

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра фінансового менеджменту та фондового ринку

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри ФМФР  
Гончаренко О. М.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2016 р.

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА  
на здобуття освітньо-кваліфікаційного  
рівня магістра

зі спеціальності 8.03050801 “Фінанси і кредит” за програмою  
«Фінансовий менеджмент»  
за темою:  
«Управління портфелем банківських послуг на прикладі ПАТ АБ  
«Південний»»

Виконавець:

студентка \_\_\_\_\_ ЦЗФН \_\_\_\_\_  
(факультет)

Кудієва А.В.

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., професор

\_\_\_\_\_  
(науковий ступінь, вчене звання)

Величко Г.О.

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЮ</b>	
<b>БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ .....</b>	<b>6</b>
1.1 Визначення стратегії та конкурентоспроможності продукту комерційного банку на фінансовому ринку .....	6
1.2 Фактори та етапи формування продуктової політики в рамках управління портфелем банківських послуг.....	13
1.3 Методи формування та управління портфелем банківських послуг в комерційному банку .....	19
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОРТФЕЛЮ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ПАТ АБ</b>	
<b>«ПІВДЕННИЙ».....</b>	<b>41</b>
2.1 Загальна характеристика ПАТ АБ «Південний» та аналіз його фінансово-господарської діяльності .....	41
2.2 Аналіз розрахунково-касових операцій ПАТ АБ «Південний».....	49
2.3 Аналіз депозитної та кредитної складової портфелю банківських послуг ПАТ «Акціонерний банк Південний».....	62
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПОРТФЕЛЮ</b>	
<b>БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ ПАТ АБ «ПІВДЕННИЙ».....</b>	<b>84</b>
3.1 Рекомендації щодо розширення портфелю банківських послуг ПАТ АБ «Південний».....	84
3.2 Застосування економіко-математичного моделювання в управлінні портфелем банківських послуг.....	88
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>95</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>99</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>103</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Банківська система є невід'ємним сегментом економічної системи будь-якої країни, який займає стратегічне положення в економіці, що визначається її цілями, завданнями, функціями, а також впливом на інші системи. Сучасна банківська система України розвивається під впливом як позитивних зовнішньоекономічних чинників, так і внутрішніх соціально-економічних процесів, які створюють сприятливі умови для розвитку банківського сектора економіки.

Сучасні умови розвитку банківського ринку і запити клієнтів вимагають вмілого управління існуючим банківським портфелем послуг і розробки нових банківських продуктів. Це пов'язано також і з тим, що банки прагнуть забезпечити оптимальне поєднання ліквідності і прибутковості фінансових ресурсів, створення і підтримки своєї репутації.

В сучасних умовах нестабільної економіки важливого значення набуває вдале формування портфелю банківських, оскільки діяльність банків спрямована на збереження та примноження капіталу клієнтів, тому запропоновані продукти і послуги мають сприяти зниженню операційних витрат і підвищенню прибутковості банку.

Актуальність цієї роботи також обумовлюється стрімким розвитком ринку банківських продуктів. Тому, для досягнення конкурентних переваг і лідируючих позицій на ринку роздрібних послуг банк повинен розширювати спектр пропонованих банківських послуг, якісних характеристик банківських продуктів, повноти продуктового ряду.

Серед авторів, які внесли значний внесок у розгляд питань з управління портфелем банківських послуг, можна зазначити Галько О.Р., Карасева І.М., Лютого І.О., Ніколаєву Т.П., Паласевич М.Б., Солодку О.О., Хабарова В.І. та інших.

*Мета і завдання дослідження.*

Метою роботи є розгляд сутності і змісту портфелю банківських послуг.

Отже, основними задачами дослідження будуть:

- а) розглянути банківські продукти на фінансовому ринку;
- б) дослідити взаємозв'язок банківської стратегії і банківського продукту;
- в) визначити фактори та етапи формування продуктової політики в рамках продуктової стратегії банку;
- г) розглянути методи формування і оцінки продуктової стратегії;
- д) розглянути методи аналізу та розробки банківського продукту-новинки;
- е) здійснити аналіз ринкових можливостей, сегментації ринку та позиціонування банківського продукту;
- є) провести аналіз портфелю банківських послуг ПАТ АБ «Південний»;
- д) сформулювати основні пропозиції щодо підвищення ефективності портфеля банківських послуг ПАТ АБ «Південний».

*Об'єкт і предмет дослідження.*

Об'єктом дослідження є економічні відносини, що виникають в процесі управління продуктовим портфелем, розробки та впровадження нових банківських продуктів на прикладі ПАТ АБ «Південний».

Предметом дослідження є економічні відносини щодо надання банківських послуг.

*Методи дослідження.*

Теоретико-інформаційну основу дослідження становлять законодавча база, періодичні та монографічні видання, матеріали всеукраїнських науково-практичних конференцій, статистичні матеріали Національного банку України, Асоціації українських банків. У процесі дослідження використовувалися методи порівняння, узагальнення та систематизації (при дослідженні суті банківського продукту, продуктової стратегії банку); групування, статистичні, математичні, графічного аналізу, метод екстраполяції (при оцінці показників діяльності банків, аналізі депозитного та кредитного портфеля); системний і комплексний підходи, економіко-

статистичні, методи прогнозування (при побудові регресійної економіко-математичної моделі управління портфелем банківських послуг ПАТ АБ «Південний», для визначення шляхів удосконалення механізму управління портфелем банківських послуг).

*Інформаційна база дослідження.*

Інформаційною базою дослідження є наукові публікації та монографічні видання вітчизняних і закордонних вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій, звіти й аналітичні матеріали Національного банку України, Асоціації українських банків, локальні положення і інструкції та дані звітності ПАТ АБ «Південний», матеріали наукових досліджень вітчизняних вчених, матеріали періодичного друку.

## ВИСНОВКИ

Розширення банківських продуктів з широкою клієнтурою - важлива особливість сучасної банківської діяльності в усіх країнах світу, що мають розвинену банківську систему. Провідні комерційні банки України прагнуть розширити продуктовий портфель для своїх клієнтів з тим, щоб збільшити свою прибуткову базу, підвищити рентабельність і конкурентоспроможність.

Банківський продукт являє собою сукупність відповідним чином структурованих банківських послуг, що адаптована для реалізації клієнту у формі товару, юридично оформлена та реалізована банківською операцією. Тобто банківський продукт виражається через банківські послуги та складається з упорядкованої сукупності банківських операцій. Умовно виділяють групи банківських продуктів: платіжно-розрахункові, ощадно-капіталотворчі та платіжно-розрахункові.

Для вдалого формування продуктового портфеля та успішного довгострокового розвитку банк обирає продуктову стратегію. Під продуктовою стратегією розуміють створення нових, вдосконалення існуючих, перевірку і пристосування банківських послуг з метою задоволення виникаючих потреб наявних або потенційних клієнтів банку.

Створення продуктового портфеля відбувається в рамках продуктової політики, що є складовою продуктової стратегії і являє собою сукупність методів та інструментів щодо реалізації інноваційних змін в існуючому продуктовому портфелі банку з метою максимізації банківського прибутку. Ефективна продуктова політика допомагає оцінити доцільність розширення продуктового портфеля, забезпечує банку ринкову орієнтацію.

Розглянуті методи формування продуктової стратегії комерційного банку (аналіз ринку банківських продуктів і послуг, аналіз мікросередовища комерційного банку, аналіз політики обслуговування клієнтів комерційного банку тощо) дозволяють проаналізувати ринкові можливості банку та

співвіднесення їх із внутрішніми можливостями з метою отримання показників необхідних інноваційних змін у продуктовому портфелі.

При розробці продуктового портфеля також враховується аналіз ринкових можливостей, проводиться відбір цільових сегментів та за допомогою позиціонування банк може визначити кращий спосіб впровадження банківського продукту в обраний цільовий сегмент.

Аналіз ринку банківських продуктів був проведений на основі продуктового портфеля ПАТ АБ «Південний».

Акціонерний банк «Південний» – український банк, з головним офісом у м. Одеса, заснований у 1993 році. «Південний» – універсальний комерційний банк з широким спектром послуг для корпоративних клієнтів та фізичних осіб.

Як показав проведений аналіз, сукупні активи банку протягом 2009-2014 рр. істотно змінювався в сторону зменшення протягом 2009-2012 рр та істотного збільшення протягом 2013-2014 рр. Загалом у 2014 р. активи збільшились на 4074518 тис.грн порівняно з 2009 р. Зменшення активів відбувалось в основному за рахунок виданих кредитів клієнтам та заборгованості по ним.

Також в складі активів банку присутнє характерне збільшення для цінних паперів, що відносяться на фінансовий результат протягом 2012-2014 рр. на 30427 тис.грн., цінних паперів на продаж протягом 2009-2014 рр. на 7361 тис.грн, інвестиції в асоційовані та дочірні компанії протягом 2009-2014 рр. на 61596 тис.грн., основних засобів та нематеріальних активів на 110784 тис.грн. та інших активів та фінансових активів на 195278 тис.грн. Ці зміни носять позитивний характер для банку. Але відбулись також негативні зміни структури активів. Так кредити та заборгованість клієнтів у 2014 р. порівняно з 2009 р. зросла на 2812391 тис.грн.

Як показав аналіз динаміки зобов'язань банку за 2009-2014 рр. зобов'язання з 2009 по 2012 роки зменшились на 436391 тис.грн, що пояснюється зменшенням депозитного портфелю на 296227 тис.грн або на

4,96% та зменшенням залучених коштів, в тому числі консорціум них кредитів на 453015 тис.грн. або на 61,78% але потім за 2013-2014 рр збільшилися і загалом на 2014 р. зросли на 3660755 тис.грн. порівняно з 2009 р. або на 39,59%. У 2014 р. сума єврооблігацій становила 0 тис.грн, тоді як у 2009 р. вона складала 830437 тис.грн. Натомість у 2014 р. зменшилась сума відстрочених податкових зобов'язань порівняно з 2009 р. на 20296 тис.грн. або на 48,27%, що є позитивною тенденцією. Негативним є збільшення субординованого боргу банку у 2014 р. порівняно з 2009 р. на 237681 тис.грн. або на 119,08%. Але слід відмітити збільшення резервів на зобов'язання. Вони у 2014 р. порівняно з 2009р. зросли на 49897 тис.грн. або на 516,85%, що забезпечить платоспроможність та стабільність банку.

На підставі досліджень продуктового портфелю ПАТ АБ «Південний» була запропонована система рекомендацій та пропозицій щодо розширення та формування продуктового портфелю ПАТ АБ «Південний», які допоможуть йому більш якісно задовольнити попит на ринку банківських послуг, тим самим збільшити свій прибуток, а саме:

- а) проведення модернізації програмного забезпечення послуг Інтернет-банкінгу та розширення й модернізація мережі зон самообслуговування 24/7;
- б) розвиток безконтактних технологій (безконтактних карток Visa PayWave, MasterCard PayPass, впровадження можливості проведення розрахунково-касових операцій за допомогою смартфона);
- в) впровадження платіжних карток, що виступають одночасно ключем доступу як до поточного рахунку, так і до його Інтернет-гаманців;
- г) депозитні кредитні картки з пільговим режимом користування – аналогічні кредитним карткам з овердрафтом;
- д) пропонувати своїм клієнтам продукти на більш вигідних умовах;
- е) перейти на індивідуальні умови надання депозитних продуктів;
- ж) впровадження можливості оформлення депозитних вкладів онлайн;
- з) для підвищення довіри клієнтів до ПАТ АБ «Південний» необхідно розробити та впровадити нову депозитну програму, яка б передбачала видачу



клієнту спеціального сертифікату, який він може у будь-який час обміняти на облігації внутрішньої державної позики;

и) перейти на індивідуальні умови заключення кредитних договорів;

ї) впровадити дистанційну видачу кредитів на придбання автомобілів та житла через партнерів банку;

к) освоєння нових видів нетрадиційних банківських продуктів.

Таким чином, дані нововведення будуть сприяти збільшенню власних прибутків ПАТ АБ «Південний», мобілізації додаткових ресурсів, розширенню клієнтської бази банку, зниженню ризиків, матеріальних та трудових ресурсів, а також підвищенню авторитету та конкурентоспроможності банку на ринку банківських послуг України.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексєєв І.В., Захарчук О.В., Рим Н.Н. Банківський маркетинг: Навчальний посібник. - Львів: Львівський банківський коледж НБУ, 2001.- 96 с.
2. Асоціація українських банків [Електронний ресурс]/ Офіційний сайт – Режим доступу: <http://aub.org.ua>.
3. Банківський продукт або що покупають клієнти банку [Електронний ресурс]/Режим доступу: [ageon.ua/crm-blogs/leschenko/186-crm-bank](http://ageon.ua/crm-blogs/leschenko/186-crm-bank) .
4. Банковское дело: Учебник для вузов/О.И.Лаврушин, И.Д.Малюкова, Н.И.Валенцева и др./Под ред. О.И.Лаврушина.- М.: Финансы и статистика, 2001. - с.176-178.
5. Васюренко О. В. Банківські операції: Навчальний посібник – К.: Знання, 2004 р. – 324 с.
6. Вітлинський В. Фінансова стійкість як системна характеристика комерційного банку//Банківська справа, 2010 р. – с.27-32.
7. Волкова І.А. Бухгалтерський облік у банках. Навчальний посібник/ І.А.Волкова,О.Ю.Калініна.- Центр учбової літератури, 2009р. – с.64-65.
8. Гончаров Ю.В. Управління проектним фінансуванням комерційного банку // Актуальні проблеми економіки. – 2009. - №9. - с. 196-208.
9. Герасимович А.М., Алексеєнко М.Д. та ін. Фінансовий менеджмент. Підручник 2-ге видання, перероблене і доповнене. – К. : КНЕУ, 2009 р. – 599 с.
10. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]/ Офіційний сайт – Режим доступу: [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua).
11. Дзюблюк О. До питання про суть комерційного банку і специфіку банківського продукту// Вісник НБУ.- 2006.- № 4 .- с. 60-62.
12. Джозлин Р.В., Хамфриз Д.К. Банковский маркетинг. Введение в рыночное планирование.- М.: Церих – ПЭЛ, 2000.- 96 с.
13. Дмитрієва О. А. Оптимізація депозитної діяльності комерційного банку// Фінанси України. – 2009. - № 5. – с.15-17.
14. Жуков Е.Ф. Менеджмент и маркетинг в банках: Учебное пособие для вузов.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2004.- 191 с.

15. Закон України «Про банки і банківську діяльність» зі змінами та доповненнями від 15.03.2006р. – Відомості Верховної Ради, 2006 - №14. – с.121.
16. Капран В. І. Банківські операції : Навч. посіб. / В. І. Капран, М. С. Кравченко, О. К. Коваленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2010.– с.119-127.
17. Кириченко О., Геленко І., Ятченко А. Банківський менеджмент: Навчальний посібник для вищих навч. закладів.- К.: Основи, 2006.- 671 с.
18. Киселев В. В. Управление банковским капиталом (теория и практика) /В. В. Киселев. – М. : ОАО «Изд-во «Экономика», 1997. – 256 с.
19. Ковшарь А. І. , Марченко О. Г. Шляхи удосконалення Депозитної політики на сучасному етапі. Науковий вісник. - К.: Основи, 2011р. – с. 47-51.
20. Коваленко Л.О., Ремньова Л.М. Фінансовий менеджмент. Навчальний посібник. – 2-ге видання, перероблене і доповнене. – К.: Знання, 2005. – 485с.
21. Козьменко С.М., Шпиг Ф.І., Волошко І.В. Стратегічний менеджмент банку: Навчальний посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2003. – 734с.
22. Кочетков В.М., Нікітін А.В. Маркетинг у банку: Конспект лекцій. – К.: Видавництво Європейського університету, 2002. – 88 с.
23. Лисенко О. Що пропонують банки клієнту// Конкретно про банки в Україні.- 2006.- с.34-35
24. Лютий І. О., Солодка О. О. Банківський маркетинг: Навчальний посібник — К. : Знання, 2009. — 395с.
25. Матвійчук І.В. Банківське інвестиційне кредитування//Фінанси України. -2008. - № 10. - С. 117-120.
26. Мельникова І. Маркетингові аспекти формування депозитної бази комерційного банку// Банківська справа.- 2010.- № 3.- С. 40-41
27. Мещеряков А.А., Лисяк Л.В., Фінансовий менеджмент у банках: Навчальний посібник. – К.:Центр навчальної літератури, 2006. – с. 212-218.
28. Миколаєва Т.П. Банківський маркетинг. Навчально-методичний посібник. — М.: Вид.Центр ЕАОИ. 2009. — с.129-135.
29. Миколаєнко С.М. Нові банківські продукти// Банківська справа.- 2008.- № 8.- с. 21-26.

30. Національний банк України [Електронний ресурс]/ Офіційний сайт – Режим доступу: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
31. Нікітін А.В. Маркетинг у банку. Навчально-методичний посібник. — К.: КНЕУ, 2001. — с.21-68.
32. Новикова І. В., Худолій Л. М., Денисенко М. П., Кабанов В. Г. Банківський маркетинг: Навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Європейський ун-т. — К. : Видавництво Європейського університету, 2003. — с. 155.
33. Орлієнко С. Особливості розробки нових банківських продуктів//Банківська справа. - 2010.- № 3.- С. 24-27.
34. ПАТ «Банк Восток» [Електронний ресурс]/ Офіційний сайт – Режим доступу: <http://www.bankvostok.com.ua/>
35. Пашківський А.Е. Оцінка якості кредитного портфеля // Бухгалтерія та банки. 2011. №8. С.27.
36. Примощенко В.В. Банківське інвестиційне кредитування //Формування ринкових відносин .- 2011. - №10. - с.40-43.
37. Примостка Л.О. Фінансовий менеджмент банку. Навчальний посібник, Київ, 2009. - с.79-84.
38. Проблемы качества банковской деятельности//Банки: мировой опыт.- 2008.- № 1.- с. 14-16.
39. Прокопенко І. Ф. Основи банківської справи : Навч. посіб. / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін, В. В. Соляр. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 410 с.
40. Романенко Л.Ф. Товарна (продуктова) політика банку/Бібліотека українських підручників [Електронний ресурс]/Режим доступу: [pidruchniki.ws/20080215/bankivska\\_sprava/](http://pidruchniki.ws/20080215/bankivska_sprava/)
41. Роуз Питер С. Банковский менеджмент: Пер. с англ.- М.: Дело ЛТД, 1997.- с.114-115.
42. Савченко Н.Д. Депозитний портфель кредитного банку. Особливості формування// Банківська справа.- 2011.- № 7.- с. 42-47.
43. Савельєв, Є. В. Новітній маркетинг: навч. посібник / Є. В. Савельєв, С. І. Чоботар, Д. А. Штефанич. – К. : Знання, 2008. – 420 с.
44. Севрук В.Т. Банковские риски. – М.: Дело ЛТД, 1995. – 72 с.

45. Семенюк Л.П. Визначення цілей продуктової стратегії банку як вирішального фактора планування комплексу маркетингу. Харків, 2008. – с.36-39.
46. Ситник Л.С. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – с.278-279.
47. Снігурська Л.П. Банківські операції та послуги. Навчальний посібник. - К.: МАУП, 2006.- с. 277-281;
48. Стратегія розвитку банківського продукту [Електронний ресурс]/Режим доступу: [esmarketto.info/study-19-1.html](http://esmarketto.info/study-19-1.html).
49. Тулембаєва А.Н. Банківський маркетинг. Навч. посібник. — Алмати: Триумф «Т», 2007. — с.119-126.
50. Хабаров В.І., Попова Н.Ю. Банківський маркетинг. МФПА. – М., 2008. – с.6-28.
51. Штейн О. Нові тенденції в розвитку банківського маркетингу // Вісник НБУ. – 2006. – № 8. – с.12-18.