

Перспективы развития современной финансовой системы
**ПРОДУКТОВЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ РИСКАМИ
КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**
Жарникова Евгения Юрьевна

Ивановский государственный университет, Иваново, Россия

E-mail: evgen_zharnikova@mail.ru

Текущая социально-экономическая ситуация в РФ ставит новые вызовы перед экономической и, в частности, финансовой системой страны. Нарастающая неопределенность вызывает усиление влияния рисков на деятельность финансового сектора, представленного в России большей частью коммерческими банками. В связи с этим перед кредитными учреждениями ставится задача наиболее адекватного управления рисками, которое позволило бы компенсировать влияние неопределенности, избежать непредвиденных издержек и повысить прибыль.

Наиболее подверженной риску является деятельность по предоставлению банками кредитов. Рост доли просроченной задолженности в розничном сегменте, ухудшение платежеспособности корпоративных клиентов[1] за 2013 год, а также закрытие доступа российскому финансовому сектору на рынки европейских и американских долгосрочных ресурсов ставит вопрос не только об управлении отдельными банковскими рисками, но и об управлении риском кредитных продуктов коммерческих банков в целом.

Однозначной трактовки понятия «кредитный продукт коммерческого банка» не существует. Некоторые авторы считают, что кредитный продукт - это совокупность технологически упорядоченных структурированных услуг, единичных операций и инструментов для решения конкретной задачи кредитования, которые удовлетворяют экономически однородную потребность клиентов банка и вызывают изменения в рабочих активах банка[2].

Существует формализованный подход к понятию «кредитный продукт», который представляется усеченным в плане раскрытия сущности термина. В рамках этого подхода предлагается рассматривать кредитный продукт как мультиатрибутивную модель для удобства разработки продуктов, которая позволяет формализовать связь между свойствами продукта и атрибутами, воспринимаемыми клиентами, представляющими для них наибольшую ценность и, возможно, превосходящими ожидания клиентов выбранного сегмента[3].

Из приведенных выше определений видно, что кредитный продукт - это специфический объект, подход к раскрытию сущности которого осуществляется как с точки зрения маркетинга, так и с точки зрения технологии банковского дела. В связи с этим представляется необходимым рассматривать управление рисками кредитных продуктов коммерческих банков с учетом обеих вышеуказанных составляющих кредитного продукта.

Мы считаем, что комплексное управление рисками кредитных продуктов коммерческого банка окажет положительное влияние не только на качество управления рисками банка, но и повысит эффективность формирования ценовой и продуктовой политики, что в совокупности окажет позитивный эффект на деятельность банка в целом. Поэтому, исходя из общепринятого определения риска, а также вышеуказанных определений и выделенных специфик, сформулируем следующее определение рисков кредитных продуктов коммерческого банка.

Риск банковского кредитного продукта - это возможность возникновения убытка вследствие реализации негативных сценариев, определенных на каждом этапе жизненного цикла кредитного продукта.

Под негативными сценариями будем понимать ситуации, появляющиеся при возникновении негативных эффектов от реализации банковских рисков.

Негативные эффекты от реализации банковских рисков - потери, вызванные отклонением значений уровней банковских рисков от установленных нормативов (заданных как регулятором, так и самим банком).

На основе предложенного продуктового подхода к управлению рисками кредитных продуктов возникает возможность создания комплексного подхода к управлению рисками, что прямым образом повлияет на эффективность управления ими, а также на повышение стабильности функционирования кредитных организаций в сложившейся макроэкономической ситуации за счет повышения ее адаптивности к происходящим изменениям.

Источники и литература

- 1) Аналитический материал Внешэкономбанка. Март 2014 [Электронный ресурс]. URL: www.veb.ru/common/upload/files/veb/analytics/fld/20140326_banks.pdf.
- 2) Суходоева Л.Ф., Мудрак А.А. Банковский и кредитный продукт как инновационный термин, фокусирующий клиентоориентированный подход к его экономическому содержанию // Креативная экономика. — 2011. — № 3 (51). — с. 133-138.
- 3) Зинкевич В. А. Оптимизация кредитных продуктов как устойчивое конкурентное преимущество // Банковское кредитование. 2012. №2.
- 4) О банках и банковской деятельности: федеральный закон от 2 декабря 1990 года №395-1-ФЗ (ред. от 04.11.2014). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».