обслуживанием с помощью многофункциональных пластиковых карточек, благодаря интеграции которых с различными приложениями представляется возможным осуществлять качественный скоринг по физическим лицам — клиентам банка в условиях отсутствия интеграции баз данных ЕРИП и кредитного бюро; предложением продуктов и услуг интернет-трейдинга, на основе использования которых показана возможность привлечения частного инвестиционного капитала и развития белорусского фондового рынка. В рамках ценовой, коммуникационной политики и политики распределения определены системы взаимодействия банков с клиентами, такие как банк-шопы, мини-офисы с функцией «cash-in», колл-центры вида IVR—VRU (интерактивного речевого взаимодействия), Интернет, внеофисный банкинг через розничных агентов или промоутеров, использование которых способствует не только расширению клиентской базы банков, наполнению рынка банковских продуктов и услуг, но и росту прибыли за счет экономии на расходах по обеспечению деятельности и проведения политики «множественных» тарифов (цен). Также разработана стратегия наращивания прибыльности банков, включающая в себя модифицированное и усовершенствованное методическое обеспечение процесса оценки финансового результата и ценообразования на банковские продукты и услуги и представленная в виде структурной модели, что дает возможность банкам облегчить работу по определению и реализации мероприятий деятельности, способствующих наполнению рынка банковскими продуктами и услугами, макси-

мально удовлетворяющими предпочтения розничных потребителей [1, 3—5, 9, 11—12, 15, 25—26].

**Рекомендации по практическому использованию результатов.** Предложенное автором эконометрическое моделирование в рамках проведения факторного анализа прибыли может быть использовано банками в целях повышения степени точности текущих оценок и улучшения качества прогнозирования финансового результата в перспективе. Усовершенствованная методика определения себестоимости и установления тарифов (цен) на банковские продукты и услуги позволит кредитно-финансовым организациям в рамках политики расширения объемов платных услуг обоснованно определять размер вознаграждений за финансовое посредничество и проводить политику «множественных» тарифов (цен). Рекомендованное сегментирование клиентской базы на основе выявления текущего интереса и неудовлетворенного спроса, дающее возможность предлагать банковские продукты и услуги, максимально удовлетворяющие всевозрастающие потребности физических лиц, используется в деятельности ЗАО «БелСвиссБанк», что подтверждено справкой о внедрении от 07.05.2007. Апробация методики определения себестоимости посреднических банковских услуг в области розничного бизнеса (банковские пластиковые карточки) и методики оценки и прогнозирования факторов наращивания прибыли (на основе построения эконометрической модели), позволившая выявить значимые факторы формирования финансового результата деятельности банка, была осуществлена в ЗАО «Банк международной торговли и инвестиций» (с 13.11.2008 г. — ЗАО «Альфа-банк»), что подтверждается соответствующим актом об использовании от 01.10.2007.

В целом результаты диссертационного исследования были внедрены в учебный процесс в рамках основных дисциплин и спецкурсов для студентов банковских специальностей (при преподавании курсов «Организация деятельности коммерческих банков», «Финансовый анализ деятельности банков» и при разработке нового курса «Розничный бизнес в банковской среде»), что подтверждено актами о внедрении от 16.04.2007 и от 29.04.2007.

## **СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

### *Статьи в научных рецензируемых журналах*

1. Леонович, Т.И. Новые направления в развитии розничных банковских услуг / Т.И. Леонович // Банк. весн. — 2004. — № 34 (291). — С. 32—35.
2. Леонович, Т.И. Клиентоориентированная стратегия банка / Т.И. Леонович // Банк. весн. — 2005. — № 22 (315). — С. 31—36.

3. Леонович, Т.И. Многоканальность — перспективное направление развития банка / Т.И. Леонович // Банк. весн. — 2006. — № 7 (336). — С. 32—37.
4. Леонович, Т.И. Новые технологии и рынок финансовых услуг (на примере Италии) / Т.И. Леонович // Банк. весн. — 2006. — № 22 (351). — С. 38—42.
5. Леонович, Т.И. Виртуальные технологии в развитии дистанционного банковского обслуживания / Т.И. Леонович // Весн. Беларус. дзярж. экан. ун-та. — 2007. — № 3 (62). — С. 59—66.
6. Леонович, Т.И. Конкурентная среда на рынке банковских продуктов и услуг / Т.И. Леонович // Банк. весн. — 2007. — № 25 (390). — С. 23—31.
7. Леонович, Т.И. Банки Италии: поиск модели функционирования / Т.И. Леонович, О.А. Морозевич // Банк. весн. — 2008. — № 16 (417). — С. 42—48.

### *Материалы конференций*

8. Леонович, Т.И. Классификация банковских услуг / Т.И. Леонович // Актуальные проблемы современной экономики : материалы респ. конф. молодых ученых, Минск, 23 дек. 2003 г. / Беларус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2004. — С. 182—183.
9. Леонович, Т.И. Модификация услуг с банковскими пластиковыми карточками на розничном рынке / Т.И. Леонович // Развитие банковского сектора экономики и совершенствование подготовки банковских специалистов : материалы междунар. науч.-метод. конф., Пинск, 13—15 окт. 2004 г. / Пинск. гос. высш. банк. колледж Нац. банка Респ. Беларусь ; редкол.: С.С. Полоник [и др.]. — Пинск, 2004. — С. 97—99.
10. Леонович, Т.И. Инновационная политика банков / Т.И. Леонович // Проблемы модернизации экономик Беларуси и России : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 24—25 марта 2005 г. / Беларус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2005. — С. 349—351.
11. Леонович, Т.И. Повышение конкурентоспособности банков за счет внедрения CRM-систем / Т.И. Леонович // Государственное регулирование экономики и повышение эффективности деятельности субъектов хозяйствования : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 21—22 апр. 2005 г. : в 2 ч. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь ; редкол.: С.А. Пелих [и др.]. — Минск, 2005. — Ч. 1. — С. 173—175.
12. Леонович, Т.И. Маркетинг банка, ориентированный на клиента / Т.И. Леонович // Теория и практика менеджмента и маркетинга : материалы VI междунар. науч.-практ. конф., Минск, 30—31 мая 2005 г. / Беларус. гос. экон. ун-т ; под общ. ред. проф. И.Л. Акулича. — Минск, 2005. — С. 167—168.

13. Леонович, Т.И. Насыщение рынка розничных банковских услуг как один из способов обеспечения социальных благ / Т.И. Леонович // Проблемы прогнозирования и государственного регулирования социально-экономического развития в регионе ЦЕИ : материалы VI междунар. науч. конф., Минск, 20—21 окт. 2005 г. : в 4 т. / НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь ; редкол.: С.С. Полоник [и др.]. — Минск, 2005. — Т. 2. — С. 307—309.

14. Леонович, Т.И. Инновации в сфере банковского маркетинга / Т.И. Леонович // Актуальные проблемы современной экономики : материалы респ. конф. молодых ученых, Минск, 25 нояб. 2005 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2006. — Вып. 3. — С. 191—192.

15. Леонович, Т.И. Формы маркетинговых коммуникаций в коммерческом банке / Т.И. Леонович // Коммуникативные технологии в системе современных экономических отношений : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1—2 февр. 2006 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Н.В. Попок [и др.]. — Минск, 2006. — С. 303—304.

16. Леонович, Т.И. Инновации на рынке розничных банковских услуг / Т.И. Леонович // Белорусская модель социально-экономического устойчивого инновационного развития: формирование и пути реализации : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19—22 апр. 2006 г. / НАН Беларуси ; редкол.: М.В. Мясникович [и др.]. — Минск, 2006. — С. 285—286.

17. Леонович, Т.И. Белорусский розничный рынок / Т.И. Леонович // Европейская наука XXI столетия: стратегия и перспективы развития — 2006 : материалы междунар. науч.-практ. конф., Днепропетровск, 22—31 мая 2006 г. / Днепропетр. техн. ун-т ; редкол.: К.О. Биля [и др.]. — Днепропетровск, 2006. — Т. 8. Экономические науки. — С. 13—16.

18. Леонович, Т.И. Клиентская база банка / Т.И. Леонович // Теория и практика менеджмента и маркетинга : материалы VII междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1—2 июня 2006 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; под общ. ред. проф. И.Л. Акулича. — Минск, 2006. — С. 172—173.

19. Леонович, Т.И. Стоимость банковских продуктов и услуг / Т.И. Леонович // Социально-экономическая роль денег в обществе : материалы III междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 18—19 дек. 2006 г. / С.-Петерб. акад. упр. и экономики. — СПб., 2006. — С. 55—57.

20. Леонович, Т.И. Формирование тарифов на банковские услуги (продукты) / Т.И. Леонович // Проблемы развития транзитивной экономики: инновационность, устойчивость, глобализация : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22—23 мая 2007 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2007. — С. 375—376.

21. Леонович, Т.И. Сегментирование рынка банковских продуктов / Т.И. Леонович // Теория и практика менеджмента и маркетинга : материалы

VIII междунар. науч.-практ. конф., Минск, 31 мая — 2 июня 2007 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; под ред. проф. И.Л. Акулича. — Минск, 2007. — С. 145—146.

22. Леонович, Т.И. Понятие инноваций в банковском бизнесе / Т.И. Леонович // Актуальные проблемы развития финансово-кредитного механизма в инновационной экономике : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 29—30 нояб. 2007 г. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г.А. Короленок [и др.]. — Минск, 2007. — С. 158—160.

23. Леонович, Т.И. Критерии наполненности белорусского рынка банковских продуктов и услуг в условиях глобализации / Т.И. Леонович // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 75-летию БГЭУ, Минск, 20 мая 2008 г. : в 2 т. / Белорус. гос. экон. ун-т ; редкол.: В.Н. Шимов (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2008. — Т. 2. — С. 77—79.

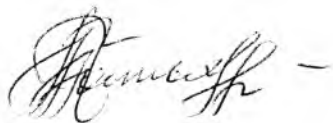
#### *Тезисы докладов конференций*

24. Леонович, Т.И. Беларусь на пути вступления в ВТО: банковский сектор / Т.И. Леонович // Беларусь на пути вступления в ВТО: социально-экономические проблемы и последствия : сб. докл. и тез. междунар. науч.-практ. конф., Минск, 27—28 окт. 2005 г. / Ин-т экономики НАН Беларуси ; редкол.: П.Г. Никитенко [и др.]. — Минск, 2005. — С. 239—241.

#### *Иные публикации*

25. Леонович, Т.И. Особенности маркетинга банковских услуг / Т.И. Леонович // Белорус. банк. бюл. — 2003. — № 4 (207). — С. 60—61.

26. Леонович, Т.И. Структурная модель реализации белорусскими банками стратегии наращивания прибыльности на рынке розничных продуктов и услуг / Т.И. Леонович // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы : сб. науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т ; под общ. ред. проф. И.Л. Акулича. — Минск, 2008. — С. 213—217.





Леановіч Таццяна Іванаўна

**Рынак рознічных банкаўскіх прадуктаў і паслуг:  
сучаснае становішча, перспектывы развіцця і роля ва ўзрастанні  
прыбытковасці банкаў Рэспублікі Беларусь**

**Ключавыя словы:** банкаўскія аперацыі, паслугі і прадукты, рынак рознічных банкаўскіх прадуктаў і паслуг, крытэрыі напоўненасці рынка, канкурэнтнае асяроддзе, прыбытак банка, кліенцкая база банка, стратэгія нарошчвання прыбытковасці банка.

**Мэта работы:** развіццё тэарэтычных асноў функцыянавання рынку банкаўскіх прадуктаў і паслуг, удасканаленне метадычнага забеспячэння ацэнкі прыбытку і цэнаўтварэння на банкаўскія прадукты і паслугі і распрацоўка практычных прапаноў, рэалізацыя якіх будзе спрыяць узросту прыбытковасці банкаў Рэспублікі Беларусь.

**Метады даследавання:** параўнанне, абагульненне, анкеціраванне, метады і прыёмы фактарнага аналізу, эканаметрычнае мадэліраванне, экспертныя ацэнкі і іншыя агульнанавуковыя метадычныя прыёмы даследавання.

**Атрыманыя вынікі і іх навізна:** развіты тэарэтычныя асновы функцыянавання рынку банкаўскіх прадуктаў і паслуг, якія ўключаюць удакладненне эканамічнай сутнасці паняццяў «банкаўская аперацыя», «банкаўская паслуга» і «банкаўскі прадукт» і аўтарскае вызначэнне паняцця «напоўненасць рынка банкаўскіх прадуктаў і паслуг»; сістэматызаваны крытэрыі ацэнкі напоўненасці рынка; мадыфікавана методыка ацэнкі і прагназіравання фактараў нарошчвання прыбытку; удасканалена методыка вызначэння сабекошту і ўсталявання тарыфаў (цэн) на банкаўскія прадукты і паслугі; распрацаваны прапановы для крэдытных арганізацый па рэалізацыі інавацыйных мерапрыемстваў цэнавой, таварнай, камунікацыйнай палітыкі і палітыкі распаўсюджвання і стратэгія нарошчвання прыбытковасці банкаў, якая прадстаўлена ў выглядзе структурнай мадэлі.

**Ступень выкарыстання:** асноўныя палажэнні дысертацыйнага даследавання ўведзены ў работу ЗАТ «БелСвісСбанк» і ЗАТ «Альфа-банк», а таксама ў навучальны працэс УА «Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт».

**Галіна ўжывання:** вынікі даследавання могуць выкарыстоўвацца спецыялістамі банкаў у мэтах удасканалення дзейнасці, якая спрыяе нарошчванню прыбыткаў, а таксама ў навучальным працэсе.

## РЕЗЮМЕ

Леонovich Татьяна Ивановна

### **Рынок розничных банковских продуктов и услуг: современное состояние, перспективы развития и роль в повышении прибыльности банков Республики Беларусь**

**Ключевые слова:** банковские операции, услуги и продукты, критерии наполненности рынка, конкурентная среда, прибыль банка, клиентская база банка, стратегия наращивания прибыльности банка.

**Цель работы:** развитие теоретических основ функционирования рынка розничных банковских продуктов и услуг, усовершенствование методического обеспечения оценки прибыли и ценообразования на банковские продукты и услуги и разработка практических рекомендаций, реализация которых будет способствовать повышению прибыльности банков Республики Беларусь.

**Методы исследования:** сравнение, обобщение, анкетирование, методы и приемы факторного анализа, эконометрическое моделирование, экспертные оценки и другие общенаучные методические приемы исследования.

**Полученные результаты и их новизна:** развиты теоретические основы функционирования рынка банковских продуктов и услуг, включающие уточнение экономической сущности понятий «банковская операция», «банковская услуга» и «банковский продукт» и авторское определение понятия «наполненность рынка банковских продуктов и услуг»; систематизированы критерии оценки наполненности рынка банковских продуктов и услуг; модифицирована методика оценки и прогнозирования факторов наращивания прибыли; усовершенствована методика определения себестоимости и установления тарифов (цен) на банковские продукты и услуги; разработаны рекомендации для кредитных организаций по реализации инновационных мероприятий ценовой, тарифной, коммуникационной политики и политики распределения и стратегия наращивания прибыльности банков, представленная в виде структурной модели.

**Степень использования:** основные положения диссертационного исследования внедрены в работу ЗАО «БелСвиссБанк» и ЗАО «Альфа-банк», а также в учебный процесс УО «Белорусский государственный экономический университет».

**Область использования:** результаты исследования могут быть использованы специалистами банков в целях совершенствования деятельности по наращиванию прибыли, а также в учебном процессе.

## SUMMARY

Leonovich Tatyana Ivanovna

### **The market of retail bank products and services: modern condition, prospects of development and role in increase of profitableness of banks of the Republic of Belarus.**

**Key words:** bank operations, services and products, the market of the retail bank's products and services, criteria of fullness of the market, the competitive environment, profit of the bank, bank's client base, strategy of bank's profitableness escalating.

**The goal of the research:** to develop methodical recommendations and to offer propositions of filling the market of the retail bank's products and services, providing the increase of profitableness of banks of the Republic of Belarus.

**Methods of research:** comparison, generalization, questioning, methods and receptions of the factorial analysis, econometric modeling, expert estimations and other scientific methods of research.

**Research findings and their newness:** the group of criteria of fullness of the market of bank products and services (availability of bank's products and services, volume and quality of credit debts, informatization of banking system, condition of the bank's price (tariff) policy, spectrum of products and services offered by banks and a level of complexity of products required by clients, the competitive environment and intensity of a competition on the market), is developed, the technique of estimation and forecasting of the factors that influenced on the profit escalating, which is based on the construction of the econometrical model and on the factorial analysis of the internal variables is worked out, the technique of definition of the cost price and an establishment of tariffs (prices) for the bank's products and services, including algorithm of the calculation of indirect charges and cost price, that considers the relative density of the paid bank services is advanced, the strategy of bank's profitableness escalating is constructed and presented in the form of the structural model.

**Extent of implementation:** substantive provisions of dissertational research have received practical application in the work of Joint-Stock Company Bank "Alfa-bank" and Joint-Stock Company Bank "BelSwissBank", also they are applied in the teaching process of the Belarusian State Economic University.

**Area of use:** the results of the research can be used by bank's experts for improvement of the escalating profit activity and also in educational process.

Редактор *Г.В. Андропова*  
Корректор *Е.И. Кожушко*  
Технический редактор *О.В. Амбарцумова*  
Компьютерный дизайн *Ю.Н. Лац*

Подписано в печать 16.12.2008. Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman. Офсетная печать. Уел. печ. л. 1,6. Уч.-изд. л. 1,4. Тираж 70 экз. Заказ 362

УО «Белорусский государственный экономический университет».  
Лицензия издательская № 02330/0056968 от 30.04.2004.  
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.

Отпечатано в УО «Белорусский государственный экономический университет».  
Лицензия полиграфическая № 02330/0148750 от 30.04.2004.  
220070, Минск, просп. Партизанский, 26.