

УДК 336.71:[005+339.13](470+571)(075.8)
ББК 65.262.101(2Рос)-21я73-1+65.262.101(2Рос)-32я73-1
Б23

Авторы:
Е.Ф. Жуков, Н.Д. Эриашвили

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

Банковский менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. Е.Ф. Жукова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 303 с.
И. Жуков, Евгений Федорович, ред.

ISBN 978-5-238-01620-7

Агентство СІР РГБ

В учебнике освещены теоретические основы банковского менеджмента. Рассмотрены цели, задачи, принципы, содержание, правовые и методические основы менеджмента и маркетинга в банках. В рамках комплексного управления банковской деятельностью проанализированы управление ликвидностью, пассивными и активными операциями, процентной и инвестиционной политикой, затратами, организационной структурой, материально-технической базой, финансовыми рисками и персоналом банка.

Приведены маркетинговые стратегии банка и специализированных небанковских кредитно-финансовых институтов.

Для студентов, обучающихся по экономическим специальностям, аспирантов и преподавателей экономических специальностей вузов, а также работников банковской сферы.

ББК 65.262.101(2Рос)-21я73-1+65.262.101(2Рос)-32я73-1

ISBN 978-5-238-01620-7

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 1997, 2007, 2009

Принадлежит исключительное право на использование и распространение издания. Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2007, 2009

ОГЛАВЛЕНИЕ

От автора	3
Раздел I. БАНКОВСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	3
Глава 1. Теоретические основы банковского менеджмента	4
1.1. Теоретические аспекты банковского менеджмента	4
1.2. Цели и задачи банковского менеджмента	6
Экономические и социальные цели банков	6
Задачи банковского менеджмента	8
1.3. Содержание банковского менеджмента	8
Планирование деятельности банка	9
Анализ деятельности банка	9
Регулирование и контроль деятельности	10
1.4. Правовые основы банковского менеджмента	11
1.5. Качество банковского менеджмента и его оценка	12
Вопросы для самоконтроля	14
Глава 2. Принципы, механизм и методические основы организации банковского менеджмента	15
2.1. Принципы банковского менеджмента	15
2.2. Механизм банковского менеджмента	16
Внутрибанковское управление	17
Управление банковской деятельностью	18
Управление персоналом банка	20
2.3. Разработка целей и стратегий банковского менеджмента	24
2.4. Методические основы организации банковского менеджмента	27
Принятие и реализация решений	28
Информационное обеспечение банковского менеджмента	30
Экономический механизм банковского менеджмента	31
Управление банковской деятельностью	31
Управление персоналом	31
Управление предпринимательской деятельностью банка	32
Вопросы для самоконтроля	35
Глава 3. Аспекты управления банковской деятельности	36
3.1. Управление ликвидностью банка	36
Ликвидность банка. Ликвидность активов	36
Оценка ликвидности	38

Методы управления ликвидностью	41
3.2. Управление активными операциями	45
Общий метод распределения средств	45
Метод распределения активов, или конверсии средств	47
Научный метод управления активами	48
3.3. Управление пассивами банка	49
Методы управления пассивными операциями	49
3.4. Управление процентной политикой банка	51
Методы управления процентным риском	52
Варианты банковской процентной политики	54
3.5. Инвестиционная стратегия и управление портфелем ценных бумаг	55
Понятие инвестиционной стратегии	56
Методы управления инвестиционной деятельностью	57
Управление доходностью инвестиционного портфеля	62
Прогнозирование рынка ценных бумаг	66
Прогнозирование ликвидности фондового рынка	71
Оценка рисков инвестирования	73
Формирование портфеля ценных бумаг банка	78
Стратегии управления портфелем ценных бумаг	81
3.6. Управление затратами банка	85
Дескриптивная модель управления затратами	86
Оптимизация банковских затрат	88
3.7. Управление организационной структурой банка	92
Подразделения (управления) и службы (отделы) банка	93
Типы организационной структуры банка	94
3.8. Управление материально-технической базой банка	102
3.9. Управление финансовыми рисками коммерческих банков	104
Теоретические аспекты управления финансовыми рисками	104
Методы управления финансовыми рисками	107
Методики управления финансовыми рисками	110
3.10. Управление персоналом	115
Теоретические и методологические основы мотивации персонала	116
Основные элементы мотивации персонала	119
Вопросы для самоконтроля	121
Глава 4. Управление безопасностью коммерческого банка	122
4.1. Содержание и принципы управления безопасностью банка	122
Понятие банковской безопасности	122
Государственное регулирование безопасности банковской деятельности	123

Банковские риски как фактор угроз безопасности банка	124
Управление безопасностью банка	126
4.2. Оценка кредитоспособности заемщика как метод управления безопасностью банка	131
Анализ кредитоспособности заемщика	132
Оценки кредитоспособности	133
4.3. Безопасность банковской системы России	135
Анализ причин финансового кризиса и их влияние на развитие банковского сектора	136
Вопросы для самоконтроля	138
Глава 5. Банковский менеджмент в России	139
5.1. Особенности организации банковского менеджмента в России	139
Основное содержание банковского менеджмента	139
Основные сферы банковского менеджмента	143
5.2. Анализ практики банковского менеджмента в России	144
Причины неэффективного функционирования банковской системы в начальный период	144
5.3. Особенности управления персоналом российских коммерческих банков	149
Оценка профессиональной деятельности персонала	158
Вопросы для самоконтроля	162
Раздел II. БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ	163
Глава 6. Теоретические основы банковского маркетинга	164
6.1. Понятие банковского маркетинга	164
6.2. Цели, принципы, задачи и функции банковского маркетинга	165
Цели банковского маркетинга	165
Задачи банковского маркетинга	167
Принципы банковского маркетинга	168
Функции банковского маркетинга	169
Изучение рыночного спроса на банковские продукты	169
6.3. Содержание банковского маркетинга и его элементы	174
Анализ рынка	174
Разработка продуктов и услуг и определение их стоимости	176
Организация сбытовой сети	177
Создание офшорных филиалов	177
6.4. Методы банковского маркетинга	178
Создание и поддержание имиджа банка	178
Разработка стиля общения с клиентом	179

Обеспечение стабильных выплат дивидендов акционерам	180
Реклама	180
6.5. Организация маркетинговой деятельности банка	181
Способы организации маркетинговой деятельности банка	181
Маркетинговая служба и ее функции	181
6.6. Маркетинг в российских банках	183
Недостатки маркетинговых стратегий российских банков и их причины	183
Сравнительный анализ маркетинговых стратегий российских банков	187
Перспективы дальнейшего развития банковского маркетинга в России	188
Вопросы для самоконтроля	190
Глава 7. Банковские продукты и услуги	191
7.1. Понятие и характеристика банковских продуктов и услуг	191
Понятие банковского продукта и банковской услуги	192
Основные виды банковских продуктов	192
Основные виды банковских услуг	194
7.2. Разработка и внедрение банковских продуктов и услуг	195
Вопросы для самоконтроля	197
Глава 8. Маркетинговые стратегии банка	198
8.1. Сегментация банковского рынка	198
Понятие сегментации банковского рынка	198
Виды сегментации	199
Виды сегментации и маркетинговые стратегии	206
8.2. Управление спросом	208
Анализ спроса	208
Виды спроса и маркетинговые стратегии	209
8.3. Конкурентная стратегия банка	211
Понятие конкурентной стратегии банка	211
Внутриотраслевая конкуренция	212
Межотраслевая конкуренция	212
Анализ состояния конкуренции на рынке банковских продуктов и услуг	213
8.4. Ценовая стратегия банка	217
Разработка ценовой стратегии	217
Определение цен на отдельные виды банковских продуктов и услуг	219
Стратегия и тактика продаж	223
Стратегия персональных продаж	225

Стратегия развития комплекса услуг	225
Стратегия специализации	226
Стратегия продаж кредитных продуктов	226
Стратегия совершенствования продуктового ряда	227
Стратегия специализации	229
Налаживание системы персональных коммуникаций	229
Бюджетирование	230
Создание систем планирования, контроля качества и мотивации персонала	231
8.6. Маркетинг клиентской базы	231
Формирование оптимальной клиентской базы	232
Мониторинг клиентской базы	233
Вопросы для самоконтроля	234
Глава 9. Маркетинг специализированных небанковских кредитно-финансовых институтов	235
9.1. Страховой маркетинг	235
Страховой маркетинг по пассивным операциям	235
Страховой маркетинг по активным операциям	236
9.2. Маркетинговые стратегии пенсионных фондов	238
9.3. Маркетинговые стратегии инвестиционных компаний	239
Маркетинговые стратегии по пассивным операциям	239
Маркетинговые стратегии по активным операциям	240
9.4. Маркетинговые стратегии ссудосберегательных ассоциаций	240
9.5. Маркетинговые стратегии финансовых компаний	242
Вопросы для самоконтроля	242
Глава 10. Маркетинговые коммуникации	243
10.1. Назначение и содержание маркетинговых коммуникаций	243
Содержание маркетинговых коммуникаций	246
10.2. Стимулирование сбыта	247
Цели стимулирования сбыта	247
10.3. Связи с общественностью — PR	248
Виды PR	250
Принципы PR	251
Основные направления деятельности по связям с общественностью	251
Мероприятия, осуществляемые в сфере паблик рилейшнз	252
Ошибки восприятия мероприятий по паблик рилейшнз	252
10.4. Реклама	253
Сущность и требования к рекламе	253

Цели рекламы	257
Выбор средств рекламы	258
Критерии выбора качественных и количественных характеристик рекламы	259
Анализ целевой аудитории	261
Методы банковской рекламы	261
10.5. Прямой маркетинг (директ-маркетинг)	272
Вопросы для самоконтроля	273
Глава 11. Оценка эффективности рекламы	274
11.1. Анализ понятия «эффективность рекламы»	275
Действенность рекламы	275
Способы определения эффективности рекламы	280
11.2. Определение коммуникационной эффективности рекламы	285
Процесс восприятия рекламы	286
Исследование эффективности рекламы	288
Методы тестирования	289
Методы оценки коммуникационной эффективности рекламы	294
11.3. Определение экономической эффективности рекламы	298
Определение рекламного дохода и рекламной прибыли	299
Повышение экономической эффективности рекламы	301
Определение стоимости рекламной кампании	302
11.4. Оценка рекламной активности банка	303
Особенности оценки рекламной активности	304
Издержки и прибыль в рекламной деятельности	306
Показатели рекламной активности	308
Вопросы для самоконтроля	310
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	311