

image not found or type unknown



Важным аспектом банковского маркетинга является определение конкретного банковского продукта и банковской услуги. Банковский продукт — это конкретный банковский документ (свидетельство), который производится банком для обслуживания клиента и проведения операции. Это может быть вексель, чек, банковский процент, депозит, любой сертификат и т.п. Банковская услуга представляет собой банковские операции по обслуживанию клиента.

Услуги современных коммерческих банков включают:

- расчетно-кассовое обслуживание — услуги, связанные с осуществлением безналичных расчетов, а также с приемом и выдачей наличных денег;
- кредитные услуги, в число которых помимо традиционного кредитования можно включить такие заменители кредита, как лизинг, факторинг, форфейтинг, а также выдачу гарантий;
- депозитные (вкладные) услуги, связанные с открытием клиенту бессрочных, срочных или сберегательных счетов в банке;
- инвестиционные услуги, которые выражаются в предоставлении клиенту инвестирования денежных средств в ценные бумаги, движимое или недвижимое имущество;
- услуги, связанные с внешнеэкономической деятельностью, а также валютные услуги;
- трастовые (доверительные) услуги, когда банк берет на себя управление имуществом физических или юридических лиц и выполнение других услуг по поручению и в интересах клиента на праве доверенного лица;
- консультационные и информационные услуги.

Сходство банковского продукта и банковской услуги в том, что они призваны удовлетворить потребности клиента и способствовать получению прибыли. Так, банковский процент по депозитам есть банковский продукт, а его постоянная выплата представляет собой банковские услуги. И в том и в другом случае это служит удовлетворению потребности клиента и получению дохода. Открытие

банковского счета — это продукт, а обслуживание по счету — услуга, но при этом и продукт, и услуга предполагают получение дохода в виде комиссионных. В то же время следует подчеркнуть, что в большинстве случаев банковский продукт носит первичный характер, а банковская услуга — вторичный.

В отличие от продукта промышленного предприятия банковский продукт не выглядит зачастую как нечто материальное, вещественное. Кредиты и расчеты совершаются в форме записей по счетам, в безналичной денежной форме. Банковский продукт нельзя складировать, производить про запас.

Важнейшим свойством банковских услуг является их производительный характер. Уже в такой простейшей форме, как прием денег от населения и предприятий во вклады, заключен огромный производительный смысл. Банк не просто собирает деньги — он превращает «неработающие», неиспользуемые денежные ресурсы в работающие активы.

Характерным свойством банковских услуг является и то, что их объектом выступают не просто деньги, перемещаемые в огромных суммах с помощью каналов банковской связи с одного счета на другой, из одного региона в другой. Движение по счетам предприятий — это преимущественное движение капиталов в денежной форме.

Свойство банковских услуг состоит в том, что они охватывают как активные, так и пассивные операции. Принимая вклады и осуществляя тем самым пассивные операции, банки дают возможность своим клиентам не только хранить денежные средства в безопасном месте, но и получать определенный доход в виде процента по депозитам. Размещая акции клиентов, предоставляя им ссуду, выполняя валютные и другие активные операции, банки оказывают существенные услуги хозяйству, способствуют продвижению товарных масс, купле-продаже товаров, экономии общественных затрат.

Операции, выполняемые банками, не являются монополией банка, их могут осуществлять и другие предприятия и организации, Это относится не только к традиционным банковским операциям, но и особенно к другим услугам. Известно, например, что бухгалтерскую помощь, консультации, различные посреднические и информационные услуги, аренду сейфов и другие услуги могут оказывать специальные предприятия и агентства. Можно поэтому также заметить, что банки, будучи крупными кредитными институтами, могут выполнять небанковские операции — операции, которые традиционно выполняют другие хозяйствующие

субъекты.

Такое положение связано с тем, что на рынке банковских услуг в условиях рыночного хозяйства возникает серьезная конкуренция. Появление на рынке новых продавцов банковских услуг (торговые организации, финансово-промышленные компании, различные агентства и т.д.) зачастую сокращает возможность расширения наиболее прибыльных операций, вынуждает банки искать новые источники доходов. Именно поэтому особенно быстро за последние годы стали развиваться не чисто банковские операции, а другие нетрадиционные для банка услуги.