Содержание

Введение

[Глава 1. Потребительский кредит в экономике](#_Toc293658452)

1.1 Сущность потребительского кредита

[1.2 Роль потребительского кредита в экономике](#_Toc293658454)

1.3 Факторы, определяющие процент кредита

[1.4 Проблемы потребительского кредита в России](#_Toc293658456)

Глава 2. Экономическая сущность кредита и его функции

[2.1 Принципы построения кредитных отношений](#_Toc293658458)

2.2 Основные формы потребительского кредита

[2.3 Функции потребительского кредита и его влияние на экономику страны](#_Toc293658460)

2.4 Структура кредитной системы России

[Глава 3. Потребительское кредитование: проблемы и методы развития (на примере ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк")](#_Toc293658462)

3.1 Особенности работы коммерческого банка с физическими лицами

[3.2 Краткая характеристика банка](#_Toc293658464)

3.3 Потребительский кредит в торговой организации

[3.4 Анализ клиентской базы](#_Toc293658466)

3.5 Семинар "Эффективные продажи банковской услуги потребительского кредитования"

[Заключение](#_Toc293658468)

Список используемой литературы

# Введение

Развитие кредитования физических лиц отражает положительные сдвиги, имеющие место в национальной экономике России. Россия с трудом, но постепенно преодолевает волну финансового кризиса 2008-2009 годов.

Кредитные операции составляют основу активной деятельности коммерческих банков, поскольку:

во-первых, их успешное осуществление ведет к получению основных доходов, способствует повышению надежности и устойчивости банков, а неудачам в кредитовании сопутствует их разорение и банкротство;

во-вторых, банки призваны аккумулировать собственные и привлеченные ресурсы для кредитования инвестиций в развитие экономики страны;

в-третьих, эта деятельность при ее успешном осуществлении приносит прибыль ее участникам: кредитным организациям, заемщикам и обществу в целом.

Поэтому развитие и совершенствование оптимальных форм кредитования физических лиц является условием диверсификации кредитного портфеля банков и появления собственников с увеличивающимся уровнем доходов. Такие формы стимулируют вовлечение в процесс кредитования все большее число потребителей, делают кредит доступным средством благосостояния каждой российской семьи. В отечественной и зарубежной литературе интерес к данной теме довольно большой. При написании использовались работы Лаврушина О.И., Костериной Т.М., Боровской М.А., Тагирбекова К.Р., Жукова Е.В. и др. Эти и другие авторы отмечают необходимость дальнейшего исследования и теоретической разработки в проблемах развития и научного обоснования оптимальных форм потребительского кредитования. Представленное исследование вносит посильный вклад в механизм совершенствования кредитования граждан. Целью настоящей работы является анализ условий и практики кредитования физических лиц в Сберегательном банке, разработка и обоснование основных направлений совершенствования кредитования физических лиц.

Объектом исследования - является деятельность банка "Хоум Кредит энд Финанс Банк", связанная с реализацией тех или иных форм потребительского кредита.

Предмет исследования - формы кредитования, реализуемые банком в процессе деятельности на рынке банковских услуг.

Теоретико-методологической базой исследования послужат работы российских и зарубежных ученых по теории банковского дела, организации кредитных отношений с населением, законодательные акты Российской Федерации, официальные документы Правительства РФ, ЦБ РФ. Для достижения поставленной цели в данной работе необходимо решить следующие задачи:

показать содержание и сущностные характеристики кредитования, обосновать подходы к классификации форм кредита;

провести анализ состояния системы кредита в банке, раскрыть условия и факторы, обеспечивающие её функционирование;

проанализировать методики оценки кредитоспособности физических лиц, показать их значение как важного фактора, способствующего развитию системы кредитования населения, предложить собственные методические принципы оценки кредитоспособности.

# Глава 1. Потребительский кредит в экономике

Потребительское кредитование продолжает набирать обороты в России. Пожалуй, сегодня уже трудно найти человека, который никогда не слышал о возможности купить что угодно за чужой счет. Устоять перед этим практически невозможно, и банки выдумывают все новые и новые предложения, чтобы завлечь клиентов.

На первый взгляд на рынке потребительского кредитования все спокойно и ничего особенного от него ждать не приходится. "Трудно выделить появление каких-то инноваций на рынке потреб. кредитования. Можно лишь с уверенностью отметить, что все виды кредитования уже присутствуют на российском рынке в той или иной степени", - отмечает замдиректора департамента маркетинга БИНбанка Игорь Розанов. [[1]](#footnote-1) Вместе с тем, как и любой другой рынок, потреб. кредитование не стоит на месте. По словам начальника отдела кредитных рисков банка "Возрождение" Сергея Капустина, "на рынке потребительского кредитования намечается тенденция к предоставлению кредитов без поручительств и залогов имущества на большие суммы". "Прежде всего, банки начинают выдавать такие кредиты клиентам, уже имеющим кредитную историю или зарплатную карту. А поскольку начинают работать кредитные бюро, можно предположить дальнейшее развитие рынка необеспеченного потребительского кредитования", - говорит он.

Такого же мнения придерживается и начальник отдела маркетинга Инвестсбербанка Ирина Линник: "В долгосрочной перспективе система кредитных бюро сделает банковский бизнес более устойчивым, и будет способствовать развитию доступности и удешевлению кредитов для населения, сохраняя уровень дефолтов на приемлемом уровне". Тем временем ставки по потреб. кредитам продолжают понемногу снижаться. "Одновременно со Сбербанком, который формально снизил процентные ставки, многие банки вынуждены были идти тем же путем", - считает Сергей Капустин.

Напомним, что с 1 августа 2010г. Сбербанк снизил ставки сразу по нескольким видам кредитования. В частности, по товарному кредиту была снижена ставка для краткосрочных кредитов с 18,5% до 16% в рублях (срок до полутора лет) и до 18% (срок от полутора до трех лет). Для кредитов сроком более трех лет ставка осталась на прежнем уровне - 18,5% годовых в рублях. Изменил Сбербанк и ставки по товарному кредиту, выдаваемому в валюте. Если раньше они составляли 11-12,5% годовых в зависимости от суммы кредита, то с 1 августа - 11,5% годовых независимо от размера займа. Кроме того, подешевел и пенсионный кредит сроком до полутора лет - с 18% до 16% годовых в рублях. Понизились ставки по кредитам под залог ценных бумаг и мерных слитков драгоценных металлов.

Среди коммерческих банков, снизивших проценты по кредитам, можно выделить "Внешторгбанк Розничные услуги" (бывший Гутабанк) - с 20% до 16-18% в рублях, с 14 до 11,5-12,5% - в валюте (в зависимости от срока), банк "УралСиб" и др. Ситибанк также существенно понизил ставки - с 18-25% до 15-23% в рублях по потреб. кредитам для своих зарплатных клиентов. Стоит отметить, что этим летом на рынок потребительского кредитования вышли сразу два новых игрока - Метробанк и образованный на базе Гутабанка "Внешторгбанк Розничные услуги". Оба пообещали проявлять активность на рынке ритейла и сразу предложили любопытные новинки. В частности, "Внешторгбанк Розничные услуги" не только установил привлекательные ставки по кредитам, но и начал выдавать кредиты без поручителей и залогов. Причем на кредит могут рассчитывать и лица без прописки, с временной регистрацией не менее шести месяцев. Срок рассмотрения заявки - два дня. Метробанк решил удивить клиентов кредитом с плавающей ставкой "Быстрые деньги". По его условиям клиент может снизить свою процентную ставку с 18% годовых до 11% годовых. Для этого ему или другому физическому лицу по его рекомендации необходимо совершить за месяц любые банковские операции. За каждый вид операции клиенту начисляют определенное количество баллов. Ставка по кредиту будет снижена, если заемщик наберет 175 бонусных METRO баллов (при сумме кредита до 50 тыс. рублей). Акция длится только один месяц, поэтому, чтобы снизить ставку еще раз, надо будет опять воспользоваться услугами банка.

Любопытно, что среди новых тенденций на рынке потребительского кредитования в России банкиры выделили рост грамотности заемщиков. По мнению зампреда правления банка "Стройкредит" Сергея Рыбина, сегодня на рынок оказывает влияние и "рост финансовой грамотности потенциальных заемщиков, которые предъявляют все большие требования к прозрачности кредитных схем и адекватно оценивают свои затраты, связанные с получением кредитов". Поэтому первый вопрос, который должен задать себе желающий взять кредит: какой кредит нужен - товарный или на неотложные нужды?

# 1.1 Сущность потребительского кредита

По сути, потребительский кредит - это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера (плата за обучение, медицинское обслуживание и т.п.)".

Кредит на цели.

Главной особенностью товарного кредита является то, что он выдается на покупку определенного товара. При этом расчеты с магазином банк производит самостоятельно безналичным путем - клиент денег на руки не получает. По такой схеме активно работают "Русский стандарт", "Хоум Кредит энд Финанс Банк" (ХКФбанк), Росбанк, Инвестсбербанк, Финансбанк, "Ренессанс Капитал" и др. Оформление кредита, как правило, происходит непосредственно в магазинах-партнерах банка. Для получения кредита под выбранный товар клиенту необходимо заполнить заявку у находящегося в магазине администратора банка. Процедура прохождения скорингового тестирования в банке должна занимать 15-30 минут, как заявляют сами банки. Но обычно в магазинах собирается довольно длинная очередь желающих купить товар в кредит. В результате процесс оформления товара в кредит может затянуться на несколько часов. Получив одобрение из банка, клиент делает первый взнос в кассу магазина (если это необходимо) и забирает покупку. А затем ежемесячно выплачивает по кредиту. А Метробанк запустил программу кредитования под покупку товаров в интернет - магазинах - "Быстрые деньги через интернет". Для этого клиенту необходимо собрать "корзину" планируемых к приобретению товаров и заполнить интернет-анкету, размещенную на сайте интернет - магазина. Через 10-15 минут после отправления заказа сотрудник Метробанка связывается с покупателем по указанным в анкете контактным телефонам и сообщает решение банка о выдаче ему кредита. Затем покупателю необходимо будет приехать в Метробанк с документами для подписания кредитного договора. После этого банк уведомляет интернет-магазин о факте предоставления покупателю кредита и возможности доставки ему товара.

На вопрос, что следует учесть клиентам для успешного прохождения скоринг-тестирования, во всех банках ответили: быть честными. "При заполнении заявки на получение кредита необходимо указывать достоверную информацию", - заявили в ХКФ банке. "Банк обращает внимание на все поля анкеты, а также на достоверность предоставленных данных. Мы бы порекомендовали всем клиентам рассказывать о себе правду", - сообщила Ирина Линник. Кроме того, при оценке заемщика учитывается и мнение сотрудника, который занимается оформлением кредита. Если внешний вид или состояние заемщика (алкогольное или наркотическое опьянение) вызывает подозрение у сотрудника банка, то заемщику будет отказано в получении кредита, - отметили в ХКФ банке.

Нестандартный подход к этой форме кредита продемонстрировал Русский банк развития (РБР). Ставки по кредитам его "Телечека" составляют всего 9% годовых. "Телечек" представляет собой чековую книжку, которую можно реализовать лишь в точке, подписанной банком на эту программу. Сейчас у РБР около 450 точек партнеров, где клиент сможет воспользоваться "Телечеком". Обналичить его нельзя. Кроме того, стоит отметить, что владелец "Телечека" не платит первоначального взноса. В отличие от обычного товарного кредита, по чековой книжке можно приобрести несколько товаров в удобное для клиента время, выписав несколько "Телечеков".

В "Русском стандарте", например, только с этого года стало возможно приобрести товар в кредит при уже имеющемся кредите и то только в рамках установленного банком лимита. Однако для этого клиенту в любом случае придется заново общаться с кредитным инспектором. В ХКФ банке такая возможность предоставляется только постоянным клиентам банка, имеющим пластиковую карту банка.

Кредит на нужды.

Кредит на неотложные нужды замечателен в первую очередь тем, что клиент получает на руки наличные средства. Кроме того, как правило, максимальная сумма такого кредита больше, чем товарного кредита, да и проценты ниже. Однако оформление его занимает в среднем от двух до пяти дней. Проанализировав предложения банков, работающих на рынке потребительского кредитования, можно сделать следующие выводы. Самый дорогой кредит на неотложные нужды в рублях сегодня предлагает Альфа-банк - 34% годовых. А лидером по дороговизне валютных кредитов стал Дельтабанк. Кредит в этом банке вам могут предложить под 18% годовых. К тому же Дельтабанк потребует, чтобы заемщик застраховал свою жизнь и трудоспособность. Средняя по рынку ставка потребительского кредита на неотложные нужды составляет 16% в рублях и 12-14% в валюте. Но надо отметить, что процентная ставка - это не единственный показатель стоимости кредита. Выбирая, где занять денег, не забудьте обратить внимание на дополнительные комиссии, которые возьмет с вас банк. В некоторых банках они значительно увеличивают стоимость кредита. Например, в Росбанке за выдачу кредита с вас возьмут 3% от его суммы, но не более 3000 руб. Кроме того, есть еще и ежемесячная комиссия в размере 350 рублей. В "Русском стандарте" с заемщика помимо процентов по некоторым видам товарного кредита будет списываться комиссия в размере до 1,9% годовых ежемесячно. "По моему мнению, идеальных условий сейчас нет ни в одном банке, поскольку каждый банк имеет собственное представление о кредитных рисках и темпах развития бизнеса. В одних банках отсутствует требование о наличии поручителей. В других имеется минимальный срок рассмотрения заявки и минимальный набор документов. У кого-то, напротив, высокие требования к заемщику, но при этом процентная ставка ниже среднерыночной", - говорит директор департамента розничного кредитования Промсвязьбанка Галина Побединская. Вместе с тем, отмечает она, "стремительное развитие потребительского рынка привело к тому, что у людей появилась возможность выбора". [[2]](#footnote-2) Так что, прежде чем выбрать кредит, внимательно изучите его условия, чтобы точно их выполнять. Ведь информация о том, как вы погашаете кредит, будет внесена в бюро кредитных историй для ее дальнейшего использования банками при предоставлении вам новых кредитов.

В отличие от других кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Товарами, продаваемыми в кредит, как и оплачиваемыми за счёт банковских ссуд, являются предметы потребления длительного пользования. Субъектами кредита, с одной стороны, выступают кредиторы, в данном случае - это коммерческие банки, специальные учреждения потребительского кредита, магазины, сберкассы и другие предприятия, а с другой стороны - заемщики - люди. Во Франции около 1/4 всего потребительского кредита предоставляется банками и 3/4 - специализированными кредитными учреждениями. Но поскольку последние получают необходимые им средства в большей мере за счёт банковских ссуд, то фактически 9/10 всей суммы потребительского кредита предоставляется банками. Погашается потребительский кредит в разовом порядке или с расчётного платежа.

Кредит с разовым погашением.

Сюда относятся текущие счета, открываемые покупателем на срок 11,5 месяца в универмагах и других предприятиях розничной торговли; в пределах предоставленных кредитов они покупают товары и, по истечении установленного срока, единовременно погашают свою задолженность. Потребительский кредит с разовым погашением включает также кредиты в виде отсрочки платежа (за услуги коммунальных предприятий, врачей и медицинских учреждений).

Кредит с рассрочкой платежа

Основная часть потребительского кредита (в США - 3/4 всей его суммы) составляют кредиты с рассрочкой платежа.

Через различные формы потребительского кредита обслуживается всё возрастающая доля розничного товарооборота.

Возможность возникновения и развития кредита связаны с кругооборотом и оборотом капитала. В процессе движения основного и оборотного капитала происходит высвобождение ресурсов. Средства труда используются в процессе производства длительное время, их стоимость переноситься на стоимость готовой продукции частями. Постепенные восстановление стоимости основного капитала в денежной форме приводит к тому, что высвобождающиеся денежные средства оседают на счетах предприятий. Вместе с тем на другом полюсе возникает потребность в замене изношенных средств труда и достаточно крупных единовременных затратах.

Аналогичные по своему характеру процессы происходят и в движении оборотного капитала. Более того, здесь колебания в кругообороте и обороте проявляют себя более разнообразно. Так, в силу сезонности производства, неравномерных поставок и другого происходит несовпадение времени создания и обращения продукции. У одних субъектов появляется временный избыток средств, у других их недостаток. Это создаёт возможность возникновения кредитных отношений, то есть кредит разрешает относительное противоречие между временным оседанием средств и необходимостью, их использования в хозяйстве.

Кредитные отношения в экономике базируются на определенной методологической основе, одним из элементов которой выступают принципы, строго соблюдаемые при практической организации любой операции на рынке ссудных капиталов.

# 1.2 Роль потребительского кредита в экономике

Особое развитие потребительский кредит получил в условиях общего кризиса капитализма (главным образом после 2ой мировой войны 1939-1945гг.) в связи с резким усилением несоответствия между ростом производства и ограниченностью платёжеспособного спроса трудящихся.

Кредит в экономике страны, выполняет определённые функции:

обличает перераспределение капиталов между отраслями хозяйства и тем самым способствует образованию средней нормы прибыли;

стимулирует эффективность труда;

расширяет рынок сбыта товаров;

ускоряет процесс реализации товаров и получения прибыли;

является мощным орудием централизации капитала;

ускоряет процесс накопления и концентрации капитала;

обеспечивает сокращение издержек обращения:

связанных с обращением денег;

связанных с обращением товаров.

Кредит играет большую роль в обеспечении сокращения издержек обращения, связанных с обращением товаров и металлических денег. Благодаря тому, что потребительский кредит ускоряет реализацию товаров, сокращаются издержки, связанные с их упаковкой и хранением.

Экономия же на издержках обращения металлических денег достигается:

1) развитием системы безналичных расчётов. На основе развития кредитов и банков создаются возможности производства платежей без участия наличных денег путём перевода денежных средств со счёта должника на счёт кредитора;

2) увеличением скорости обращения денег. С помощью кредита свободные денежные капиталы и сбережения помещаются их владельцами в банки, а последние путём предоставления ссуд пускают их в оборот. Оборот денег ускоряется также тем, что покупка товаров в кредит исключает необходимость предварительного накопления денег, а долг может оплачиваться немедленно после получения дохода. Таким образом, кредит и кредитная система сводят до минимума резерв денег как покупательного и платёжного средств у каждого отдельного физического и юридического лица;

3) заменой металлических денег кредитными - банкнотами. По мере того, как с развитием капитализма развивается кредит и банки, металлические деньги всё больше замещаются кредитными деньгами, обеспечивая всему классу капиталистов огромную экономию на издержках обращения денег. Начиная с первой мировой войны, в большинстве капиталистических стран, а с периода мирового экономического кризиса 1929-1933гг. во всех странах металлические деньги перестали выполнять функции средств обращения и платежа. С этого времени металлические деньги внутри страны полностью заменены кредитными деньгами и кредитными операциями.

Кредит, преодолевая границы обращения полноценных наличных денег, расширяет тем самым границы развития производства.

Потребительский кредит очень хорошо стимулирует эффективность труда. Получая заработную плату, недостаточную для покупки за наличный расчёт ряда товаров, в частности предметов длительного пользования, люди имеют возможность покупать эти товары в кредит или брать кредит под их покупку. Впоследствии, деньги за эти товары должны быть выплачены, поэтому каждый, взявший в кредит, старается продержаться на своём рабочем месте, как можно дольше, т.е. на более долгий промежуток времени. Только так он может быть уверенным в своих силах выплатить кредит и зарекомендовать себя перед кредиторами, как честное и добросовестное лицо, для дальнейших связей.

Но, как говорится в одной пословице: “Тот, кто берёт взаймы, продаёт свою свободу”. И ведь действительно, потребительский кредит может оказаться “долговой ямой” так как, лишаясь заработка в результате безработицы или по ещё какой-либо причине, может возникнуть такая ситуация, что люди не смогут погашать свою задолженность. Важно так же заметить, что потребительский кредит уменьшает текучесть кадров посредством того, что вынуждает людей, как можно крепче держаться за своё рабочее место. Уменьшение текучести кадров благоприятно влияет на экономику страны. В итоге, нужно сказать, что потребительский кредит является очень сильным фактором подъёма народного благосостояния.

Но, как говорится, не бывает плохого без хорошего, а хорошего без плохого, так и здесь. Следует учесть, что “потребительский кредит, временно форсируя рост производства, и создавая видимость высокой коньюктуры, в конечном счёте, может способствовать выходу производства за рамки платёжеспособного спроса населения, нарастания перепроизводства и обострению экономических кризисов”.

потребительский кредит россия

# 1.3 Факторы, определяющие процент кредита

Некоторые люди считают, что покупка товаров в кредит - это вынужденная мера, но для торговых фирм и банков предоставление таких кредитов - весьма выгодная операция, так как она расширяет рынок сбыта товаров и повышает норму прибыли за счёт высоких процентов по ссудам.

“Многие экономисты и банкиры объясняют этот высокий уровень по потребительским ссудам большим моральным риском и высокими издержками, связанными с изучением платёжеспособности такого рода заёмщиков. Хотя оба эти фактора действительно влияют на уровень процента, главная причина высокого его уровня кроется в использование банками их монопольного положения в качестве кредиторов”. [5, с.158].

Действительно, высокие проценты: так в США при продаже в рассрочку автомобилей - от 61.2 % годовых, бытовых приборов - 71 %, в среднем получается 102 %. Ни в какое сравнение не идут с процентными ставками на потребительский кредит при социализме: 0.5 % годовых по срочной и 3 % по просроченной задолженности. Иногда по своему уровню процент, начисляемый банком, ничем не отличается от ростовщического процента. Например, в США банки так называемого личного кредита по своим ссудам взимают 36-42 %.

И хотя потребительский кредит всё ещё берут, но спрос на него из-за высоких процентов определённо уменьшился.

В Эстонии же процентные ставки ещё не достигли такого высокого уровня, например при продаже в рассрочку кухонной посуды, сделанной из специального сплава металла, - 5 % годовых (цена этой посуды - 10500 крон комплект, состоящий из 3х кастрюль), хотя и довольно быстро стремятся к нему.

Таблица 1

Активы банков на февраль 2011 года

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Банк | Регион | Активы (тыс. руб.) |  |
| 1. | [Сбербанк России](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%25A1%25D0%25B1%25D0%25B5%25D1%2580%25D0%25B1%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA%20%25D0%25A0%25D0%25BE%25D1%2581%25D1%2581%25D0%25B8%25D0%25B8\) | Москва | 8 568 467 398 +4,26% за месяц +13,56% за полгода +19,81% за год |
| 2. | ВТБ | Санкт-Петербург | 2 780 642 858 +1,02% за месяц +4,39% за полгода +4,09% за год |
| 3. | [Газпромбанк](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%2593%25D0%25B0%25D0%25B7%25D0%25BF%25D1%2580%25D0%25BE%25D0%25BC%25D0%25B1%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA\) | Москва | 1 812 295 232 +0,68% за месяц +13,00% за полгода +8,64% за год |
| 4. | РоссельхозБанк | Москва | 1 031 917 109 +3,84% за месяц +4,92% за полгода +8,55% за год |
| 5. | [Банк Москвы](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%2591%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA%20%25D0%259C%25D0%25BE%25D1%2581%25D0%25BA%25D0%25B2%25D1%258B\) | Москва | 897 721 531 -0,31% за месяц +9,42% за полгода +14,41% за год |
| 6. | ВТБ 24 | Москва | 896 885 286 +6,46% за месяц +19,66% за полгода +27,02% за год |
| 7. | [АЛЬФА-Банк](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%2590%25D0%259B%25D0%25AC%25D0%25A4%25D0%2590-%25D0%2591%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA\) | Москва | 798 916 111 +8,02% за месяц +26,32% за полгода +36,58% за год |
| 8. | Юникредит Банк | Москва | 664 427 871 +10,75% за месяц +23, 19% за полгода +31,59% за год |
| 9. | [Райффайзенбанк](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%25A0%25D0%25B0%25D0%25B9%25D1%2584%25D1%2584%25D0%25B0%25D0%25B9%25D0%25B7%25D0%25B5%25D0%25BD%25D0%25B1%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA\) | Москва | 478 197 734 +1,75% за месяц - 0,96% за полгода +1,36% за год |
| 10. | Промсвязьбанк | Москва | 472 509 304 +0,68% за месяц +9,44% за полгода +2,14% за год |
| 11. | [Росбанк](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%25A0%25D0%25BE%25D1%2581%25D0%25B1%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA\) | Москва | 435 997 773 +11,62% за месяц +20,92% за полгода - 0,94% за год |
| 12. | Уралсиб | Москва | 408 984 757 +5,56% за месяц - 7,40% за полгода +7,85% за год |
| 13. | [МДМ Банк](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%259C%25D0%2594%25D0%259C%20%25D0%2591%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA\) | Новосибирск | 379 903 395 -1,74% за месяц +5,83% за полгода - 6,36% за год |
| 14. | ТрансКредитБанк | Москва | 373 132 550 +7,30% за месяц +16,27% за полгода +54,23% за год |
| 15. | [Номос-Банк](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%259D%25D0%25BE%25D0%25BC%25D0%25BE%25D1%2581-%25D0%2591%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA\) | Москва | 357 797 382 +12,65% за месяц +36,49% за полгода +32,57% за год |
| 16. | Банк "Санкт-Петербург" | Санкт-Петербург | 270 190 524 +0,14% за месяц +10,60% за полгода +13,21% за год |
| 17. | [Россия](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%25A0%25D0%25BE%25D1%2581%25D1%2581%25D0%25B8%25D1%258F\) | Санкт-Петербург | 255 550 086 -3,83% за месяц +160,90% за полгода +129,02% за год |
| 18. | Ситибанк | Москва | 248 765 398 +2,63% за месяц +9,76% за полгода +31,58% за год |
| 19. | [Банк ВТБ Северо-Запад](file:///C:\%25d0%25b1%25d0%25b0%25d0%25bd%25d0%25ba%25d0%25b8\%25D0%2591%25D0%25B0%25D0%25BD%25D0%25BA%20%25D0%2592%25D0%25A2%25D0%2591%20%25D0%25A1%25D0%25B5%25D0%25B2%25D0%25B5%25D1%2580%25D0%25BE-%25D0%2597%25D0%25B0%25D0%25BF%25D0%25B0%25D0%25B4\) | Санкт-Петербург | 244 905 924 +12,24% за месяц +12,91% за полгода - 2,21% за год |
| 20. | АК БАРС | Казань | 239 756 784 +0,22% за месяц +4,17% за полгода +6,29% за год |

# 1.4 Проблемы потребительского кредита в России

Кредитный рынок это общее обозначение тех рынков, где существуют предложение и спрос на различные платежные средства. Кредитные сделки опосредуются, как правило, кредитными институтами (банками и др.), которые берут взаймы и ссужают деньги, или движением различных долговых обязательств, которые продаются и покупаются на рынке ценных бумаг.

Следовательно, кредитный рынок предоставляет средства для инвестиций в распоряжение предприятий и именно на нем происходит перемещение денег из тех секторов экономики, где имеется избыток, в те сектора, которые испытывают в них недостаток. На кредитном рынке предприятия берут деньги в долг для финансирования своих инвестиций; иногда предприятия дают деньги взаймы, но, как правило, производственный сектор больше берет, чем дает. Поэтому можно сказать, что одна из основных задач кредитного рынка направлять сбережения населения и свободные средства посредническим лицам на инвестиции.

Анализ кредитного рынка России позволяет сделать вывод, что первые годы после обретения независимости были самыми противоречивыми, в течение которых изменялись ранее устоявшиеся тенденции, намечались новые, которые, не успев окрепнуть, снова изменялись. Это относится, прежде всего, к выравниванию процентных ставок отраслевых и универсальных банков. Другая тенденция, достаточно ясно обозначившаяся в середине 1993 года, состоит в сближении ставок кредитования государственных и коммерческих организаций, но все же в 1994 году ставки не сравнялись. В связи с этим целесообразно сохранить градацию по разделению ставок при кредитовании государственных и коммерческих структур, тем более что в настоящее время и, видимо, в ближайшем будущем сохранится практика централизованного льготного финансирования государственных предприятий.

Как известно, одним из основных источников пополнения коммерческими банками своего оборотного капитала являются депозиты и межбанковский кредит. Банкам более удобно, в том числе и по чисто техническим причинам, привлекать деньги, используя межбанковский кредит, поэтому в первые годы становления коммерческих банков кредитные ставки по МБК почти в полтора раза превышали ставки по привлечению депозитов. Однако рынок межбанковского капитала ограничен и причем в значительной степени как раз объемом привлеченных депозитов. Вследствие этого новые и уже функционирующие банки все в большем объеме стремятся привлекать депозиты. По этой и ряду других причин в течение 1993-1994 гг. происходило сближение процентных ставок по привлекаемым депозитам и межбанковскому кредиту.

Переход от командно-административной экономики к рыночной обусловил необходимость создания в России рынка ссудных капиталов для обслуживания потребностей хозяйства. Однако подлинное развитие рынка ссудных капиталов возможно лишь при наличии рынков: средств производства; предметов потребления; рабочей силы; недвижимости; земли. Все эти рынки нуждаются в денежных средствах, которые должен предоставить им рынок ссудных капиталов. Это основной принцип формирования рынка ссудных капиталов.

Наблюдается постепенное развитие специализированных кредитных институтов и функционирование рынка ценных бумаг, но этого недостаточно, чтобы приблизить рынок России к рынкам западных стран. Отставание объясняется, прежде всего, отсутствием полнокровного рынка средств производства и рынка недвижимости, существование которых возможно только на базе широкой приватизации, акционирования большой части государственной собственности. Кроме того, необходимы рынок рабочей силы и ее мобильная миграция, а также рынок земли. Все это необходимые условия для расширения рынка ценных бумаг, а следовательно, дальнейшего развития новых кредитно-финансовых институтов, укрепления двух звеньев кредитного рынка, обеспечение спроса и предложения на денежный капитал.

Поэтому основными направлениями в формировании кредитного рынка должна стать высокая норма сбережений (как в производственном, так и личном секторе), широкая приватизация, связанная с организацией рынка ценных бумаг, и создание на ее базе разветвленной сети специализированных кредитно-финансовых институтов.

Также в настоящее время в деятельности коммерческих банков России существуют серьезные проблемы. Это связано с причинами финансового неблагополучия в банковской системе, которая зависит от общего состояния экономики государства, а также от недостатка необходимого опыта и подготовленных кадров для работы банков в условиях рыночных преобразований.

Серьезной проблемой является поддержание ликвидности банковской системы. Основные убытки коммерческим банкам приносит кредитная деятельность, привлечение слишком дорогих ресурсов и невозможность рентабельного их размещения. Отсутствие возможности получать прибыли инфляционного характера требует от банка серьезного подхода к качеству кредитного портфеля. В структуре активов коммерческих банков кредитные операции составляют приблизительно 15%. В общей сумме кредитной задолженности просроченные кредиты составляют: 17%, пролонгированные, 19%, кредиты без обеспечения, 8%, безнадежные к возврату 1%. Показатели структуры задолженности свидетельствуют о значительном росте просроченных и пролонгированных кредитов.

Увеличение уставного фонда коммерческих банков до требуемой Сбербанком России величины, также является серьезной проблемой, стоящей перед банковской системой, но такое увеличение уставного фонда банков будет способствовать росту надежности и стабильности банковской системы России в целом.

На современном этапе развития кредитной системы существуют определенные проблемы, которые мешают Российским банкам выделять отдельные виды кредитов, влияют росту части нежелательных кредитов (просроченных, безнадежных и т.д.), что, в свою очередь, ухудшает ликвидность и платежеспособность банков.

Основной проблемой Российского кредитования на современном этапе невозможность и нежелание банков проводить долгосрочное кредитование, что связано с отсутствием кредитных ресурсов, а также с риском невозвращения кредитов.

Правительство России и СБЕРБАНК РОССИИ создают условия для финансовой стабилизации, что влияет на постепенное улучшение деятельности банков в стране. Следует отметить существенное снижение процентных ставок по кредитам, а также постепенный рост спроса на долгосрочное кредитование.

На современном этапе в России особенное внимание следует уделять развитию потребительского кредита. Покупка в рассрочку не развита, хотя это достаточно удобная на практике форма оплаты товаров и услуг, такая форма оплаты позволяет осуществлять расходы в то время, когда доходы ещё не поступили.

Кредитные и расходные карточки только начинают появляться в нашей стране, и то оплатить покупку в магазине при помощи таких карточек возможно далеко не во всех магазинах. Использование таких карточек позволило бы отказаться от наличных денег, что для нашего населения еще неприемлемо.

В отличие от развитых стран, где существует автоматически возобновляемый кредит, как форма потребительского кредита, в России он находится на стадии зарождения.

Что касается влияния на ликвидность и платежеспособность банков, то важной проблемой является несвоевременное возвращение кредита, рост безнадежной кредитной задолженности. В таких условиях растет значение контроля со стороны банка по поводу кредитного договора. Первоочередное значение тут имеет своевременность уплаты процентов и долга. Поэтому очевидным есть регулирование кредитных рисков и реализация мероприятий, которые касаются уменьшению их влияния на деятельность банков.

Некоторые проблемы кредитования связаны с внутренними действиями работников. Например, недостаточный анализ финансового положения клиентов при выдаче кредита; нарушение принципов кредитования; неправильное оформление кредитных договоров; выдача кредитов без четких сроков возвращения; иногда отсутствие проверки использования целевых кредитов и т.д.

# Глава 2. Экономическая сущность кредита и его функции

Кредит (от латинского слова creditum - ссуда, долг и в то же время от credo - доверяю, верю) является особой формой движения фонда денежных средств - ссудного капитала. Ссудный капитал - это денежные средства, отданные в ссуду под определённый процент при условии возвратности.

Под кредитными отношениями понимаются все виды денежных отношений, возникающих на основе срочности, платности и возвратности. Следовательно, стадиями движения кредита являются размещение кредита, получение кредита заёмщиками, его использование, высвобождение ресурсов, возврат позаимствованной стоимости, получение кредитором средств, размещённых в форме кредита.

В условиях рыночной экономики кредит выполняет следующие функции:

аккумуляция временно свободных денежных средств;

перераспределение денежных средств на условиях их последующего возврата;

создание кредитных орудий обращения (банкнот и казначейских билетов) и кредитных операций;

регулирование объёмов совокупного денежного оборота;

контроль за соблюдением принципов кредитования.

По сроку возврата кредит бывает долгосрочный и краткосрочный. Долгосрочный кредит предоставляется на срок более одного года и обслуживает движение основных фондов, главным образом их расширенное воспроизводство и капитальное строительство. Краткосрочный кредит предоставляется на срок менее одного года и обслуживает кругооборот оборотных средств.

На рынке кредит выступает в следующих формах:

коммерческий,

банковский,

потребительский,

ипотечный,

межбанковский,

межхозяйственный,

государственный,

международный.

Они отличаются друг от друга составом участников, объёмом ссуд, динамикой, величиной процента и сферой функционирования. Всем им свойственны специфические формы отношений и методы кредитования.

# 2.1 Принципы построения кредитных отношений

Возвратность кредита.

Этот принцип выражает необходимость своевременного возврата полученных от кредитора финансовых ресурсов после завершения их использования заёмщиком. Он находит свое практическое выражение в погашении конкретной ссуды путём перечисления соответствующей суммы денежных средств на счёт предоставившей её кредитной организации (или иного кредитора), что обеспечивает восстановление кредитных ресурсов банка как необходимого условия продолжения его уставной деятельности.

Принцип срочности кредита

Отражает необходимость его возврата не в любое приемлемое для заёмщика время, а в точно определённый срок, зафиксированный в кредитном договоре или заменяющем его документе. Нарушение указанного условия является для кредитора достаточным основанием для применения к заёмщику экономических санкций в форме увеличения взимаемого процента, а при дальнейшей отсрочке (в России - свыше трех месяцев) - предъявления финансовых требований в судебном порядке.

Платность кредита.

Ссудный процент. Этот принцип выражает необходимость не только прямого возврата заёмщиком полученных от банка кредитных ресурсов, но и оплаты права на их использование. Экономическая сущность платы за кредит отражается в фактическом распределении дополнительно полученной за счёт его использования прибыли между заёмщиком и кредитором.

Ставка (или норма) ссудного процента, определяемая как отношение суммы годового дохода, полученного на ссудный капитал, к сумме предоставленного кредита выступает в качестве цены кредитных ресурсов.

Подтверждая роль кредита как одного из предлагаемых на специализированном рынке товаров, платность кредита стимулирует заёмщика к его наиболее продуктивному использованию.

Обеспеченность кредита.

Этот принцип выражает необходимость обеспечения защиты имущественных интересов кредитора при возможном нарушении заёмщиком принятых на себя обязательств и находит практическое выражение в таких формах кредитования, как ссуды под залог или под финансовые гарантии.

Целевой характер кредита.

Распространяется на большинство видов кредитных операций, выражая необходимость целевого использования средств, полученных от кредитора.

Дифференцированный характер кредита.

Этот принцип определяет дифференцированный подход со стороны кредитной организации к различным категориям потенциальных заёмщиков. Практическая реализация его может зависеть как от индивидуальных интересов конкретного банка, так и от проводимой государством централизованной политики поддержки отдельных отраслей или сфер деятельности (например, малого бизнеса и пр.).

Характерные особенности потребительского кредита.

Потребительский кредит - это продажа торговыми предприятиями потребительских товаров с отсрочкой платежа или предоставление банками ссуд на покупку потребительских товаров, а также на оплату различного рода расходов личного характера (плата за обучение, медицинское обслуживание и т.п.).

В отличие от других кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Товарами, продаваемыми в кредит, как и оплачиваемыми за счёт банковских ссуд, являются предметы потребления длительного пользования. Срок кредита составляет до трёх лет, процент - от 10 до 25. В России этот вид кредитования только получает распространение, в зарубежной же практике потребительский кредит охватывает все слои трудоспособного населения, в основном через различные системы кредитных карточек.

Субъектами кредита, с одной стороны, выступают кредиторы, в данном случае - это коммерческие банки, специальные учреждения потребительского кредита, магазины, сберкассы и другие предприятия, а с другой стороны - заёмщики - люди. Погашается потребительский кредит в разовом порядке или с рассрочкой платежа.

1. Кредит с разовым погашением. Сюда относятся текущие счета, открываемые покупателем на срок 1-1,5 месяца в универмагах и других предприятиях розничной торговли; в пределах предоставленных кредитов они покупают товары и, по истечении установленного срока, единовременно погашают свою задолженность. Потребительский кредит с разовым погашением включает также кредиты в виде отсрочки платежа (за услуги коммунальных предприятий, врачей и медицинских учреждений).

2. Кредит с рассрочкой платежа - составляют основную часть потребительского кредита.

# 2.2 Основные формы потребительского кредита

**Покупка в рассрочку** - предоставляется преимущественно при продаже предметов длительного пользования - автомашин, холодильников, радиоприёмников, телевизоров, мебели.

Торговые компании (магазины, торговые представители и т.п.) предлагают клиентам от имени специализированных финансовых компаний кредитно-финансовые условия, которые легко принимаются ''на месте''.

Покупка в рассрочку, несмотря на удобство, отличается от других вариантов кредита более высокой процентной ставкой. Но потребители, как правило, основывают свои решения на размере месячных выплат и продолжительности срока кредита, а не на фактической стоимости кредита.

Существует ещё одна форма покупки в рассрочку - это соглашения банков с торговыми организациями, по которым последние продают товары в кредит клиентам банков, причём банки сразу выплачивают фирмам наличные деньги на сумму проданных товаров, а покупатели постепенно погашают кредит банкам.

**Кредитная карточка** - более простая форма предоставления потребительских кредитов. Сущность такого кредитования сводится к тому, что выданная банком кредитная карточка (именной платёжно-расчётный документ) даёт право её владельцу в пределах разрешённой суммы, т.е. персонального кредитного лимита, покупать товары в тех магазинах, с которыми банк имеет соглашения на их продажу в кредит на основе кредитных карточек. Сумма задолженности владельцев карточек магазину оплачивается банком периодически. Владельцы кредитных карточек в свою очередь в установленные сроки погашают долг перед банком, т.е. обязаны платить определённую минимальную сумму, но не должны полостью оплачивать долг. Если же минимальная сумма в установленный срок остаётся неоплаченной, то на неё начисляется процент и добавляется к долгу владельца карточки компании кредитных карточек.

Т.к. кредитный лимит является автоматически возобновляемым (револьверным), то владелец карточки, выплатив часть своего долга, может увеличить кредит до того размера, который он выплатил. Потому компанией кредитных карточек владельцу карточки выдаётся отчёт за месяц, показывающий, какой суммой на данный момент располагает владелец карточки.

Торговцы, которые предлагают товары или услуги клиентам по банковским кредитным карточкам, получают денежное вознаграждение от компании кредитных карточек, которая берёт комиссионные, т.е. именно банковские организации предоставляют кредит, а не торговцы.

Кредитные карточки получили свою популярность по многим причинам:

1. Оплата кредитной карточкой даёт независимость от наличных денег, даже в дальних поездках.

2. Потеря карточки не означает то же, что потеря наличных денег, поскольку при утере (краже) карточки и при своевременном извещении об этом, владелец кредитной карточки не несёт никакой ответственности.

3. Это выгодно, поскольку, при расчётах карточкой, клиентам предоставляется отсрочка до начисления процентной ставки.

4. Есть возможность снять с карточки некоторую сумму наличными, что отмечается в банковских конторах или круглосуточно в банкоматах, но это невыгодно, т.к. на авансы наличными введён налог.

Многие российские банки наладили выпуск и поддерживают обслуживание кредитных карт (не только своих, но и международных кредитно-финансовых групп), которые, как подтверждено мировой практикой вытесняют наличное обращение.

Автоматически возобновляемый кредит представляет собой потребительский кредит в виде сочетания текущих счетов с продажами в рассрочку. Сущность этого способа сводится к тому, что банки на основе изучения платёжеспособности заёмщика определяют максимальную сумму возможной задолженности.

Установленную сумму кредита заёмщик использует при помощи чеков, выданных ему банком. При внесении ежемесячных платежей (или отчислений с текущего счёта клиента) задолженность заёмщика банку уменьшается, а свободный остаток лимита кредитования увеличивается и может быть снова использован заёмщиком. Установленный банком лимит кредитования периодически пересматривается. Клиент также получает процент в то время, когда счёт не выходит за рамки кредита.

Автоматически возобновляемый кредит является альтернативой кредитным карточкам.

Персональная ссуда банка может быть более дешёвой по сравнению с кредитом финансового дома и процентными ставками кредитных карточек. По письменному заявлению клиента банк может кредитовать крупную сумму с выплатой в течение несколько лет.

Персональные ссуды обычно берутся с целью приобретения потребительских товаров длительного пользования (например, мебели, автомобиля и т.п.); празднования торжеств; проведения отделочных работ в доме; оплаты личного образования.

В случае обращения за персональной ссудой заёмщику обычно предлагается внести определённую долю стоимости приобретаемых благ. Источником оплаты служит регулярный доход клиента. Туда же включаются эксплуатационные и ремонтные расходы по тем покупкам, которые клиент собирается сделать. Клиент погашает кредит по частям; иногда обеспечением платежа служат купленные им в кредит товары. В случае непогашения в срок кредита соответствующие суммы взыскиваются банком с блокированного счёта.

Срок, на который предоставляется ссуда, обычно устанавливается исходя из цели получения ссуды, например, при покупке недвижимости - до 10 лет.

Овердрафт - форма предоставления краткосрочного кредита клиенту банка, когда величина платежа превышает остаток средств на счёте клиента. Т.е. банк списывает средства со счёта клиента в полном объёме, автоматически предоставляя кредит на сумму превышающую остаток средств, в результате чего образуется дебетовое сальдо. Право пользования овердрафтом предоставляется наиболее надёжным клиентам банка по договору, в котором устанавливается максимальная сумма, условия и порядок его погашения. Отличие овердрафта от обычных ссуд состоит в том, что в погашение задолженности направляются все сумму поступающие на текущий счёт клиента.

Для людей овердрафты очень удобны, так как позволяют ощутить уверенность в том, что их расходы финансируются, даже если они превышают имеющиеся у них на данный момент средства. Банк выигрывает от предоставления высокой процентной ставки, но страдает оттого, что из-за существенных колебаний овердрафтов по сумме, он вынужден иметь в наличии достаточные средства для обеспечения согласованного лимита кредитования.

''Скоринг - кредитование'' является обезличенной, но более простой и быстрой формой кредитования, чем персональная ссуда или овердрафт. Из-за высокого объёма персонального кредитования и сравнительно небольшой суммы каждой ссуды, большинство банков не могут себе позволить провести оценку заявлений на предоставление ссуды, рассматривая каждый запрос в индивидуальном порядке. Поэтому вместо долгой процедуры рассмотрения заявлений было введено ''скоринг - кредитование''. Потенциальный клиент заполняет специальную анкету по установленной форме, где выясняется информация о возрасте, семейном положении и стаже, цели кредита и т.п.

Каждый вопрос имеет максимально возможный балл, который будет выше для таких важных вопросов, как профессия, и ниже для таких вопросов, как возраст.

После окончательного подсчёта очков вручную или с помощью компьютера банк определяет, какую услугу разумнее предоставить клиенту: ссуду или овердрафт.

Некоторые банки в установленном порядке запрашивают информацию о заявителе в кредитных справочных агентствах, другие делают это только в крайних случаях.

Следует уточнить, что не каждый может получить потребительский кредит. Для финансового учреждения, предоставляющего кредит, важно знать, что его деньги будут возвращены вместе с процентами и остальными выплатами. Уменьшить кредитный риск позволяет ''кредитная история'' - это накопленные в течение длительного времени сведения о получении и возвращении заёмщиком банковских кредитов. Такие сведения позволяют судить о надёжности исполнения заёмщиком принятых на себя обязательств о возврате полученных средств.

# 2.3 Функции потребительского кредита и его влияние на экономику страны

Через различные формы потребительского кредита обслуживается всё возрастающая доля розничного товарооборота.

Потребительский кредит очень хорошо стимулирует эффективность труда. Получая заработную плату, недостаточную для покупки за наличный расчёт ряда товаров, в частности предметов длительного пользования, люди имеют возможность покупать эти товары в кредит или брать кредит под их покупку. Впоследствии, деньги за эти товары должны быть выплачены, поэтому каждый, взявший в кредит, старается продержаться на своём рабочем месте, как можно дольше. Только так он может быть уверенным в своих силах выплатить кредит и зарекомендовать себя перед кредиторами, как честное и добросовестное лицо, для дальнейших связей.

Но следует отметить, что потребительский кредит может оказаться ''долговой ямой'' так как, лишаясь заработка в результате безработицы или по другой причине, люди не смогут погашать свою задолженность. Поэтому, вынуждая людей как можно крепче держаться за своё рабочее место, потребительский кредит уменьшает текучесть кадров. Уменьшение текучести кадров благоприятно влияет на экономику страны. Таким образом, потребительский кредит является очень сильным фактором подъёма народного благосостояния.

К отрицательным сторонам потребительского кредита относится то, что он, временно форсируя рост производства и, создавая видимость высокой конъюнктуры, в конечном счёте, может способствовать выходу производства за рамки платёжеспособного спроса населения, что приведёт к нарастанию процесса перепроизводства и обострению экономических кризисов.

К основным достоинствам потребительского кредита относится следующее:

1. Это очень удобная на практике форма оплаты товаров и услуг.

2. Такая форма оплаты позволяет осуществлять расходы в то время, когда доходы ещё не поступили.

3. Это позволяет покупать товары и оплачивать услуги в течение более продолжительного периода, чем нормальный интервал между денежными поступлениями.

4. Это позволяет человеку приобретать материальные финансовые активы, со стоимостью, превышающей сумму, которую он мог бы заплатить, исходя только из его собственных сбережений.

5. Индивидуальный подход - каждый может выбрать наиболее подходящий его целям способ получения кредита.

Недостаток один, но существенный: товар купленный в кредит обходится дороже, т.к. нельзя забывать о проценте за пользование кредитом.

Функции потребительского кредита

Сущность кредита как экономической категории проявляется в его функциях (функции кредита), раскрытие которых позволяет установить связь данной категории с системой экономических отношений. Потеря кредитом своих функций фактически означать исчезновение самой этой экономической категории.

В развитом рыночном хозяйстве кредит выполняет следующие основные функции:

1) распределительную

2) замещения денег в обращении;

3) стимулирующую

4) контрольную.

Эти функции кредита тесно связаны между собой, определяя в своей совокупности определенную экономическую роль кредитных отношений.

Экономическая роль кредита заключается в перераспределении стоимости на основе платности, строковости, обеспечения и возврата.

Особенностью кредитного перераспределения является его временный характер. Перераспределение стоимости осуществляется здесь в пределах разрыва времени между выдачей товаров (денег) в ссуду и обратным их поступлением в кредитора. За счет временно свободных денежных средств одних хозяйственных субъектов удовлетворяются временные потребности в средствах других субъектов.

Функции кредита развиваются в связи с расширением масштабов рыночной экономики и ужесточением кредитной природы денег.

Перераспределительная функция кредита вытекает из самой сущности и роли кредитных отношений. Вследствие кредитного перераспределения ускоряется привлечение новых денежных средств в сферу хозяйствования. При реализации этой функции кредита перераспределяются как денежные средства, так и товарные ресурсы.

Скорость и интенсивность перераспределения стоимости посредством кредита во многом определяются его доступностью и, прежде всего, уровнем ссудного процента. Высокие процентные ставки по кредитам тормозят перераспределительные процессы. В целом, масштабы расширения кредита и соответственно процессов кредитного перераспределения ограничены угрозой усиления инфляционных процессов.

Функция замещения денег кредитными инструментами связана с антиципацийным свойством кредита, т.е. его способностью опережать во времени процесс накопления в товарной и денежной формах. Кредитные ресурсы формируются до наступления срока их фактического использования в процессе воспроизводства. По сути, кредит создает деньги для безналичного денежного обращения. Средства кредита - переводные векселя, чеки, кредитные карты и т.д. - начинают заменять реальные деньги в сфере обращения.

Кредит содействует экономии издержек обращения путем замещения части денежного оборота кредитными средствами обращения. Изменяя объемы кредитных операций, банки (банковская система) могут влиять на динамику общей массы денег в обращении. При этом используются два возможных метода:

кредитная экспансия (расширение кредита)

кредитная рестрикция (сужения кредита).

Антиципацийное свойство кредита не следует рассматривать как автоматически действующий инфляционный фактор. Если на основе кредитования достигается реальный вклад в развитие производства, эффективно осуществляются инвестиции, рационально используются созданные производственные мощности, уровень инфляции не увеличивается.

Важное значение в условиях рыночной экономики имеет стимулирующая функция кредита. По своей экономической сущности процесс кредитования не может не стимулировать эффективное использование займа со стороны заемщика. Сам смысл кредитования, которая выражается в формуле: "Покупай сейчас (товар, деньги), платы потом" побуждает к эффективному использованию полученной ссуды, чтобы на заработанные средства не просто вернуть кредит, но и получить прибыль.

Заемщики используют кредит настолько полно, насколько это им действительно необходимо для реализации собственных экономических интересов.

Кредитные отношения - это прежде всего имущественные отношения; за использования и возврата кредита заемщик отвечает имуществом и ценностями, что есть у него. Несомненно, что имущественные отношения создают достаточно мощные стимулы к рациональному использованию одолженных средств.

Со стороны кредитора стимулирующим фактором является Кредитный процент. Каждый кредитор пытается постоянно обеспечивать рост своих кредитных ресурсов.

Контрольная функция кредита заключается в том, что в процессе кредитования осуществляется взаимный контроль (как кредитора, так и заемщика) за использованием и возвратом займа. В экономической литературе контрольная функция кредита часто рассматривается лишь как контрольная деятельность кредитора (банка), что, на наш взгляд, не совсем правильно.

Контроль является частью общего механизма управления процессом кредитования. Сегодня любой хозяйственный субъект не может позволить себе пренебрегать контролем за кредитом. Успешное управление кредитом требует объединения усилий кредитного контроля с направленностью субъектов хозяйствования на получение прибыли от предоставления (получения) займа.

Существует существенное отличие в выполнении контрольной функции кредита со стороны кредитора и со стороны заемщика. Кредитор имеет возможность осуществлять контроль как за объектом кредита (одолженные стоимости), так и за деятельностью заемщика. Заемщик не имеет возможности контролировать деятельность кредитора, он осуществляет контроль лишь за движением одолженной стоимости (т.е. контролирует лишь объект кредитных отношений).

Благодаря реализации своих функций, кредитные отношения активно влияют на процессы воспроизводства и накопления капитала как на макро-, так и на микроэкономическом уровнях.

Проблема функций кредита является одной из самых сложных в теории кредитных отношений. Дискуссии ведутся, прежде всего, по вопросам относительно количества и содержания функций, вытекающим из различных подходов к сущности кредита.

Все функции кредита взаимосвязаны, их взаимодействие обеспечивает качественную устойчивость кредитных отношений. Конечно, при желании можно выделить и более широкий набор функций кредита: аккумулирования временно свободных средств; регулирования денежного оборота; экономии издержек обращения; опосредование кругооборота капитала и т.д. Но именно четыре выделенные выше функции являются главными; они образуют конститутивного признаки кредита.

# 2.4 Структура кредитной системы России

Кредитная система.

Кредитная система - в широком смысле: совокупность кредитных отношений, форм и методов кредита, существующих в рамках той или иной социально-экономической формации; в узком смысле: совокупность банков и других кредитно-финансовых учреждений, осуществляющих мобилизацию свободных денежных капиталов и доходов и предоставление их в ссуду.

Кредитная система и её важнейшая составляющая - коммерческие банки играют исключительно важную роль в рыночной экономике. Через неё проходит огромный объём денежных расчётов и платежей предприятий, организаций и населения; она мобилизует, и превращает в активно действующий капитал временно свободные денежные средства, выполняет различные кредитные, расчётные, гарантийные, инвестиционные и иные операции.

В середине 1990 г. в связи с объявлением правительством программы перехода к рынку возникла острая необходимость создания новой, более эффективной структуры кредитной системы. В настоящее время, после проведения ряда реформ и преобразований, кредитная система РФ представляет собой многоуровневый механизм аккумулирования и перераспределения финансовых активов. Она состоит из следующих основных звеньев:

1. Центральный банк РФ.

2. Банковский сектор: коммерческие банки, сберегательные банки, ипотечные банки.

3. Специализированные небанковские кредитно-финансовые учреждения: страховые компании, пенсионные фонды, инвестиционные компании, финансовые компании, благотворительные фонды, финансово-строительные компании, прочие.

Роль Центрального банка РФ в кредитной системе и экономике страны.

Центральный банк Российской Федерации (Банк России) создан в 1990 г. Его деятельность регулируется Федеральным законом ''О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) ''. Зафиксированные в законе цели, функции, права и обязанности, а также механизм деятельности ЦБ РФ в полной мере отвечают мировому опыту и практике.

В законе зафиксировано, что имущество Банка находится в собственности государства, и в своей деятельности он подотчётен законодательным и исполнительным органам государственной власти.

Наряду с этим ЦБ РФ представляет собой юридическое лицо, самостоятельно выполняет свои функции и в текущей деятельности не зависим от органов государственного управления экономикой.

В качестве банкира правительства центральный банк выступает его кассиром и кредитором, в нем открыты счета правительства и правительственных ведомств. Центральный банк, как правило, осуществляет кассовое исполнение государственного бюджета. Доходы правительства, поступившие от налогов и займов, зачисляются на беспроцентный счёт казначейства (министерства финансов) в центральном банке, с которого покрываются правительственные расходы.

Банк России образует единую централизованную систему с вертикальной структурой управления.

В систему Банка России входят центральный аппарат, территориальные учреждения, расчётно-кассовые центры, вычислительные центры, полевые учреждения, учебные заведения и другие предприятия, учреждения и организации, в том числе подразделения безопасности и Российское объединение инкассации, необходимые для осуществления деятельности банка.

Высшим органом Банка России является Совет директоров - коллегиальный орган, определяющий основные направления деятельности Банка России и осуществляющий руководство и управление Банком России.

Основными целями деятельности Банка России являются:

защита и обеспечение устойчивости рубля, в том числе его покупательной способности и курса по отношению к иностранным валютам;

развитие и укрепление банковской системы РФ;

обеспечение эффективного и бесперебойного функционирования системы расчётов.

Основными задачами ЦБ РФ являются регулирование денежного обращения, проведение единой денежно - кредитной политики, защита интересов вкладчиков, банков, надзор за деятельностью коммерческих банков и других кредитных учреждений, осуществление операций по внешнеэкономической деятельности.

Получение прибыли не является целью деятельности Банка России.

Банк России выполняет следующие функции (ст.4 Федерального закона):

1. Во взаимодействии с Правительством РФ разрабатывает и проводит единую государственную денежно-кредитную политику, направленную на защиту и обеспечение устойчивости рубля.

2. Монопольно осуществляет эмиссию наличных денег и организует их обращение.

3. Является кредитором последней инстанции для кредитных организаций, организует систему рефинансирования.

4. Устанавливает правила осуществления расчётов в РФ.

5. Устанавливает правила проведения банковских операций, бухгалтерского учета и отчётности для банковской системы.

6. Осуществляет государственную регистрацию кредитных организаций; выдаёт и отзывает лицензии кредитных организаций и организаций, занимающихся их аудитом.

7. Осуществляет надзор за деятельностью кредитных организаций.

8. Регистрирует эмиссию ценных бумаг кредитными организациями в соответствии с федеральными законами.

9. Осуществляет самостоятельно или по поручению Правительства РФ все виды банковских операций, необходимых для выполнения основных задач Банка России.

10. Осуществляет валютное регулирование, включая операции по покупке и продаже иностранной валюты; определяет порядок осуществления расчётов с иностранными государствами.

11. Организует и осуществляет валютный контроль как непосредственно, так и через уполномоченные банки в соответствии с законодательством РФ.

12. Принимает участие в разработке прогноза платежного баланса РФ и организует составление платежного баланса РФ.

13. В целях осуществления указанных функций проводит анализ и прогнозирование состояния экономики РФ в целом и по регионам, прежде всего денежно-кредитных, валютно-финансовых и ценовых отношений; публикует соответствующие материалы и статистические данные.

Для реализации возложенных на него функций ЦБ РФ участвует в разработке экономической политики Правительства РФ.

Банк России консультирует Министерство финансов РФ по вопросам графика выпуска государственных ценных бумаг и погашения государственного долга с учетом их воздействия на состояние банковской системы и приоритетов единой государственной денежно-кредитной политики.

Коммерческие банки.

Коммерческие банки представляют собой банки, совершающие кредитование промышленных, торговых и других предприятий главным образом за счёт тех денежных капиталов, которые они получают в виде вкладов.

Федеральный закон РФ ''О банках и банковской деятельности'' определяет банк, как кредитную организацию, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции:

привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц,

размещение указанных средств от своего имени и за свой счёт на условиях возвратности, платности, срочности,

открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

По способу формирования уставного капитала банки подразделяются на акционерные, государственные, частные, кооперативные, смешанные. Во всех странах преобладают акционерные банки.

По специализации банки бывают:

сберегательные - занимаются привлечением средств населения во вклады;

инвестиционные банки - специальные кредитные институты, осуществляющие финансирование и кредитование инвестиций;

ипотечные банки - банки, специализирующиеся на предоставлении долгосрочных ссуд под залог недвижимости - земли и строений.

Проблемы потребительского кредитования до и после кризиса

Актуальность данной темы не вызывает сомнений, т.к. направление потребительского кредитования уже довольно давно является весьма популярным как среди самих коммерческих банков, так и среди их клиентов-потребителей-граждан. Обе стороны находятся в выигрыше. Во-первых, покупатель доволен возможностью купить именно то, что он хочет в данный момент, справедливо полагая, что "завтрашние деньги - дешевле" (единственное, не принимая порой во внимание размер этих самых "завтрашних денег"). Во-вторых, для банков же потребительское кредитование является важным источником получения немалых достаточно стабильных процентных доходов.

В отечественной литературе можно встретить следующую трактовку потребительского кредита. Потребительский кредит - это кредит, предоставляемый населению для покупки потребительских товаров и оплаты бытовых услуг в форме коммерческого кредита (продажа товаров с отсрочкой платежа через розничную торговлю) и банковского (ссуды на потребительские цели). При этом в отличие от других форм кредитов, объектом потребительского кредита могут быть и товары, и деньги. Поэтому потребительский кредит - это ещё и кредит с целью использования денежных средств в потребительских целях, который служит средством удовлетворения потребительских нужд населения.

Таким образом, потребительское кредитование (или розничное кредитование) стало одним из приоритетных направлений розничного банковского бизнеса, поскольку его основой являются короткие деньги и диверсификация рисков невозвратов за счет распределения маленьких кредитов на большое количество заемщиков.

В таблице 1 и на рисунках 1-2 представлена динамика показателей банковского сектора в целом по кредитованию в России за 2006-2008 гг. По данным таблицы 1 можно сделать вывод, что все показатели кредитования в России с 2006 г. по конец 2008 г. имеют положительную динамику. Так возросла сумма выданных кредитов в целом с 6 368,4 млрд. руб. до 19 561,0 млрд. руб. на 13 192,6 млрд. руб. или на 207,2 %. Возросла сумма выданных потребительских кредитов физическим лицам с 1 055,8 млрд. руб. до 4 083,0 млрд. руб. на 3 027,2 млрд. руб. или на 286,7 %.

Таблица 2

Динамика потребительских кредитов банковского сектора в целом по России за 2006-2008 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатель | 01.01.06 | 01.01.07 | 01.01.08 | 01.07.08 | 01.08.08 | 01.09.08 | 01.10.08 | 01.11.08 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Кредиты  Всего млрд. руб. | 6 368,4 | 9 438,0 | 14 258,2 | 17 320,0 | 17 727,0 | 18 445,0 | 19 029,0 | 19 531,0 |
| Просроченная задолженность всего млрд. руб. | 76,4 | 121,1 | 184,1 | 231,8 | 237,3 | 245,7 | 276,2 | 330,9 |
| Кредиты физическим лицам млрд. руб. | 1 055,8 | 1 882,7 | 2 971,1 | 3 590,0 | 3 739,0 | 3 890,0 | 4 018,0 | 4 083,0 |
| Просроченная задолженность физич. Лиц млрд. руб. | 19,9 | 50,6 | 96,5 | 119,3 | 122,4 | 123,5 | 131,4 | 133,9 |



Рис.1 Динамика выданных кредитов в целом и потребительских кредитов физическим лицам в Росси за 2006-2008 гг.



Рис.2 Динамика просроченной задолженности по кредитам в целом и по потребительским кредитам физическим лицам в Росси за 2006-2008 гг.

Однако прошедший 2008 год был очень сложным для банковского сектора нашей страны, и особенно для кредитных рынков, в виду сложившейся кризисной финансовой ситуации.

Во-первых, одной из проблем потребительского кредитования явилась проблема просроченной ссудной задолженности. Так по данным таблицы 1 видно, что её величина за период 2006-2008 гг. увеличилась с 19,9 млрд. руб. до 133,9 млрд. руб. на 114 млрд. руб. или 572,9 % или в 6,7 раза. В первые два квартала 2008 года у банков не было тревоги по поводу возможного увеличения числа просроченных кредитов, что нельзя сказать на конец 2008 г.

Следствием значительной просроченной задолженности осенью 2008 г. явилось ужесточение условий предоставления заемных средств клиентам банков. Так, к примеру, с момента начала кризиса ликвидности произошло ужесточение требований к заемщикам по некоторым экспресс - кредитам и кредитным картам. Сократилось количество кредитных предложений на рынке. Появился список "не кредитуемых сфер деятельности". Недавно работники финансовой сферы могли взять потребительский кредит без всяких проблем, а сегодня картина изменилась и данная область относится к категории повышенного риска.

Во-вторых, другая проблема потребительского кредитования заключается в том, что на доступность кредитов для населения в смысле готовности банков выдавать такие кредиты сильно повлияло наличие у коммерческих банков "длинных" денег. Попросту говоря у банков их имеется немного. Речь идет о тех деньгах населения, которые могли бы путем их внесения в банки в виде вкладов перераспределиться в выданные кредиты. Деньги населения - это, скорее всего, ресурсы, которые уже выбраны. К сожалению, большая часть населения уже "сидит" в кредитах, а не в депозитах, т.к. проводимая процентная политика - при высокой инфляции поддерживались низкие процентные ставки - отбила всякую охоту к сбережениям. В стране ещё достаточно много людей, которым просто нечего сберегать, они могут обслуживать только свои текущие потребности. Так, в первые два квартала этого 2008 года у банков было достаточно ликвидных средств, и депозитная база продолжала наращиваться, что нельзя сказать на конец 2008 г.

В-третьих, следует отметить, что поскольку рынок потребительских кредитов контролировался в основном тремя банками - "Русским Стандартом", Хоум Кредитом и Урса Банком, которые направляли в рынок деньги, привлеченные с мирового рынка, - то полная заморозка международного кредитования не может не сказаться на темпах роста рынка в ближайшие месяцы и даже год. Динамика рынка потребительского кредитования прямо коррелирует с тенденциями финансового рынка в целом. И в настоящий момент, так же как и все остальные сегменты сферы кредитования, рынок потреб. кредитов сократился под воздействием кризиса ликвидности.

В-четвертных, во втором полугодии 2008 г. в виду повышения ставки рефинансирования с 10% в июне 2008 г. до 13% в декабре 2008 г. были резко повышены процентные ставки по кредитам. Ставки по потребительским кредитам выросли на 5-10 пунктов к значениям летних месяцев. Этот шаг сильнее всего ударил по карманам заемщиков. Особенно пострадали клиенты банков, заключившие кредитные договора с плавающей процентной ставкой.

В таблице 2 и на рисунке3 представлена информация по процентным ставкам потребительского кредитования ряда коммерческих банков до и после удорожания кредитных ресурсов.

Таблица 3

Информация по процентным ставкам потребительского кредитования ряда российских коммерческих банков до и после удорожания кредитных ресурсов, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название банка | Название кредита | Процентная ставка до начала кризиса | Процентная ставка после кризиса |
| Сбербанк | Кредит на неотложные нужны | 16,6 | 21,0 |
| Банк Москвы | Кредит на неотложные нужны | 17,0 | 23,0 |
| ОТП Банк | Кредит наличный | 19,0 | 25,0 |
| МДМ-Банк | Потребительский кредит | 20,0 | 26,0 |
| Уралсиб | Кредит без обеспечения | 20,9 | 26,0 |
| Райфайзенбанк | Персональный кредит | 17,0 | 27,0 |
| ВТБ 24 | Кредит наличными | 24,0 | 28,0 |
| Стройкредит | Потребительский кредит | 23,5 | 29,0 |
| Альфа-банк | Потребительский кредит | 26,0 | 31,0 |
| Русский стандарт | Кредит наличными | 29,0 | 36,0 |



Рис 3. Динамика процентных ставок потребительского кредитования ряда российских коммерческих банков до и после удорожания кредитных ресурсов.

На рисунке 4 представлена динамика изменения процентных ставок по потребительским кредитам с учетом их минимального и среднего уровня, как в рублях, так и долларах США, в период с начала октября 2008 года по апрель 2009 года.

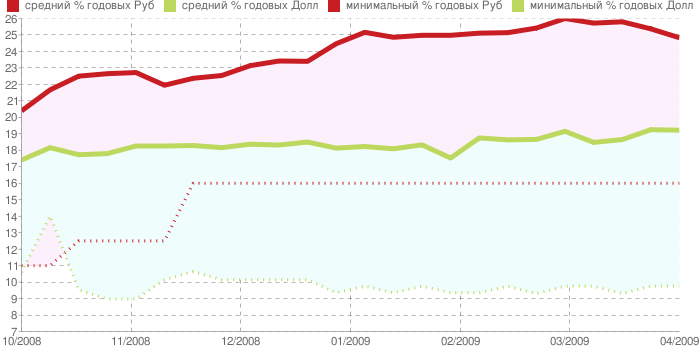


Рис 4. Динамика изменения средних %ставок по потребительским кредитам.

Продолжая рассматривать проблемы потребительского кредитования в России до и после кризиса, можно добавить следующее.

В-пятых, изменилась мотивация клиентов, оформляющих потребительский кредит. Раньше одолженные средства использовались исключительно напрямую, то есть на неотложные нужды. Теперь заемщиками гораздо чаще стала рассматриваться возможность перекредитования. Это особенно актуально для тех, кто оформлял кредиты в валюте, в том числе на покупку, например, автомобиля. Психология клиентов в отношении к потребительскому кредитованию также претерпела изменения - нередки случаи, когда заемщики прибегают к данному продукту, рефинансируя свои долларовые займы в рубли. Таким образом, потребительский кредит приобретает все большее значение для населения как реальный инструмент получения доступа к крупным нецелевым займам.

В-шестых, с рынка потребительского кредитования ушли "непрофильные" банки и малые игроки. Из-за высокого роста просроченной задолженности выдачу кредитов приостановили и некоторые основные банки. Таким образом, выбор у потенциального клиента сегодня тоже несколько сократился, что добавило негативного влияния на результаты потреб. кредитования в 2008 году. Успешное развитие российского банковского сектора во многом было обусловлено дешевыми западными ресурсами, а также притоком ликвидности от экспорта сырья. Сейчас основная тенденция на рынке банковской розницы - сокращение объемов кредитования. Главной причиной этому стал рост стоимости фондирования.

Таким образом, основным итогом 2008 года явилось замедление развития потребительского кредитования, что обусловлено неблагоприятной экономической ситуацией и снижением доходов населения. Эта тенденция сохраняется и в текущем году.

До тех пор пока макроэкономическая обстановка не стабилизируется, о возобновлении темпов роста рынка потреб. кредитования можно забыть. Прогнозы аналитиков носят позитивный характер только в рассуждениях о долгосрочной перспективе - населению деньги на неотложные нужды требуются постоянно. Однако утверждать, что рынок "потребов" в ближайшем будущем сумеет достичь, а уж тем более превзойти свои показатели, например, 2007 или начала 2008 года, сегодня просто невозможно.

Ситуация с банками в условиях экономического кризиса. Декабрь 2009. Банки медленно, но верно начинают реанимировать потребительское кредитование. И это неудивительно, если учесть, что острота кризиса постепенно ослабевает, и банки хотят вернуться к своему классическому бизнесу - кредитованию клиентов. Однако работа с юридическими лицами, выступающими в качестве заемщиков, по объективным причинам затруднена. Потребительское же кредитование представляется делом более простым и менее рискованным. Но не "подкосит" ли его 2010 год, на который, по мнению многих экспертов, может прийтись пик невозврата как раз по займам, предоставленным частным лицам?

Тон, как обычно, задает лидер национального рынка - Сбербанк. Не только размещая все новые "продуктовые" предложения на рекламных стойках и баннерах, но и анонсируя весьма интересные программы кредитования. Например, территориальные подразделения Сбербанка анонсировали акцию "Доброе имя". Ею могут воспользоваться нынешние или бывшие заемщики госбанка, которые допускали просрочки или реструктурировали кредит, а затем просили новый и получали отказ. Их Сбербанк приглашает вновь подать документы на любой кредит, обеспеченный поручительством или залогом имущества.

За "законодателем мод" тянутся и другие финансово-кредитные структуры: прежде всего, потому, что никому не хочется терять долю на рынке, и потому, что, как признаются сами банкиры, пришло время зарабатывать. Потребительское кредитование предоставляет в этом смысле неплохие возможности. Во-первых, потому, что ставки по таким займам традиционно (и кризис в этом отношении корректив не внес) выше, чем по автокредитам и уж тем более по ипотечным кредитам. Потребительский займ по ставке 22-25% и даже 27% годовых заемщик считает вполне приемлемым. Ипотечный же кредит, выданный по ставке 20% годовых, становится неподъемным даже для людей с доходами выше среднего уровня. Что касается автокредитов, то покупка машины в не слишком стабильных (и главное - не слишком предсказуемых) финансовых условиях представляется людям излишней роскошью. Это обстоятельство объективно склоняет чашу весов в сторону потребительских кредитов.

Еще один фактор, о котором не стоит забывать: в отличие от ипотечных кредитов и даже автокредитов, потребительские кредиты в большинстве своем предоставляются на гораздо меньшие сроки. Это означает, что банки минимизируют риск столкновения с так называемой "долговой усталостью" - ситуацией, когда заемщик перестает платить просто потому, что "устает" и начинает считать, что банк и так ничего ему не сделает за оставшийся небольшой "хвостик" по займу.

Но иметь желание кредитовать - это еще не все, надо также иметь возможность. А с этим, как признаются банкиры, дела сейчас обстоят не слишком хорошо. Кризис заставил многих россиян пересмотреть свою "потребительскую модель". До краха Lehman Brothers частные лица, как и национальные компании, всегда имели возможность "перекредитоваться" в одном банке, чтобы за счет полученных денег погасить кредит в другом. Кризис эту возможность на время аннулировал. И в результате люди теперь все чаще предпочитают не приобретать на заемные средства товары долгосрочного пользования, а откладывать деньги либо на "черный день", либо до тех пор, пока они самостоятельно не наберут нужную им сумму для покупки.

Итак, первый момент, который может воспрепятствовать развитию потребительского кредитования в 2011 году - это изменившаяся "потребительская модель" в российском обществе.

Второй - предсказания экспертов, преимущественно западных, о том, что как раз на следующий год может прийтись пик невозврата по потребительским кредитам в России. Логика здесь простая: кризис корпоративных долгов, с которого все начиналось, неизбежно повлек за собой "замораживание" деятельности предприятий, сокращение их инвестиционных программ. Это, в свою очередь, привело к росту безработицы и "урезанию" зарплат оставшихся сотрудников. Наиболее "короткие" и "подъемные" кредиты, взятые в докризисный период, людям удалось погасить в этом году. На следующий год перейдут "длинные" потребительские кредиты и кредиты, взятые в прошлом году в самый разгар кризиса. Таких займов банки выдали довольно много, так как далеко не все финансово-кредитные структуры сразу осознали, что нынешний кризис будет носить затяжной характер. Кое-кто из участников рынка решил подзаработать, немного подняв процентные ставки по потребительским кредитам. Наиболее же легкомысленный или попавшие в сложное положение заемщики "клюнули" на это, стремясь использовать полученные средства либо для срочной покупки дорогостоящих товаров, либо для привычного перекредитования.

На фоне этого прогнозы западных экспертов - сформулированные, в том числе, и с учетом опыта стран с развитой экономикой - представляются вполне состоятельными. Доля невозвратов по потребительским кредитам действительно может начать расти. Однако в то, что это приведет к массовым невозвратам и к наступлению новой волны кризиса, банкиры не верят.

Проблемы, по мнению специалистов, могут возникнуть у банков, проводивших как до кризиса, так и в разгар его наиболее агрессивную политику на рынке потреб. кредитования. Но их число невелико, они известны, и даже, если они "зашатаются", к драматичным последствиям для банковского сектора это не приведет, уверен зам. главы АСВ Андрей Мельников. Дело в том, что эти банки, в большинстве своем, являются "монолайнерами", они редко дифференцируют свою деятельность, достаточно пассивно ведут себя (во всяком случае - вели до кризиса) на рынке вкладов физических лиц. Таким образом, новой паники вкладчиков из-за их проблем не возникнет. Да и проблемы у них, как считают эксперты, вряд ли примут настолько глобальный характер, что речь зайдет о необходимости принятия "спасательных" мер.

# Глава 3. Потребительское кредитование: проблемы и методы развития (на примере ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк")

На сегодняшний день потребительский кредит является одним из популярных видов кредитования.

Потребительский кредит - это кредит, благодаря которому можно приобрести товар или услугу и оплачивать за нее в течение определенного периода времени, в зависимости, выбранной Вами программы. Этот вид кредитования рассчитан на любые цели: на ремонт, путешествие, покупку бытовой техники, мебели и многое другое.

Одна из особенностей этого кредита в том, что его могут получить только физические лица.

Для получения потребительского кредита необходимо, чтобы физическое лицо был потребителем. Другими словами, заемщик может приобрести товар или услугу в целях только личного использования.

Потребительским кредитованием не является приобретенный товар для оборудования гостиницы, ресторана или кафе, так как лицо не считается физическим лицом и поэтому он не может быть потребителем.

Банк "Хоум Кредит энд Финанс Банк" появился на российском рынке в 2004 году. Это был первый банк, предоставляющий кредиты непосредственно в торговых организациях. Банк развил широкую сеть в магазинах, торговых центрах и салонах связи. Мало кто не являлся клиентом этого банка в те года.

# 3.1 Особенности работы коммерческого банка с физическими лицами

Ключевой задачей маркетинга вообще, и в банковской сфере, в особенности, является исследование рынка. При его анализе в теории маркетинга используется понятие сегмента рынка, под которым понимается часть рынка (регион, группа потребителей, группа услуг), которую можно охарактеризовать определенными общими признаками. Разделение рынка на части осуществляется самыми разными способами.

В основе сегментации рынка лежит характер банковских услуг (кредитные, операционные, валютные, прочие) и клиентурный признак (юридические и физические лица, банки - корреспонденты, государственные и муниципальные органы). В практике применяется также географическая, демографическая, психокультурная и поведенческая сегментация.

В качестве объектов географической сегментации выступают территориальные образования, экономические районы, города, пригороды, микрорайоны городов. Банк, естественно, обычно концентрирует свое внимание, в первую очередь на ближайшие рынки.

Демографическая сегментация основывается на социально-профессиональном делении населения (возраст, пол, семейное положение, уровень образования и т.д.). Банк выявляет интересующие группы населения и работает с ними для максимального привлечения вкладов, оптимального размещения кредитов.

В последнее время существенно возросла роль психокультурной сегментации, учитывающей отношение физических лиц к предлагаемой банком услуге. Характер отношения зависит как от социального положения, так и от специфических особенностей человека (особенности характера и темперамента и т.д.).

Поведенческая сегментация проводится на основе изучения досье, имеющегося в банке на каждого клиента. По своему поведению население может классифицироваться следующим образом: люди, живущие сегодняшним днем; авантюристы - риск-тайкеры; реалисты, недостаточно активные, однако относящиеся с уважением к материальным ценностям; лица, стремящиеся быть в центре внимания.

Сегментация рынка банковских услуг необходима для анализа, положения банка на рынке, сравнения его рынка с рынком конкурентов и принятия соответствующего управленческого решения.

В настоящее время в банковском маркетинге наиболее важно использовать такие принципы, как поведенческая сегментация, т.е. реакция людей на рекламу, на новые виды услуг и демографическая сегментация, например, чем выше доход семьи, тем выше ее потребность в самых разнообразных продуктах банка. Семейное положение тоже имеет немаловажное значение, поскольку одиночки в меньшей степени пользуются услугами банка. Люди, имеющие успехи в карьере, хорошую работу в большинстве случаев предъявляют повышенный спрос на ссуды и услуги по хранению сбережений.

Также определение целевых рынков для банка совершенно необходимо. Выгоды от определенного вида услуг, как правило, целесообразны лишь для определенных групп клиентов. Для других групп такие услуги могут бытьили слишком дорогими, или в данный момент бесполезными. Группа клиентов, подходящая для данной услуги, образует целевой рынок. Клиент банка может выступать как часть нескольких целевых рынков, предназначенных для различных видов услуг. Задача маркетинговых служб - правильно оценить целевые рынки для услуг, оказываемых банком.

Существует два типа маркетинговой стратегии, связанной с исследованием целевых рынков в рамках имеющихся банковских клиентов. В одних случаях банк идет "от продукта", т.е. выбирает конкретный вид услуг и на базе имеющейся у него информации о клиентах выявляет, кто нуждается в такого рода услуге. В других случаях используется метод перекрестной продажи, когда при совершении какой-либо операции работники банка предлагают клиенту новые или дополнительные услуги.

Успешное продвижение услуг банка на целевом рынке и его успехи в борьбе за клиентов будут определяться, в первую очередь, ценами на банковские услуги (ставками процентов по депозитам и кредитам, тарифами на другие виды банковских услуг), прибыльностью банка и уровнем выплачиваемых акционерам дивидендов, уровнем обслуживания (отношение к клиенту, скорость обслуживания, предоставление дополнительных услуг и др.), а также, предоставлением новых видов банковских услуг или нового их качества (например, возможности снятия процентов по срочному вкладу) по сравнению с конкурентами. Кроме того, большое значение имеют репутация и привлекательный образ (имидж) банка, внешний вид и внутреннее оформление его зданий, правильный выбор расположения филиалов банка, пунктов обмена валюты и др.

При изучении предпочтений и мотивов поведения существующих и потенциальных клиентов банка необходимо получить ответы на следующие вопросы:

из каких источников они узнали об услугах, оказываемых банком;

по каким мотивам и с какими целями они обращались, или хотели бы обратиться в банк;

какие виды банковских услуг в целом и услуг, предполагаемых банком, пользуются спросом;

какие новые виды банковских услуг они хотели бы получить;

каково будет их отношение к предлагаемым банком конкретным новым видам банковских услуг;

удовлетворены ли клиенты уровнем обслуживания в банке и, какие имеются у них пожелания по его улучшению;

каково мнение клиентов о рекламе банка и других используемых им методах продвижения услуг на рынке и т.д.

Основным и наиболее удобным способом улучшения мнения клиентов о деятельности банка является их опрос. Опросы могут проводиться с помощью рассылки анкет по почте, помещения их в средствах массовой информации (например, в местной печати), по телефону или путем личного интервьюирования. Также могут использоваться математические модели, но точность такого прогнозирования может оказаться весьма невысокой.

Таким образом, точность прогнозирования спроса на банковские услуги реально будет зависеть от знаний, опыта и интуиции как специалистов маркетинговой службы, так и, естественно, руководителей банка.

Цели маркетинговой деятельности банка по продвижению его услуг на рынке заключается, во-первых, в сообщении существующим и потенциальным клиентам информации об услугах, предоставляемых банком, преимуществах обслуживания в данном банке по сравнению с другими банками, о новых услугах (новом качестве услуг) в случае начала их предоставления и, во-вторых, в создании привлекательного образа (имиджа) банка в глазах различных групп населения, общественности.

Информация о банке и его услугах, сообщенная тем или иным способом клиентам банка, должна побуждать потенциальных клиентов вступить с ним в контакт, а существующих клиентов - продолжать с ним взаимоотношения. Также создание привлекательного образа (имиджа) банка является не менее важным, чем сообщение информации об его услугах.

Основными методами маркетинговой деятельности по сообщению клиентам информации о предоставляемых банком услугах и формированию имиджа банка является банковская реклама, общение с существующими и потенциальными клиентами, а также проведение специальных мероприятий по связям с общественностью, или, как принято говорить, взаимодействие с конкретными аудиториями - финансовыми кругами, средствами массовой информации (прессой, телевидением, радио), различными общественными организациями, которые реально или потенциально могут влиять на деятельность банка.

Следует отметить, что все эти методы тесно взаимосвязаны. Так, любая реклама является по своей сущности общением с клиентом - активным (например, почтовая, прямая реклама, адресованная конкретным лицам) или пассивная (рекламные обращения, публикации в прессе и др.). С другой стороны, при любом общении сотрудников банка с существующими или потенциальными клиентами, а также при проведении мероприятий по связям с общественностью, так или иначе, осуществляется и реклама банка.

Возрастная дифференциация поможет банку выявить целевые рынки в общем массиве клиентуры. Этот массив, например, может быть разбит на группы, указанные в таблице 2.1.

Банк может достаточно легко осуществить сегментацию клиентов по возрастным категориям, так как при открытии банковского счета с ними проводится беседа и заполняется карта, содержащая подробные сведения об их возрасте, уровне образования и т.д. Имея статистическое распределение клиентуры по выбранному параметру, можно затем составить другую таблицу (см. таблицу 2.2), "привязав" определённые виды банковской продукции к уже указанным выше категориям.

Таблица 4

**Сегментация клиентов банка по возрастному принципу**

|  |  |
| --- | --- |
| Группы | Характерные черты жизненного цикла |
| Молодёжь (16-22 года) | Студенты, лица, впервые нанимающиеся на работу; более взрослые люди, готовящиеся вступить в брак. |
| Молодые люди, недавно образовавшие семью (25 - 30 лет) | Люди, впервые покидающие дом и потребительские товары длительного пользования. |
| Семья со стажем (25-40лет) | Люди со сложившейся карьерой, но ограниченной свободой финансовых действий.  Первоочередные цели улучшение жилищных условий, обеспечение финансовой защиты семьи, предоставление образования детям. |
| Лица зрелого возраста  (40-55 лет) | У людей этой категории наблюдается рост дохода по мере снижения финансовых обязательств.  Важная цель - планирование пенсионного обеспечения. |
| Лица, готовящиеся к уходу на пенсию (55 и более лет) | Люди имеют накопленный капитал и стремятся обеспечить его сохранность и настоящий устойчивый доход. |

Таблица 5

**Банковские продукты для разных категорий клиентов**

|  |  |
| --- | --- |
| Группа | Примеры банковского обслуживания |
| Молодёжь | Для членов группы характерна повышенная мобильность, частые переезды, жизнь вне пределов дома. Им необходимы услуги по переводу денег, краткосрочные ссуды, относительно простые формы сбережений, банковские услуги, связанные с туризмом. |
| Молодые люди, недавно образовавшие семью. | Эта группа нуждается в открытии совместного банковского счета для мужа и жены, кредитных карточках для покупки товаров, в разных формах возобновляемого кредита. Они прибегают к целевым формам сбережений и к услугам по финансовой защите семьи (страховые и т.д.). |
| Семьи "со стажем" | Широко пользуются потребительским кредитом для покупки товаров в рассрочку и улучшения жилищных условий. Нуждаются в консультировании по вопросам финансирования образования, инвестирования сбережений, страхования, завещательных распоряжений. |
| Лица зрелого возраста и готовящиеся к уходу на пенсию. | Наиболее устойчивая группа банковских клиентов. Хранят крупные остатки на банковских счетах. Требуют высокого уровня обслуживания, включая финансовое обслуживание, помощь в распоряжении капиталом, завещательные распоряжения и т.д. |

Совместив указанные таблицы, банк может определить, какие виды продуктов он будет предлагать при выборе той или иной категории клиентов в качестве целевого рынка. С этим будет связан и вид маркетинговой компании по продаже тех или иных продуктов и услуг. Следует вместе с тем подчеркнуть, что сегментация по возрасту носит слишком общий характер. В каждой возрастной группе потребности, вкусы и возможности в отношении банковского обслуживания могут существенно различаться в зависимости от ряда других факторов: дохода, образования, семейного положения и т.д.

Например, чем выше доход семьи, тем больше потребности в разнообразных продуктах банка и тем выше, следовательно, вероятность продажи запланированных услуг. Семейный статус тоже имеет значение: одиночки меньше пользуются банковскими услугами. Далее, люди, имеющие хорошую работу и перспективы продвижения по службе, как правило, предъявляют повышенный спрос на ссуды и услуги по хранению сбережений. Они, следовательно, далее привлекательны как объект маркетинговой компании, так как имеют устойчивый доход.

Переход от одной стадии жизненного цикла к другой, равно как и некоторые важные события в жизни клиента банка создают возможности для предложения ему новых видов банковских продуктов. Эти события называют "переломными точками". К их числу относятся: окончание школы, женитьба, получение капитала, уход на пенсию и т.д.

В каждом конкретном случае возникают потребности, связанные с определёнными финансовыми операциями. Таким образом, сегментация, равно, как и учет крупных событий в жизни людей, позволяет банку обнаружить новые целевые рынки и расширить предложение банковских продуктов. До сих пор речь шла в основном о финансовом обслуживании уже существующих клиентов банка. Привлечение банком новых персональных клиентов сосредотачивается в основном в более молодых возрастных группах. Например, банки активно борются за выпускников высокооплачиваемых школ и колледжей, которые имеют лучшие перспективы на получение хорошей работы. Многие банки охотятся за сбережениями подростков в возрасте 11-16 лет. Хотя эти счета не приносят прибыли, их владельцы через несколько лет могут стать целевым рынком для продажи им различных банковских продуктов. Таким образом, сегментация помогает банку выявить новые перспективные сферы деятельности на рынке финансовых услуг и направить ресурсы в наиболее рентабельные операции.

Политика продвижения банковских услуг на рынок - это система мероприятий по взаимодействию банка с потенциальными потребителями и обществом в целом, направленная на формирование спроса и увеличение объема продаж банковского продукта.

Реклама - это средство информации о банке или услугах, им оказываемых, коммерческая пропаганда потребительских свойств, представляемых услуг для клиентуры и достоинств деятельности банк готовящая активного и потенциального клиента к расширению деловых контактов с банком.

Основные функции банковской рекламы:

формирование доверия клиента к банку (престижная реклама, направленная на формирование репутации, имиджа банка);

информирование об ассортименте услуг банка;

убеждение в преимуществах рекламируемых услуг;

побуждение к приобретению данной услуги у данного банка.

Личные продажи - устное предоставление услуги в ходе беседы с потенциальным покупателем. Личные продажи, предполагающие индивидуальное общение работников банка с клиентами, широко распространены в банковском деле. В контакт, с клиентами в роли продавцов, выступают практически все работники банка. Средствами такого общения являются беседы по телефону, послание по почте и личное общение с клиентами в банке. Главным ограничением личных продаж являются большие затраты времени персонала.

Стимулирование сбыта является средством кратковременного воздействия на рынок. Оно используется главным образом, для оживления упавшего спроса, повышения осведомленности клиентов о предполагаемых продуктах, для создания им необходимого имиджа.

Средства стимулирования у клиентов включает проведение конкурсов, демонстраций, предоставление премий, скидок с цены, распространение образцов и т.д.

Цели стимулирования сбыта должны быть согласованны с общей стратегией банка. Эти цели обычно направлены на стимулирование большого потребления услуг, поощрение лиц, не пользовавшихся ранее отдельными банковскими продуктами, к их опробованию, а также на привлечение новых клиентов. При разработке целей стимулирования должны быть приняты во внимание вероятные ответные действия конкурентов.

Таким образом, вышеизложенное позволяет сделать следующие выводы:

1. В условиях общей экономической нестабильности, возросшей межбанковской конкуренции и снижения доходности классических банковских операций, российские банки вынуждены использовать приемы маркетинга в своей деятельности.

2. Учитывая многолетний опыт западных банков по внедрению маркетинга в банковскую практику, целесообразно использовать наиболее передовой, прогрессивный опыт в данной области на российском рынке.

# 3.2 Краткая характеристика банка

ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк", один из лидеров российского рынка банковской розницы, работает на российском рынке с 2002 года.

По данным аудированной финансовой отчетности (МСФО) за 2010 год активы ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" составили 81,4 млрд рублей, капитал - 14,9 млрд рублей, кредитный портфель - 70,8 млрд рублей. Чистая прибыль по итогам за 2010 года составила 2 млрд рублей.

По состоянию на 31 декабря 2010 года доля Банка на рынке товарного кредитования составила 29%, доля на рынке кредитных карт - 11%. Региональная сеть Банка представлена в 80 регионах России - на 31 декабря 2010 года действуют 87 представительств, 1 филиал, 97 офисов. Банк сотрудничает более чем с 29 тыс. магазинов-партнеров в 1 200 городах России. Клиентами Банка являются около 15 млн человек.

Кредитная линейка Банка включает более 100 кредитных продуктов, среди которых потребительские кредиты, наличные в кредит, кредитные карты, автокредиты и ипотека. Банк "Хоум Кредит" активно реализует стратегию перехода от монолайновой кредитной организации к универсальному розничному банку. В 2007 году Банк объявил о приеме срочных вкладов от населения.

В мае 2007 года международное рейтинговое агентство Standard & Poor's повысило рейтинг Банка до B+/B, в октябре Moodys' подтвердило рейтинг Банка на уровне Ba3/NP/D-. Прогноз рейтингов - стабильный.

Основа работы Банка в России - принцип ответственного кредитования и прозрачности бизнеса. Благодаря передовым технологиям кредитования Банк предлагает клиентам простые и быстрые решения, объективные условия и стремится к взаимовыгодному партнерству. В Банке принят Кодекс ответственного кредитования.

В 2007 году Банк выступил генеральным партнером социального проекта "Дети рисуют!", география которого охватила 7 городов России. Активная работа Банка по решению социально значимых программ страны была отмечена в 2007 году на ежегодной церемонии награждения премией "ПИЛАР", где Банк был объявлен победителем в номинации "Социально ответственная компания".

Успехи Банка были также отмечены в 2007 году профессиональными кругами. По итогам опроса Экспертного совета премии "Финансовый Олимп" Банк был признан лучшим розничным банком в категории "Потенциал и перспектива". По итогам национально банковской премии Банк получил награду в 2 номинациях: "За развитие банковских услуг в регионах России" и как "Информационно открытый банк".

Банк является членом Ассоциации российских банков, Ассоциации региональных банков, Национальной валютной ассоциации, Национальной фондовой ассоциации и Московской международной валютной биржи.

Аудит Банка по международным стандартам финансовой отчетности проводит компания KPMG. Аудит по российским стандартам финансовой отчетности проводит ООО "Финансовые и бухгалтерские консультанты".

Банк входит в систему страхования вкладов под номером 170 в реестре банков-участников системы страхования вкладов.

Банк "Хоум Кредит" является членом Группы "Хоум Кредит" (Home Credit Group). Компании Группы "Хоум Кредит" осуществляют свою деятельность на финансовых рынках Центральной и Восточной Европы, а также Центральной Азии и Дальнего Востока. Общий объем выданных Группой кредитов на конец 2009 года составил 2,7 млрд долларов США. Группа "Хоум Кредит" является одним из лидеров на рынках потребительского кредитования Чешской Республики (с 1997 года), Словацкой Республики (с 1999 года), Российской Федерации (с 2002 года) и Республики Казахстан (с декабря 2005 года). В 2006 году Группа "Хоум Кредит" вышла также на рынки Украины, Беларуси, в декабре 2007 года - на рынок Китая.

Группа "Хоум Кредит" является членом группы компаний PPF, основанной в 1991 году и занимающейся страхованием и потребительским кредитованием, а также оказывающей комплексные услуги по управлению активами. За 17 лет своей деятельности группа компаний PPF стала ведущим международным финансовым инвестором, управляющим активами объемом около 8,7 млрд евро на 30 июня 2009 года.

Home Credit - зарегистрированный знак обслуживания ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк". Лицензия Банка России № 316 от 31 марта 2003 года.

# 3.3 Потребительский кредит в торговой организации

Потребительский кредит в "Хоум Кредит энд Финанс Банк" предоставляется заемщикам в возрасте от 18 до 64 на срок от 6 до 24 месяцев. Для получения кредита необходимо предоставить банку паспорт и второй документ на выбор: водительское удостоверение; карточку ПФ РФ (Пенсионного фонда Российской Федерации); пенсионное удостоверение; карту клиента банка. Клиент выбирает товар в торговой организации на сумму от 3 000 до 70 000 тысяч рублей без поручителя, сумма до 100 000 тысяч рублей оформляется только с заранее подписанной в организации, справкой "сведения о работе".

Процентные ставки по потребительскому кредиту в среднем составляют от 54 до 102% годовых. В среднем бытовая техника оформляется под 60-70% годовых, а мобильные телефоны под 75% годовых потому что они являются товарами повышенной группы риска. При наличии специальных акций в ТО процентная ставка бывает 23.6% годовых. Это специальные акции, такие как "10-10-10"; "1,5% в месяц" и т.д. Комиссия за предоставление кредита отсутствует.

Кредитный специалист оформляет анкету в среднем 10-15 минут. Клиенту предлагаются дополнительные услуги, такие как страхование жизни; страхование от потери работы и несчастных случаев; страхование бытовой и мобильной техники; услуга "ежемесячные извещения" и услуга "близкие вещи". Страхование от потери работы и несчастных случаев является более дорогой. Страховая выплата по кредиту составит 110% от суммы, оформленной в кредит, независимо от того, сколько клиент уже выплатил по кредиту. Услуга "ежемесячные извещения" стоит 29 рублей в месяц. Клиенту раз в месяц по почте приходят извещения по кредиту с информацией по кредиту и почтовый бланк. Стоимость услуги "близкие вещи" составляет 500 рублей. Эта сумма делиться на все процентные периоды, т.е. на количество месяцев. Наличие страховки никак не влияет на одобрение кредита. Это даже прописано в договоре.

Заполнив анкету, КС отправляет ее на рассмотрение. В 80% случаев ответ появляется на экране сразу. В остальных случаях бывает отсрочка решения. Банк прозванивает телефоны, которые указал клиент, так же телефоны людей, которые указываются как экстренные и близкий родственник. Если проблем не возникает, то в течении 5-15 минут банк дает одобрение на кредит. Остается только подписать документы и уплатить первый взнос в кассу ТО, если таковой есть.

Мораторий на досрочное погашение составляет 3 месяца. Комиссия за досрочное погашение не берется, скорей наоборот: проценты пересчитываются.

Штраф за просрочку платежа составляет 800 рублей в месяц. По истечении 3х просроченных месяцев банк вправе потребовать у клиента погасить кредит единовременным платежом. Если требования банка не выполняются, то банк подает в суд.

В рамках корпоративной программы потребительского кредитования сотрудникам предприятий - клиентов Банка предлагаются кредиты наличными с пониженной процентной ставкой.

Напомню, что в данный момент автокредитование и ипотека приостановлены.

Методы развития потребительского кредита

В банковской практике применяются два основных методов кредитования. Первый метод кредитования заключается в том, что вопрос относительно предоставления ссуды решается каждый раз в индивидуальном порядке. Кредит предоставляется на определенный срок в несколько недели, месяцев или лет и связанный с потребностью заемщика в денежных средствах для финансирования целевой потребности. В общем объеме банковских кредитов часть такой ссуды субъектам хозяйственной деятельности превышает 50%.

Второй метод кредитования заключается в предоставлении банком заемщику ссуды в пределах предварительно определенного лимита кредитования на определенный период времени на покрытие его потребности в краткосрочных средствах. Такой метод кредитования называется кредитной линией. Для банка открыть кредитную линию для заемщика значит взять на себя определено забалансовое обязательство о предоставлении денежных средств.

В банковской практике выделяют два видов кредитной линии: необновительную и обновительную (револьверную).

В случае открытия необновительной кредитной линии лимит кредитования внедряется в виде лимита выдачи, то есть банк принимает на себя обязательство предоставить ссуду в определенном размере. После предоставления банком кредита в установленном размере и его погашения заемщиком отношения между банком и заемщиком прекращаются.

При открытии обновительной (револьверной) кредитной линии лимит кредитования определяется в виде лимита задолженности из ссуды. Это позволяет предприятию-заемщику получить ссуду в пределах установленного лимита, погасить всю ее сумму (или часть суммы) и автоматически получить повторно кредит в пределах срока действия кредитной линии.

Обновительная кредитная линия является более гибкой формой кредитования и нередко предоставляется без специального обеспечения. Кредитная линия может быть как краткосрочной с периодом действия, что, как правило, не превышает 180 дней, так и долгосрочной со сроком действию 3 - 5 лет. За открытие кредитной банк получает комиссию.

В зависимости от характера обязательств банка различают подтвержденную и обязательную кредитная линия.

Подтвержденная кредитная линия предусматривает договоренность относительно намерения банка кредитовать и не является официальным обязательством банка.

Последний обязывается предоставить ссуду согласно заявке клиента лишь в безотлагательном случае, потому клиент мало заинтересован в такой кредитной линии и использует ее лишь как гарантию за ссудой, которую предоставляет другой кредитор. Ставка проценту за такой кредитной линией может предварительно не определяться. Такие обязательства не учитываются даже за балансом, а подлежат лишь внесистемному учету.

Обязательная кредитная линия - это контрактное обязательство, согласно которому банк обязывается в письменной форме кредитовать клиента за его просьбой в соответствии со сроками и условиями, которые предусмотрены кредитным соглашением. Банк может отказать в кредитовании лишь в случае, когда обнаружит реальное ухудшение финансового состояния заемщика или нарушения им условий кредитного соглашения. Такое обязательство банка подлежит учету за балансом на внебалансовом счете.

При открытии такой кредитной линии банк получает комиссию или от суммы обязательства, или от его части, которая не использована заемщиком.

В настоящее время коммерческая банка преимущественно использует метод индивидуального подхода к клиенту при выдаче каждой отдельной ссуды, а метод открытия кредитной линии практикуют в отношениях с заемщиками, которые имеют надежную репутацию.

# 3.4 Анализ клиентской базы

"Хоум Кредит энд Финанс Банк" хорошо известен на российском финансовом рынке как один из лидеров потребкредитования и "монопродуктовая" организация, долгое время специализировавшаяся на предоставлении займов в торговых сетях. Однако в последнее время ХКФБ начал проводить в жизнь новую стратегию развития, целью которой является создание универсального банка.

Одним из основных направлений деятельности ООО "Хоум Кредит энд Финанс банк" является выпуск и обслуживание кредитных пластиковых карт.

Рассмотрим прибыльность операций с использованием банковских карт банка "Хоум Кредит энд Финанс Банк".

Под экономической эффективностью системы пластиковых карт (СПК) следует понимать: какую реальную выгоду приносит СПК для конкретного банка. Поэтому главной задачей методики оценки эффективности СПК является получение ответа на основные вопросы, волнующие прежде всего руководителей, принимающих решения на использование выделенных на комплексные программы ресурсов. К вопросам такого характера можно отнести; какие сроки окупаемости дорогостоящего оборудования, какие накладные расходы несет банк на содержание аппарата СПК и обеспечивающих служб (инкассации, кассы, бухгалтерии); какие затраты идут на обеспечение процессинга, поддержку линий связи и корреспондентских отношений; во что обходится содержание той или иной оборудованной торговой точки или места установки банкомата; в каком варианте и на каких условиях возможно работать с конкретным клиентом или другим банком.

По мере развития в России электронных платежных систем актуальными становятся и вопросы налогообложения операций по пластиковым картам, вопросы экономического обеспечения тарифной политики банков и д. р.

Для того, чтобы отвечать на поставленные вопросы, необходимо научиться экономически грамотно определять и учитывать все основные (ключевые) прямые и косвенные финансовые результаты функционирования СПК. Расчеты по экономической эффективности должны быть приведены к единым цифровым параметрам, т. с к конкретным денежным выражениям, позволяющим в единой системе мер оценивать действующую и развивающуюся систему пластиковых карт во всем многообразии денежных потоков внутри самого банка и вне его.

Первоначальные попытки, предпринятые руководителями многих российских банков, рассматривать программу по внедрению пластиковых карт как хозрасчетную программу оказались неверными. СПК это система систем, т.к. неразрывно связана с проводимой банком политикой управления ресурсами (активно-пассивных операций) и политикой маркетинга, которые, в свою очередь, полностью зависят от состояния и перспектив развития всех денежных рынков и места самого банка на этих рынках. Давно известно, что пластиковые деньги придуманы для того, чтобы реальные деньги оставались в распоряжении банков и приносили им максимальную прибыль через инвестиционные и кредитные программы. Обыкновенный держатель пластиковой карточки и не догадывается о том, какие прибыли (пока за рубежом) имеют банки, используя его средства в своей ресурсной базе. По оценкам специалистов, на руках у населения нашей страны находится 35 миллиардов долларов и десятки триллионов наличных рублей, которые просто изъяты из обращения. Для любого коммерческого банка представляет большой интерес привлечь эти средства в свои инвестиционные и кредитные потоки.

Таким образом, расчет экономической эффективности СПК относится к категории сложных и комплексных экономических задачи должен рассматриваться в общей структуре прибыльности, доходности и рентабельности банковской деятельности.

Экономическую задачу в нашем случае можно сформулировать следующим образом: детальное выявление, обобщение, систематизация, постоянное отслеживание и оценка ключевых (базовых) параметров, характеризующих функционирование СПК с точки зрения экономической выгоды для банка (получения прямых и косвенных доходов), и второе - оказание методической помощи сотрудникам отделов пластиковых карт в организации ежедневной эффективной работы с клиентами.

В банке "Хоум Кредит энд Бизнес Финанс банк" доходы и расходы по операциям с пластиковыми картами отражаются в составе комиссионных доходов и расходов по принципу начисления и рассчитываются по методу эффективной процентной ставки. Комиссионные доходы включают в себя комиссии за открытие и ведение ссудных счетов, а также комиссионные доходы по кредитным обязательствам. Комиссии за открытие ссудных счетов включаются в состав доходов будущих периодов (вместе с соответствующими прямыми затратами) и отражается в качестве корректировки фактических доходов по кредитам. Если существует вероятность того, что кредитное обязательство приведет к предоставлению конкретных ссуд, комиссионные за кредитные обязательства и связанные прямые расходы включаются в состав доходов будущих периодов и отражаются в качестве корректировки фактических доходов по возникшей ссуде. Если вероятность того, что кредитное обязательство приведет к предоставлению конкретных ссуд, чрезвычайно мала, комиссионные за кредитные обязательства признаются в отчете о прибылях и убытках в течение оставшегося срока кредитного обязательства. В случаях, когда срок кредитного обязательства истекает и по нему не заключается кредитный договор, комиссионные по таким кредитным обязательствам признаются в отчете о прибылях и убытках по истечении срока обязательства. Комиссии за открытие ссудных счетов признаются в качестве доходов по мере оказания услуг. Прочие доходы отражаются в консолидированном и комбинированном отчете о прибылях и убытках по завершении соответствующих сделок. Комиссионный доход по выданным гарантиям включается в состав доходов будущих периодов и признается в качестве доходов пропорционально периоду действия гарантий. Комиссионный расход по полученным гарантиям включается в состав расходов будущих периодов и признается в качестве расходов пропорционально периоду действия гарантий. Все прочие комиссионные расходы и доходы признаются по мере оказания услуг.

Таблица 6

**Комиссионные доходы и расходы банка "Хоум Кредит энд Бизнес Финанс Банк", тыс. руб.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2008 год | 2009 год | 2010 год |
| **Доходы по услугам и комиссии**  **полученные за:** |  |  |  |
| Расчетные операции | 241 497 | 2 065 128 | 1 697 076 |
| Кассовые операции | 141 737 | 656 782 | 789 432 |
| Депозитарные операции и операции с ценными бумагами | 107 158 | 429 787 | 622 625 |
| Операции с использованием пластиковых карт | 145 053 | 303 453 | 467 154 |
| Документарные операции | 228 812 | 179 340 | 126 251 |
| Операции с иностранной валютой | 117 522 | 151 135 | 211 830 |
| Посреднические услуги | - | 80 721 | 9 162 |
| Прочие операции | 31 305 | 103 718 | 170 599 |
| **Итого доходы по услугам и комиссии полученные** | **1 013 084** | **3 970 064** | **4 094 129** |
| **Расходы по услугам и комиссии**  **уплаченные за:** |  |  |  |
| Операции с использованием пластиковых карт | 185 034 | 250 463 | 149 934 |
| Расчетные операции | 61 486 | 347 198 | 462 186 |
| Операции с иностранной валютой | 2 865 | 7 794 | 125 536 |
| Операции с таможенными картами | - | - | 72 204 |
| Депозитарные операции и операции с ценными бумагами | 31 071 | 27 636 | 63 160 |
| Кассовые операции | 12 791 | 77 303 | 61 179 |
| Прочие операции | 619 | 32 587 | 40 641 |
| **Итого расходы по услугам и комиссии уплаченные** | **293 866** | **742 981** | **974 840** |

Для оценки эффективности операций с банковскими карточками в банке "Русский Стандарт" будем использовать метод их оценки на основе сравнения коэффициента доходности банковских операций.

Этот показатель рассчитывается как соотношение приведенных доходов от операции к приведенным расходам.

И = R / К (2.1)

где

И - индекс доходности;

R - показатель дохода;

К - размер затрат.

Чем выше И, тем наиболее эффективны банковские операции.

Таблица 7

**Прибыльность операций с банковскими карточками в банке "Хоум Кредит энд Бизнес Финанс"**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2008 год | 2009 год | 2010 год |
| Объем эмиссии (тыс. карт) | 10 | 20 | 30 |
| Среднее количество транзакций в месяц по карточке,  в том числе: | 2,2 | 2,5 | 3 |
| В торгово-сервисной сети | 0,2 | 0,5 | 1 |
| В банкоматах, ПВН | 2 | 2 | 2 |
| Средняя величина одной транзакции в месяц по карточке (руб.), в том числе: |  |  |  |
| В торговой сети | 75 | 75 | 75 |
| В банкоматах, ПВН | 950 | 950 | 950 |
| Количество транзакций в месяц (тыс.), в том числе: | 22 | 50 | 90 |
| Транзакции в сети филиала | 16 | 43 | 82 |
| В торговой сети | 2 | 9 | 28 |
| В банкоматах, ПВН | 14 | 34 | 54 |
| Транзакции в сети третьих банков | 6 | 7 | 8 |
| В торговой сети | 0 | 1 | 2 |
| В банкоматах, ПВН | 6 | 6 | 6 |
| Оборот по картсчетам в месяц, в том числе (в тыс. руб.) | 500 | 1000 | 1500 |
| По операциям в сети филиала | 350 | 850 | 350 |
| В торговой сети | 10 | 50 | 150 |
| В банкоматах, ПВН | 340 | 800 | 1350 |
| По операциям в сети третьих банков | 150 | 150 | 150 |
| В торговой сети | 0 | 10 | 15 |
| В банкоматах, ПВН | 150 | 140 | 135 |
| Среднемесячный остаток на картсчетах (в тыс. руб.) | 100 | 200 | 300 |
| Количество торговых точек | 10 | 40 | 100 |
| Количество пунктов выдачи наличных | 3 | 4 | 5 |
| Количество банкоматов | 3 | 6 | 10 |
| Количество POS-терминалов | 3 | 15 | 30 |
| Количество импринтеров | 7 | 35 | 30 |
| Доходы (тыс. руб.) | 145 | 303 | 467 |
| Расходы (тыс. руб.) | 185 | 250 | 150 |
| Прибыль (тыс. руб.) | -40 | 53 | 317 |
| Индекс доходности | 78% | 121% | 311% |

Таким образом, коэффициент доходности операций с пластиковыми картами в банке "Хоум Кредит энд Финанс Банк" в 2010 г. составляет 3,11 и прибыльность 317 тыс. руб.

# 3.5 Семинар "Эффективные продажи банковской услуги потребительского кредитования"

**Процесс покупки**

**Процесс покупки со стороны клиента**

Выбор магазина; способ покупки

Посещение магазина; выбор товара

Принятие решения взять в кредит

Консультация с КС; принятие решения

оформление

Консультация с продавцом

приветствие

Узнать что интересует

Выяснить хочет ли взять кредит; предложить свой банк

Предложить возможные варианты

Предложить дополнительные услуги (ОПС и страхование)

Оформление и разъяснение условий договора

**Процесс продажи со стороны администратора**

**Техники завершения сделки.**

**Сделка - это процесс оказания помощи в принятии решения.**

**Техники завершения сделки:**

**Вопрос**

*"Что Вас заинтересовало?"; " Хотите взять в кредит?"; " Уже выбрали что-то?"; " Я могу Вам помочь?"; " Хотите ли приобрести этот товар?".*

**Да или Да**

**Вопросы с предложениями, которые удовлетворяют в первую очередь КС: "** *Платить будете в банке или на почте?"; " С первым взносом или нет?"; " Оформим на 10 месяцев или на 12?"*

**Техника 3 ДА**

*"Вам нужен кредит?"*

*"Вы планируете погасить его в любом случае?"*

*"Важно ли предусмотреть финансовую защиту при долговых обязательствах?"*

*"Как Вы думаете, разумно было бы переложить эту ответственность на страховую компанию?"*

*"Оформляем?!"*

**Модель процесса продажи**

установление контакта. цель: привлечь внимание. признаки: вопросы, контакты глаз

выявление потребностей. цель: узнать чего хочет; кто он. признаки: мы точно знаем, что предложить.

предложение. цель: получить согласие; сделать безотказное предложение. признаки: клиент не возражает, задает наводящие вопросы.

проверка. цель: получить вербальное согласие. признаки: ответ да.

заключение. цель: подписать документы. признаки: готовый пакет документов.

закрепление. цель: оставить хорошее впечатление. признаки: улыбка, благодарность.

**Установление контакта с клиентом**

**Цель:** привлечь внимание

**Признаки:** вопросы, контакт глаз

**Требования к речи**: внятная, спокойная, вежливая, грамотная.

**Приветствие: "***Добрый день; утро; вечер. Я представитель банка Евгения. Как я могу к Вам обращаться?"*

Первые фразы, с которой вы обратитесь к клиенту: форма вопроса, на который клиент не сможет ответить однозначно: да или нет. Желательно избегать приевшихся фраз. "*Я могу Вам предложить свои услуги?"; "Что бы вы хотели приобрести?"; "На какую сумму Вы рассчитываете?"; "О какой технике Вы мечтали?".*

Мимика: ситуативная, улыбка, неяркий макияж, не нахмуренные брови, не морщить нос.

Позы: открытые позы, не подпирать, не сутулиться.

Жесты: не резкие, умеренная жестикуляция, отзеркаливание, не указательные.

**Выявление потребностей**

**Цель:** кто он? Что хочет?

**Признаки:** мы точно знаем, что предложить.

Типы вопросов:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип вопроса: | Особенности: | Цель: |
| Открытый | Для чего предназначен? Когда? Почему? Зачем? Где? | Получить больше информации. |
| Закрытый | Вы являетесь клиентом банка? |  |
| Альтернативный | Корректировка полученной информации: в вопросе 2 варианта ответа. |  |

Ответ, перефразированный в вопрос:

**Уточнение:** установление понимания с клиентом, если он дает общий ответ "правильно ли я Вас поняла?".

**Резюме:** итог всему вышесказанному; могут начинаться с фразы "Мы определили, решили и т.д.".

**Последовательность вопросов:**

Получение информации Фокусировка Точные вопросы

**Предложение**

**Цель:** Сделать такое предложение, от которого клиент не сможет отказаться.

**Признаки:** Клиент не возражает, задает уточняющие вопросы.

|  |  |
| --- | --- |
| Характеристики банковского продукта | Потребность |
| Срок | Удобство; экономия денег, времени. |
| Процентная ставка | экономия денег, времени. |
| Досрочное погашение | экономия денег, времени; гарантии. |
| Страхование | Безопасность. |
| Ежемесячные извещения | Гарантии. |

**Проверка**

**Цель:** получить вербальное согласие.

**Признаки:** ответ ДА.

**Вопросы для завершения сделки: "***Итак, мы определились с товаром; стоимостью; сроком; ежемесячным платежом; страховка, как часть ежемесячных платежей; дата платежа. Оформляем?"*

**Заключение**

**Цель:** подписать документы с клиентом.

**Признаки:** Подписанные документы.

**Работа с одобрением и отказом заявки:**

«Поздравляю, все хорошо!»

Комментировать документы, которые подписывает клиент.

Эмоционально поддержать клиента. Если клиент желает продолжить, то возможно заполнение анкеты еще несколько раз, при этом меняются параметры кредита. Данные о клиенте менять нельзя!

Возможна смена условий кредита:

1. Увеличение первого взноса;
2. Увеличение срока;
3. Поменять стоимость товара;
4. Оформить на другого члена семьи.

**Закрепление:**

**Цель**: оставить хорошее впечатление.

**Признаки**: улыбка, благодарность.

**Залог хороших продаж:**

Хороший сервис (индивидуальность подхода, быстрое обслуживание, компетентность КС).

Удовлетворение покупкой.

Внешний вид КС.

Постпродажное обслуживание.

**Работа с сомнениями и возражениями клиента**

**Цель**: ответить на вопросы и развеять возражения.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № шага | Краткое описание | Что делать на данном этапе |
| 1 | Выслушать клиента | Дать клиент договорить до конца. При этом продавец использует техники активного слушания и выражает клиенту подтверждение понимания ситуации/сути сомнения, возражения. |
| 2 | Уточнить суть возражения | Сотрудник уточняет, понимает суть ситуации/возражений. Задает уточняющие вопросы. |
| 3 | Сообщить информацию | Продавец сообщает клиенту информацию, которой, как он понял из предыдущего этапа, не достает клиенту или которой не владеет клиент по данному вопросу. |
| 4 | Заключительный вопрос | Как подведение итогов всей работы с возражением задаем заключительный вопрос - " *Я ответил на Ваш вопрос*?" или "*Мы смогли в этом разобраться*?" |

# Заключение

На основании вышеизложенного анализа коммерческой деятельности банков мною сделаны следующие выводы и предложения:

1. Банковская деятельность - осуществляемая особыми субъектами рыночных отношений (кредитными организациями) специфическая предпринимательская деятельность по аккамуляции временно свободных денежных средств и вовлечению их в экономический оборот путем размещения от своего лица и на свой риск, а так же по осуществлению расчетов.
2. Банковская деятельность - деятельность особого рода. Она осуществляется в рамках банковской системы специально созданными для такой деятельности лицами. Право на банковскую деятельность возникает после государственной и получения специального разрешения (лицензии) для кредитных организаций либо на основании федерального законодательного акта. Однако федеральное законодательство не содержит официального определения "банковской деятельности" как социального, экономического, юридического явления. Нет на сей счет единого мнения и в научной литературе. В этой связи представляется полезным пытаться уточнить сущность и основные признаки банковской деятельности, предусмотренные федеральным законодательством и позволяющие ограничить ее от других видов деятельности в денежно-кредитной сфере российской Федерации.
3. Основой банковской деятельности в Российской Федерации являются Конституция Российской Федерации, Федеральный закон "О банках и банковской деятельности", Федеральный закон "О Центральном Банке Российской Федерации", иные законные и подзаконные акты.
4. К банковским операциям относятся:

привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады;

размещение указанных в п.1 привлеченных средств от своего имени и за свой счет;

открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;

осуществление расчетов по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам;

инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц;

купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;

привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов;

выдача банковских гарантий;

осуществление переводов денежных средств по поручению физических лиц без открытия банковских счетов.

5. Очевидно, что широкое распространение банковских карт в российской банковской практике требуется адекватной правовой регламентации операций, осуществляемых с их использованием. Четкое нормативное регулирование данной сферы расчетов не только поможет защитить законные интересы всех участников правоотношений, возникающих при использовании банковских карт, но и будет способствовать дальнейшему внедрению их в повседневную жизнь.

6. Предоставляется вероятным, что прогрессивные способы безналичных расчетов пользовались бы большим доверием у потребителей, если бы основные права и принципы распределения ответственности всех субъектов расчетных правоотношений на основании указаний Центробанка Российской Федерации в обязательном порядке закреплялись бы не только во внутрибанковских правилах, но и в соответствующих договорах. Так для новых форм расчетов на основе современных ИТ основным правовым источником в большинстве случаев является именно договор, то закрепленный в нем понятный баланс интересов и ответственности между банком и клиентом играет в настоящее время большую роль в развитии того или иного вида банковских расчетных услуг.

Затруднение доступа к заемным ресурсам вынудило розничные банки менять стратегию работы. Они свернули значительное количество кредитных программ таких как ипотека, автокредитование и кредита наличными. Для выдачи таких обеспеченных кредитов, как ипотека и автокредиты, требуются длинные деньги, доступ к которым сейчас практически закрыт. В ситуации резкого удорожания ресурсов банку абсолютно не целесообразно работать в этих низкомаржинальных продуктах.

Потребительское кредитование на торговых точках и кредитные карты становятся приоритетными направлениями розничного бизнеса, поскольку их основной являются короткие деньги и диверсификация рисков невозвратов за счет распределения маленьких кредитов на большое количество заемщиков.

Одним из последствий кризиса ликвидности стало повышение ставок по кредитам. Вызвано это общими рыночными тенденциями - повышением стоимости денег для самих кредитных организаций. Средне-рыночные ставки по экспресс-кредитам, выдаваемых в магазинах, - 35-45% годовых, в отдельных случаях - 50-75%, в банке - от 18 до 24%.

В условиях кризиса вопрос рисков стал еще более актуальным. Поэтому неудивительно, что большинство банков оперативно на него отреагировали, пересмотрев требования к заемщиками методики их экспресс-оценки в сторону значительного ужесточения. Корректировка требований к заемщикам вызвана желанием банков повысить качество своего кредитного портфеля в целях недопущения возвратов, т.е. направлена на повышение финансовой устойчивости кредитора.

Главной проблемой на рынке потребительского кредитования становиться просроченная задолженность по кредитам. По данным ЦБ в целом доля кредитов физическим лицам, выплаты по которым просрочены свыше 91 дня, составляет 4,2% от общего объема выданных денег. В сегменте потребительского кредитования этот показатель наиболее высок - 5,8%.

В условиях, когда банки лишились возможности занимать за рубежом, им приходиться пересматривать структуру финансирования. Основным источником финансирования становятся депозиты физических и юридических лиц.

Таким образом, основными тенденциями в развитии потребительского кредитования ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" в 2011 году станут: удержание позиций в сфере потребительского кредитования, расширение некоторых кредитных программ, улучшение качества кредитного портфеля, формирование внутренних резервов на возможные потери по ссудам, разработка программ поощрения клиентов, изменение структуры финансирования.

# Список используемой литературы

1. Федеральный Закон "О банках и банковской деятельности" [Текст]: от 3.02.1996 №17 - М.: Инфра-М, 2002. - 98 с.

2. Федеральный Закон "О защите прав потребителей" [Текст]: от 17.12.1999 - М.: Инфра-М, 2006. - 120 с.

3. Федеральный Закон "О кредитных историях" [Текст]: от 30.12.2004 №218 - М.: Инфра-М, 2004. - 124 с.

4. Алексеева, Д.Г., Пыхтин, С.В. Правовые проблемы потребительского кредитования на современном этапе [Текст]: Закон. - 2009. - № 12. - С.55-67.

5. Банковское дело: базовые операции для клиентов [Текст]: учебное пособие под ред.А.М. Тавасиева - М.: Финансы и статистика, 2005. - 304 с.

6. Банки и банковское дело [Текст]: учебное пособие И.Т. Балабанов - СПб.: Питер, 2003. - 256 с.

7. Банковское дело: современная система кредитования [Текст]: учебное пособие под ред. засл. деят. науки РФ, д-ра экон. наук, проф.О.И. Лаврушина - М.: КНОРУС, 2010. - 256 с.

8. Банковское дело [Текст]: Учебник / Под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 384 с.

9. Банковские операции [Текст]: учебное пособие под ред.О.И. Лаврушина. - М.: КНОРУС, 2007. - 384 с.

10. Вахрин П.И., Нешитой А.С. Финансы и кредит [Текст]: Учебник. - М.: Дашков и К - 2009. - 361 с.

11. Вешкин Ю.Г., Авагян Г.Л. Банковские системы зарубежных стран [Текст]: Курс лекций. - М.: Экономистъ, 2010. - 400 с.

12. Викулов В. С Инновационная деятельность кредитных организаций [Текст]: Менеджмент в России и за рубежом. - 2010. - № 1. - С.15-18.

13. Гребенюк С.Г. Использование современных технологий банковских операций в розничном бизнесе [Текст]: Финансы и кредит. - 2009. - № 8. - С.25-30.

14. Деньги. Кредит. Банки [Текст]: Учебник для вузов под ред. проф.А.Ю. Казака, проф. М.С. Марамыгина. - Екатеринбург: Издательство АМБ, 2006. - 688 с.

15. Деньги. Кредит. Финансы [Текст]: учебное пособие / С.В. Галицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Эксмо, 2008. - 736 с.

16. Ермаков С.Л., Малинкина Ю.А. Рынок потребительского кредитования в России: современные тенденции развития [Текст]: Финансы и кредит. - 2010. - № 21. - С.24-32.

17. Кредит и банки: вводный курс [Текст]: учеб. - метод. пособие / И.К. Ключников, О.А. Молчанова, О.И. Ключников. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 176 с.

18. Ковалева Е. Кредиты строгого режима [Текст]: Деньги. - 2008. - № 32. - С.14-18.

19. Маковская Н. Не бюро, а находка [Текст]: Прямые инвестиции. - 2011. - № 4. - С.86-89.

20. Матросов М.Б. Образовательный кредит в России: проблемы и перспективы [Текст]: Проблемы прогнозирования. - 2009. - № 3. - С.137-146.

21. Меркулов В. Вождение по банкам [Текст]: Деньги. - 2010. - № 33. - С.4-8.

22. Москвичева Я.Л. "Подводные камни" ипотеки и способы их преодоления [Текст]: Закон. - 2011. - № 12. - С.215-221.

23. Непомнящий А.В. Вопросы совершенствования банковского потребительского кредитования в РФ [Текст]: Банковские услуги. - 2011. - № 1. - С.25-36.

24. Рыкова И.Н. Рынок потребительских кредитов: российский и зарубежный опыт [Текст]: Финансы и кредит. - 2007. - № 36. - С.2-10.

25. Скогорева А. Рынок потребкредитования - фавориты новые, лидеры старые [Текст]: Банковское обозрение. - 2011. - № 12. - С.12-15.

26. Финансово-кредитный энциклопедический словарь [Текст]: - М.: Финансы и статистика, 2004. - 1168 с.

27. Финансы. Денежное обращение. Кредит [Текст]: Учебник для вузов под ред. проф.Г.Б. Поляка. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2-е изд. 2001. - 512 с.

28. Финансы и кредит [Текст]: учебник под ред. проф. Т.М. Ковалевой. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2008. - 384 с.

29. Фролов В. Экспресс-кредиты становятся опасны для банков [Текст]: Банковское обозрение. - 2010. - № 4. - С. 20-21.

30. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://www.cbr.ru

31. Кредиты. ру [Электронный ресурс]: Электрон. Журн. - Режим доступа: http://www.credits.ru

32. ООО "Хоум Кредит энд Финанс Банк" [Электронный ресурс]: Режим доступа: https: // www.salesportal.ru

1. Меркулов В. Вождение по банкам [Текст]: Деньги. -2010. -№ 33. - С. 4-8. [↑](#footnote-ref-1)
2. Рыкова И. Н. Рынок потребительских кредитов: российский и зарубежный опыт [Текст]: Финансы и кредит. -2007. - № 36. - С. 2-10. [↑](#footnote-ref-2)